

# A notícia hoje

Coordenação: Liliane de Lucena Ito, Adriana Pierre Coca e Dora Santos Silva



UTPL

RIA  
Editorial

# A notícia hoje

Liliane de Lucena Ito  
Adriana Pierre Coca  
Dora Santos Silva  
(Coordenadoras)

## **Ria Editorial - Comit  Científico**

Abel Suing (Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador)  
Adriana Pierre Coca (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil)  
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba - UNC, Argentina)  
Alice Fátima Martins (Universidade Federal de Goiás - UFG, Brasil)  
Ana Paula Goulart de Andrade (Eco-UFRJ/PPGMC-UFF /Facha /Unilasalle, Brasil)  
Ana Sede o (Universidad de Málaga, Espanha)  
Andrea Versuti (Universidade de Brasília - UnB, Brasil)  
Caroline Kraus Luvizotto (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Claudia Ardini (Universidade Nacional de Córdoba, Argentina)  
Cláudia Assis (Universidade Federal do Amapá, Brasil)  
Daniela Fantoni Alvares (Universidade dos Açores, Portugal)  
Denis Ren  (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Diana Rivera (Universidad Técnica Particular de Loja, Equador)  
Diego Bonilla (California State University – Sacramento, EUA)  
Dora Santos Silva (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)  
Dorival Campos Rossi (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Dorothea Souza Bastos (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil)  
Fabiana Q Piccinin (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)  
Fátima Lopes Cardoso (Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal)  
Fernanda Bonacho (Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal)  
Fernando Gutiérrez (ITESM, México)  
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)  
Gloria Olivia Rodríguez Garay (Universidad A. de Ciudad Juárez - UACJ, México)  
Inmaculada Gordillo (Universidade de Sevilha, Espanha)  
Jacqueline Oyarce (Universidade Nacional Mayor de San Marcos, Peru)  
Jefferson Barcellos (Centro Universitário Barão de Mauá, Brasil)  
Jer nimo Rivera (Universidad La Sabana, Colômbia)  
Jesús Flores (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)  
João Pedro Albino (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Jorge Alberto Hidalgo Toledo (Universidad An huac M xicovM xico)  
José Carlos Marques (Universidade Estadual Paulista – UNESP)  
Kruzkaya Ordóñez (Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador)  
Lance Strate (Fordham University, EUA)  
Liliane de Lucena Ito (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)  
Lorenzo Vilches (Universidade Aut noma de Barcelona, Espanha)  
Lucilene Gonzales (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
Marco Lopez (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Equador)  
Margarida Almeida (Universidade de Aveiro, Portugal)  
Maria C. Esperidião (GENEM -Grupo de Nova Ecologia dos Meios, Brasil)  
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
María Jesús Ruíz (Universidade de Málaga, Espanha)

Matheus Tagé (Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, Brasil)  
Octavio Islas (Universidad de Los Hemisferios, Equador)  
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)  
Osvando de Morais (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
Pâmela Pinto (Fiocruz, Brasil)  
Paul Levinson (Fordham University, EUA)  
Pere Freixa (Universidad Pompeu Fabra, Espanha)  
Piero Dominici (University of Perugia, Itália)  
Ramaris Albert (Universidad de Puerto Rico, Porto Rico)  
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil)  
Roberto Igarza (Universidad Nacional de Rosario - UNR, Argentina)  
Rosa Maria Araújo Simões (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
Sandra Ruiz (Universidad Santo Tomás - UST, Colômbia)  
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil)  
Suely Maciel (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Tamara Guaraldo (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Teresa Piñeiro Otero (Universidade da Coruña, Espanha)  
Valquiria A. Passos Kneipp (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil)  
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)  
Xabier Martínez-Rolán (Universidade de Vigo, Espanha)

## FICHA TÉCNICA

Copyright 2023 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: ©seongjin - stock.adobe.com (arquivo nº 245382851)

Design da capa: ©*Denis Renó*

Diagramação: *Luciana Renó*

ISBN 978-989-8971-85-2

Título: A notícia hoje

Coordenadores: Liliane de Lucena Ito, Adriana Pierre Coca e Dora Santos Silva

1.ª edição, 2023.



Esta obra tem licença Creative Commons *Attribution-NonCommercial-NoDerivatives*. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial

**RIA**  
Editorial

riaeditora@gmail.com  
<http://www.riaeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E  
EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e seleccionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correcções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador externo Dr. Jefferson Barcellos (Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP), que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

Ao percorrer as páginas da obra intitulada “A Notícia Hoje”, meticulosamente organizada pelas pesquisadoras Liliane de Lucena, Adriana Pierre Coca e Dora Santos Silva, torna-se crucial destacar os notáveis benefícios que esta contribuição confere à construção de uma práxis que fomente o pensamento crítico em relação ao exercício midiático transformador, bem como à compreensão do jornalismo vigente na contemporaneidade. A transformação nos meios midiáticos ocorre no cotidiano exercício da reflexão e na exposição de seus temas. Diante desse reconhecimento positivo, expresso com ênfase minha forte recomendação para que a respeitável Ria Editorial promova a publicação desta obra. Estou seguro de que a diversidade do seu conteúdo não apenas enriquecerá, mas também fortalecerá as ações afirmativas tão prementes na sociedade atual.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

## **Autoras e autores**

Adriel Henrique Francisco Cassini

Ágata do Nascimento Macedo

Arthur Honorato de Almeida

Bruna Raquel Couto de Farias Carneiro

Caio Ferreira

Cândida Emília Borges Lemos

Cláudia Thomé

Daiana Sigiliano

Deborah Luísa Vieira dos Santos

Fabiana Piccinin

Franciane Maria Silva de Freitas

Gustavo Teixeira de Faria Pereira

Jaqueline Frantz de Lara Gomes

Jhonatan Mata

Jorgelene dos Santos Oliveira

José Tarcísio da Silva Oliveira Filho

Karina Woehl de Farias

Kissyla Fernanda Pereira dos Santos Pires

Leticia da Silva Lima

Liliane de Lucena Ito

Luciana Morais

Marco Aurelio Reis

Natália Ferreira de Campos

Talita Magnolo

Tiago Segabinazzi

# SUMÁRIO

Apresentação.....	13
-------------------	----

## PARTE 1 - OLHARES DEONTOLÓGICOS

Estudo das narrativas jornalísticas sobre o fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela durante a pandemia da Covid 19.....	16
--	----

*Ágata do Nascimento Macedo*

O primeiro embate entre Lula e Bolsonaro: como o Google pode ser usado a favor das notícias falsas?.....	43
--	----

*Tiago Segabinazzi*

Não basta participar, precisa divulgar: o 8 de Janeiro de 2023.....	65
---	----

*Cândida Emilia Borges Lemos*



O ataque à sede dos três poderes no Brasil: uma análise dos <i>frames</i> noticiosos na Jovem Pan.....	94
<i>Mariana Eduarda Agreste Silva</i>	
<i>João Carlos de Sousa</i>	
<i>Mayra Regina Coimbra</i>	
<i>Deborah Vieira</i>	
Orientalismo no meio jornalístico: a narrativa da guerra Palestina <i>versus</i> Israel no portal G1.....	121
<i>Arthur Honorato de Almeida</i>	
<i>Deborah Luísa Vieira dos Santos</i>	
<i>Kissyla Fernanda Pereira dos Santos Pires</i>	
Interpretação e credibilidade: um olhar para colunas jornalísticas em portais de notícias online.....	148
<i>Jaqueline Frantz de Lara Gomes</i>	
<i>Fabiana Piccinin</i>	
Uma simbiose de risco: desertos de notícias e repórteres amadores nas redes sociais digitais.....	180
<i>Liliane de Lucena Ito</i>	
<i>Adriel Henrique Francisco Cassini</i>	
<i>Letícia da Silva Lima</i>	
Jornalismo de soluções e o humano como protagonista: estudo de caso sobre o site Ecoa Uol.....	204
<i>Franciane Maria Silva de Freitas</i>	
Orientalismo em pauta: uma análise da recepção dos k-dramas na mídia brasileira.....	225
<i>Natália Ferreira de Campos</i>	

A credibilidade do telejornal posta à prova: análise da repercussão de um testemunho no quadro “Aqui Dentro”, do JN.....	255
<i>Luciana Morais</i>	
<i>Cláudia Thomé</i>	

## **PARTE 2 - DO TRADICIONAL AO CONTEMPORÂNEO**

O mercado editorial especializado em TV e a cultura de fãs dos anos 1960 no Brasil: uma análise da seção ‘Entreviste seu Ídolo’ da revista Intervalo.....	278
<i>Talita Magnolo</i>	
<i>Daiana Sigiliano</i>	

A narrativa sobre povos originários e o (des)caso dos Yanomami em sites da web: um estudo de framing.....	313
<i>Jorgelene dos Santos Oliveira</i>	

Telejornalismo local e possíveis manifestações do quinto poder: experiências do MG1 e do JRR1.....	331
<i>Gustavo Teixeira de Faria Pereira</i>	
<i>José Tarcísio da Silva Oliveira Filho</i>	

Saúde no telejornal: a função pedagógica do telejornalismo em séries especiais da TV Cabo Branco.....	360
<i>Bruna Raquel Couto de Farias Carneiro</i>	

O crescimento das redes e o enxugamento da informação local no rádio: reflexos da migração do AM-FM no Brasil.....	386
<i>Karina Woehl de Farias</i>	

Óbitos e hábitos na edição em telejornalismo: uma comparação entre a cobertura dos 500 mil mortos por Covid no Jornal Nacional e no Jornal da Manhã (Jovem Pan).....	404
<i>Caio Ferreira</i>	
<i>Jhonatan Mata</i>	
Do impresso nas bancas às nuvens da web: a relação da crônica com os meios de comunicação no brasil.....	428
<i>Marco Aurelio Reis</i>	
<i>Claudia Thomé</i>	
<i>Índice Remissivo</i> .....	451

# **A NOTÍCIA HOJE**

## APRESENTAÇÃO

No ano de 2004, quando começávamos a conviver com a chamada web 3.0 e os cidadãos ganharam a possibilidade de interagir ativamente com os espaços virtuais, Dan Gillmor publicou a obra “We the media”. Eram novos tempos, com a consolidação da blogosfera e o início dos espaços *social media*, traduzida para o português e o espanhol como redes sociais (ou redes sociales). Através destes espaços, a sociedade ganhou algo que considerávamos fundamental para o seu desenvolvimento: o poder da palavra. Com base nisso, Gillmor defendeu que éramos “seres mídia”, ou seja, tínhamos o desejo de protagonizar os processos comunicacionais e, diversas vezes, até tentávamos ocupar missões importantes, como as do Jornalismo.

Praticamente duas décadas se passaram, e neste tempo muito se transformou. A sociedade perdeu a referência da mídia e de seu papel no desenvolvimento social e na construção da cidadania e da democracia. Com a perda da referência, valores importantes passaram a ser questionados, dentre eles o da notícia e, conseqüentemente, o da verdade. Surgiram, então, as popularmente chamadas *fake news*. Neste aspecto, até mesmo o termo é um erro, e foi consolidado pelo excesso de circulação dele próprio pelos seres midiáticos. Alguns teóricos defendem que o termo deveria ser definido como *fake information*, ou, em sua tradução literal, informação falsa. De fato, *fake news* (ou notícia falsa) é a menos apropriada. Afinal, se é falsa, então ela não é notícia.

Mas a participação da sociedade na construção de processos midiáticos não se limita à notícia e ao Jornalismo. Ela também passeia

pelo mundo das artes, valorizando ou desaprovando as manifestações. Isso também ocorre na educação, e na deseducação, e acaba até mesmo por questionar até mesmo o papel dos profissionais da educação. E assim vai, pela publicidade, pela construção da cidadania e, claro, na tecnologia.

Com base nisso, realizamos a sexta edição do Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies, que teve como tema “A Consolidação dos Seres Media”. Nele, foram aprovados resumos expandidos de 11 nacionalidades e, com base nestas propostas (apresentadas e publicadas nas memórias do evento), organizamos, com a Ria Editorial, 10 livros com textos inéditos. O momento marca uma nova etapa do MEISTUDIES, que em sua sétima edição virá com novidades resultantes da sua consolidação como um evento científico internacional de alta relevância, que tem como missão a disseminação do conhecimento e a construção de redes acadêmicas.

É importante ressaltar que nem todos os resumos expandidos tiveram a publicação de textos completos em capítulos. Todos eles foram reavaliados por pares antes de sua publicação. De igual maneira, algumas ordenações sofreram alterações através de um processo de curadoria temática. Com isso, as obras tiveram ampliação em sua qualidade e em sua proposta cognitiva. Os livros são de livre acesso para leitura e download e têm como proposta uma reflexão, com base em conceitos teóricos e resultados científicos, sobre os seres mídia e o seu papel em diversas searas da sociedade contemporânea. Boa leitura.

*Andrea Versuti  
Denis Renó  
Diana Rivera  
Vicente Gosciola  
Diretores Acadêmicos*

## **PARTE 1 - OLHARES DEONTOLÓGICOS**

# **ESTUDO DAS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS SOBRE O FECHAMENTO DA FRONTEIRA ENTRE O BRASIL E A VENEZUELA DURANTE A PANDEMIA DA COVID 19**

*Ágata do Nascimento Macedo<sup>1</sup>*

As migrações acontecem desde a antiguidade e podem ser movidas por diversos fatores: crises econômicas, mudanças climáticas, guerras, busca de melhores condições de vida, entre outros. Este trabalho, além de problematizar teoricamente e de forma aplicada as migrações, realiza o recorte temporal-espacial das migrações venezuelanas recentes no Brasil. Segundo a Plataforma R4V, em 2022 o número de imigrantes venezuelanos refugiados e com residência temporária no Brasil era de 351 mil. Em 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou

---

1. Jornalista.  
Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Roraima.  
[agatamacedogtn@gmail.com](mailto:agatamacedogtn@gmail.com)



a epidemia do novo coronavírus e com a facilidade de contaminação, os governos decidiram fechar as fronteiras a fim de evitar maior proliferação do vírus. Assim, registram-se dois acontecimentos importantes envolvendo esse contexto: as imigrações e o fechamento das fronteiras causado pela pandemia.

Partindo disso, é importante analisarmos como o jornalismo tem noticiado esses acontecimentos, a fim de verificarmos como tem construído as narrativas sobre as imigrações e principalmente sobre o fechamento da fronteira durante a pandemia da Covid-19. Segundo Temer (2019), o jornalismo local e o jornalismo nacional caminham juntos, mas muitas vezes olham para lados opostos, ou seja, há uma diferença em suas narrativas. Por isso, a análise será feita em quatro webjornais, sendo dois nacionais e dois locais, para entendermos como acontece essa construção, se há diferenças na cobertura e o que as causam. Desse modo, emerge como pergunta de pesquisa: de que modo os portais nacionais Folha de São Paulo, Correio Braziliense, e os portais locais Folha de Boa Vista e G1 Roraima construíram as narrativas jornalísticas sobre o acontecimento do fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela, em Roraima, durante a pandemia da Covid-19?

Este trabalho tem como objetivo geral pesquisar e analisar como foram construídas as narrativas jornalísticas sobre o fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela durante a pandemia da Covid-19 nos portais citados. Segundo Fonseca (2011), quando a mídia participa da esfera pública como “prestadora de serviço” ou “comunicação social”, tem um papel fundamental para a democracia, que é informar a sociedade a respeito de acontecimentos, levando dados que, se não fossem esses serviços, a população não teria acesso.

## **Migrações: histórico e o papel do jornalismo**

A partir do momento em que o imigrante sai de seu país de origem, sua experiência neste processo se torna incerta, inclusive, se sua ausência no local de origem será provisória ou permanente. Assim, o sujeito imigrante vive em uma contradição sobre sua condição no mundo, pois pode haver uma dupla interpretação: ora na dimensão temporal da provisoriedade para não admitir a forma definitiva que cada vez mais se consolida, ora é visto como duradouro, muitas vezes justificado pela vontade de não voltar à sociedade de origem, mesmo que as leis dos países de destino frequentemente não colaborem para esse sentimento (Sayad, 1979).

Já na sociedade de recepção, que precisa se adaptar às novas culturas, é comum que a vinculação do migrante com o estado provisório seja justificada pela negação de direitos igualitários, que perpassam por questões econômicas (como acesso a benefícios) e culturais (hegemonia cultural) (Sayad, 1979, p. 46).

Já pelo viés econômico, relata Sayad (1979), quando se precisava de mão de obra dos imigrantes de forma permanente, emanava-se, então, proclamações políticas sobre a importância e a necessidade dos imigrantes para a economia francesa. E por isso passaram a acreditar que o imigrante tinha sim seu lugar durável na sociedade, apesar desse lugar ser na parte baixa na hierarquia social. Ou seja, o imigrante era aceito como permanente quando se encontravam “vantagens”, no caso, econômicas, ou quando o enxergavam como “parasita” (no sentido de não pertencerem àquele lugar), entendendo-se que não deviam nada a ele, mesmo que façam questão de afirmar os benefícios que eles trazem para a sociedade de recepção (Sayad, 1979, p. 47). O imigrante e

a imigração só são aceitos quando o “cálculo” sobre suas vantagens e desvantagens é contabilizado e tem um resultado positivo, sendo preferencial que tenha apenas vantagens e nenhum custo (Sayad, 1979), o autor menciona que essas vantagens normalmente são econômicas e os custos podem ser o social e cultural. Afinal, Sayad (1979) define o imigrante, de uma maneira crítica, essencialmente como uma força de trabalho e especificamente uma força de trabalho provisória, “temporária e em trânsito” (Sayad, 1979, p. 54).

Não existe outro discurso sobre o imigrante que não seja imposto. E mais do que isso, toda a problemática da ciência social da imigração é uma problemática que foi imposta, e uma das formas de percebermos essa imposição é definindo e pensando o imigrante como problema social.

Por fim, não se emigra ou imigra sem que haja consequências, pois os laços do imigrante com seu “universo social, econômico, cultural, habitual” não são cortados, e não se agrega, não totalmente, a outro sistema social. (Sayad, 1979, p. 65). Já numa perspectiva da cultura, Stuart Hall (2003) explica que o navio-transporte SS Empire Windrush, que carregou voluntários caribenhos para a Grã-Bretanha após a Segunda Guerra Mundial, significou o “nascimento da diáspora negra afro-caribenha no pós-guerra” (Hall, 2003, p. 25). Hall traz as diásporas caribenhas não só pela imigração em si, mas pela luz que ela lança sobre as 18 complexidades de se perceber e imaginar a nação e identidades caribenhas durante uma globalização crescente (Hall, 2003), ou seja, em um momento de condensação e mistura cultural, essa diáspora específica consegue destacar as identidades desses povos e dar luz aos estudos culturais. Nas diásporas, as identidades acabam se tornando múltiplas. Há um elo que liga as identidades ao seu local de origem.

Verifica-se que, além da visão do imigrante como mão de obra trabalhadora provisória, há a questão cultural que perpassa as imigrações. Esse também seria um custo que Sayad (1978) menciona, já que essas miscigenações culturais não acontecem de forma fácil e simples. São processos de adaptação e anos de história para que se consolidem. Apenas com o passar dos anos, os povos em suas diásporas constituem identidades culturais ligadas às suas vivências com outros povos.

### **Migrações na Contemporaneidade e a Lei de Migração no Brasil**

Segundo dados da Organização Internacional para as Migrações (OIM), em 2020 havia cerca de 281 milhões de migrantes internacionais no mundo, tendo sido registrado um crescimento de 3,5% em relação a 2019, quando o número era de 272 milhões. A pandemia da Covid-19 foi o mais recente evento geopolítico, tendo um profundo efeito na imigração (OIM, 2022) e isso deve ser considerado.

No Brasil, a legislação que regula a entrada e saída de migrantes é a Lei 13.445, de 24 de maio de 2017, conhecida como Lei de Migração. Até então, havia apenas a Lei n. 6.815, de 19 de agosto de 1980. Enquanto a lei 6.815/80, conhecida como “Estatuto do estrangeiro”, estava em vigência, entendia-se como estrangeiro aqueles que não eram identificados como nacionais. O próprio termo “estrangeiro” demarca uma segregação, apontando o imigrante como o “outro”, aquele que não faz parte da identidade nacional. Assim, é considerado nacional o sujeito que é natural do Estado e, no geral, constitui a “ideia de povo”.

Entende-se que a nova lei de imigração traz avanços para os processos migratórios que acontecem no Brasil. Mesmo que o imigrante esteja suscetível a passar por alguns problemas após sua chegada, ele

ainda é resguardado pela lei. A norma 13.445/2017 é de suma importância, pois concede direitos básicos como a informação, a propriedade, a igualdade, as medidas de proteção, de trabalhos dignos, de acesso a serviços públicos, entre outras coisas.

Em 2023, havia cerca de seis milhões de migrantes e refugiados venezuelanos em todo o mundo (R4V, 2023). Sendo que desses, o país que mais abriga imigrantes e refugiados venezuelanos é a Colômbia, com 2.894,593 imigrantes. O Brasil fica em quinto lugar no ranking, acolhendo 477,493 imigrantes venezuelanos.

Quando a crise econômica teve início na Venezuela, no ano de 2013, os habitantes que tinham mais condições, rapidamente foram para países da Europa, especialmente para a Espanha por causa do vínculo colonial e do idioma falado, além de outros que foram para os Estados Unidos da América. Já o caso da população mais pobre, a mais afetada, foi diferente, pois precisou de mais tempo para conseguir sair do país, iniciando, assim, um intenso movimento migratório para os países vizinhos só em 2016 e 2017 (Bezerra, 2020).

Partindo do ponto de que a mídia faz parte da sociedade e que, “nela/com ela (sociedade), elabora formas simbólicas” (Gontijo, 2002, p. 1), e mais especificamente, que o jornalismo, como campo comunicacional que a perpassa, tem um lugar de privilégio na construção da realidade, pois tem um espaço maior na mídia para narrar os fatos, criando sentidos a partir desses acontecimentos (Borelli, 2005), entendemos como sendo importante o papel do jornalismo nas narrativas sobre as migrações, pois auxilia na construção das formas simbólicas e tem espaço na construção da realidade.

Cogo (2012) pontua sobre como o imigrante aparece na mídia. Uma delas são as “representações midiáticas criminalizadoras”, associando-o a situações negativas, como um problema, ameaça ou conflito (Cogo, 2012, p. 48). A mídia tem um importante papel nos processos migratórios, pois a comunicação constrói a realidade e também é construída por ela, surgindo das interações entre as pessoas (Gontijo, 2002, p. 2).

O que decorre na mídia pode interferir no imaginário social e por isso é importante refletir sobre a linguagem que ela tem usado para construir as narrativas sobre os acontecimentos que lidam com os fenômenos migratórios, pois pode partir de uma lógica de mercado (Fernandéz, 2020). Pode haver uma “violência simbólica” e manifestações xenóforas a partir das construções do imigrante como a causa da maioria dos problemas na sociedade de recepção (Fernandéz, 2020, p. 27). Atualmente as narrativas midiáticas são feitas com simplificações dos fatos tendo como base o senso comum, sem se preocupar em explicar as condições em que as migrações acontecem e não expõem como a cultura que é carregada impacta na sociedade de recepção (Fernandéz, 2020).

Partimos para o contexto local de Roraima, com base nos estudos de Oliveira Filho e Hilgemberg (2020), frente a migrações venezuelanas e à mídia na integração dos migrantes nos jornais fronteiriços/locais. Baseado nos estudos de Soares e Jara (2012), os autores explicam que o jornalismo de fronteira pode contribuir para a integração entre os sujeitos de diferentes origens. Além disso, esses locais normalmente têm que lidar com dois extremos, pois são lugares localizados longe dos centros de poder, mas da mesma forma há interesse nacional na

preservação das demarcações. Assim, a mídia local tem uma certa responsabilidade em mostrar eventos e atores sociais. Quando a mídia em Roraima destaca os acontecimentos em relação à migração, ajuda na construção do imaginário do imigrante e coloca a audiência em um (bom) posicionamento em relação a esses processos (Oliveira Filho & Hilgemberg, 2020).

Deste modo, os autores fazem algumas análises em jornais locais, pontuando algumas situações relacionadas à imigração. Inicialmente, foi identificada a falta de notícias sobre o tema e da inserção dos indivíduos envolvidos nas migrações no telejornal JRR 1ª Edição, produzido pela Rede Amazônica, afiliada à Rede Globo em Roraima. Tratando diretamente sobre migrantes, apenas uma nota foi encontrada.

Destarte, entendemos como a mídia escolhe a forma que mostrará os imigrantes e como isso pode afetar no imaginário social. No caso de Roraima, Oliveira Filho e Hilgemberg (2020) levantam uma hipótese que pode ajudar no entendimento sobre os resultados encontrados. Ela menciona que, pelo fato de a imigração venezuelana para o Brasil ter acontecido ainda nesta década, os jornais ainda encontram uma dificuldade ao lidarem com as diferenças existentes no meio cultural, como por exemplo, a língua e os costumes.

### **Imigrações, Identidades Culturais e Estereótipos**

Woodward (2000) explica que a identidade forma sua significação através de sistemas de símbolos e pela linguagem em que eles têm representação. A identidade é percebida quando se confronta com outra identidade, ou seja, precisa de outra para tornar-se visível, portanto, é relacional. A autora usa o exemplo dos croatas e sérvios explicando

que para ser um, entende-se primeiramente, que não é o outro, mas que mesmo assim necessita da existência dele para também existir, “Ser sérvio é ser um “não-croata”. A identidade é, assim, marcada pela diferença” (Woodward, 2000, p. 9).

Durante os processos migratórios, evidencia-se essas diferenças diante do contato com o outro. Surge o ato de colocar-se como “brasileiro” e não “venezuelano” e assim os imigrantes são excluídos socialmente e não alcançam melhores condições sociais, por já estarem posicionados, de antemão, como excluídos. Albuquerque (2020) faz uma analogia aos corpos imigrantes que “apesar das diversas formas de violências, resistem, seja nas prisões construídas para eles, nas fronteiras entre Estados Nações, na travessia do mar Mediterrâneo, ou mesmo dentro dos territórios das nações de destino” (Albuquerque, 2020, p. 67). Para Albuquerque (2020) o corpo dos pobres é como um instrumento para a mídia, pois ele não tem poder sobre si, não escolhe como e quando vai aparecer, na verdade, quando recebe visibilidade nas narrativas, seja de forma simbólica ou material, é como um corpo fugitivo situado na criminalidade. O corpo mostrado é na maioria das vezes, do imigrante que não tem condições, os que estão frágeis e podem ser expostos de qualquer jeito, “enquanto aqueles que transitam e circulam pelo mundo como “expatriados” ou “trabalhadores qualificados” sequer são retratados como imigrantes” e não aparecem no meio do acontecimento migratório (Albuquerque, 2020, p. 69). Por isso, a visibilidade na mídia dos corpos migrantes pode ser interpretada como uma forma de humilhação e os que sequer aparecem, são privilegiados (Albuquerque, 2020).

Nas pesquisas em jornais italianos, a autora observa que esses imigrantes são sempre colocados “fora” da sociedade, não há interatividade



com a sociedade de recepção. Um outro ponto levantado é da questão que, em notícias de acontecimentos negativos, é comum destacar a nacionalidade do indivíduo ao invés do uso da palavra “imigrante” (Albuquerque, 2020). Os espaços midiáticos cumprem um papel importante ao divulgarem os acontecimentos sociais que envolvem os imigrantes, contribuindo para uma imagem estereotipada, em que os imigrantes são como ameaças aos espaços públicos, conforme diz Sennet et al. (2003), na tese de Albuquerque (2020).

Bhabha (1998), ao falar sobre estereótipos, explica sobre a fixidez que existe nos processos de construções ideológicas. Essa fixidez existente está sob um paradoxo pois fala de algo fixo/rígido, mas que está também desordenado e constantemente se repetindo. O autor diz que o estereótipo é semelhante, pois é uma forma de identificação que permanece no lugar, mas precisa ser ansiosamente repetido. Quando se fala que o estereótipo é uma simplificação, não significa que é uma representação falsa, mas sim, porque ele é fixo. Deste modo, não há flexibilidade para falar do outro, apenas o que já foi imposto pelo discurso estereotipado. Além disso, o estereótipo pode surgir em pequenas coisas (Bhabha, 1998).

### **Acontecimento, Narrativas Jornalísticas e Construção de Sentidos**

A escrita do jornalismo é marcada, em certo ponto, pelo modo em que é organizada/determinada pelos veículos, tanto no espaço que vai tomar, quanto na forma que descreve os acontecimentos – muitas vezes guiada pelas políticas editoriais no caso de mídias e grandes empresas.

Ao estudar o jornalismo, nos deparamos com algumas normas e valores que Lage (2013) chama de “sedimentos axiológicos”.

Esses valores são importantes na formação do estudante, para que esteja preparado para o mercado de trabalho, mas, por outro lado, limita a prática jornalística e dificulta o olhar crítico ou um olhar diferenciado que poderia abrir novas possibilidades e interpretações desse estilo. Dentro desse conjunto axiológico há o conceito de acontecimento, que está atrelado a objetividade, imparcialidade e veracidade, entre outros (Lage, 2013). Segundo Lage (2013), igualar acontecimento e fato é um problema. Há uma sinonímia entre os dois termos, mas não pode simplesmente compará-los, pois quando isso acontece surge uma limitação, impedindo o jornalismo (ou melhor, o sujeito jornalista) de ser abordado “do ponto de vista das experiências que narra, com toda a complexidade intrínseca a esse gesto” (Lage, 2013, p. 77).

Cada meio jornalístico define como se coloca diante das circunstâncias que ocorrem e como irão fixá-las. Então, um fato não será noticiado igualmente em todo meio jornalístico e se ganha espaço, pode ser mostrado de diferentes ângulos por cada um. Há assim, particularidades na forma como os acontecimentos são narrados em cada veículo, dependendo do estilo, demanda e época em que ele segue (Vogel, 2013).

O acontecimento é descrito e organizado junto a outros pontos, como “agentes, circunstâncias e motivos”, ganhando assim uma narrativa com início e fim (Lage, 2013, p. 80). O acontecimento jornalístico ocorre dentro do que Lage (2013) chama de jogos de interação e dão-se nas configurações do jornalismo como são narrados nas notícias em qualquer forma de narrativa. Esse acontecer midiático, pode se referir, em parte, à forma como o jornalismo caracteriza os fatos.

Na técnica jornalística contemporânea, o texto deve ser iniciado com o acontecimento mais importante do fato (Sodré, 2009), quando

acontece algo que envolve um imigrante, a tendência é que seja evidenciado o ocorrido principal e que ele está envolvido.

Os processos migratórios atuais podem ser narrados de formas diferentes, dependendo do editorial, objetivos e formatos dos meios de comunicação que os narram. Normalmente, o jornalismo parte da atuação direta e objetiva, mas sempre traz o real, os fatos enquanto principal matéria prima. A forma como isso é trazido para público, por meio de narrativas (ou acontecimentos jornalísticos), pode influenciar e intensificar os estereótipos a respeito dos imigrantes. Um jornal que quer chamar atenção do leitor a qualquer custo (visto que o sensacionalismo é considerado uma estratégia de venda por muitos jornais), pode usar técnicas para escrever um texto sedutor e para isso, não importa a forma como o imigrante irá aparecer, mas como aquilo trará mais visualizações a sua matéria.

As mídias podiam apenas representar os acontecimentos, mas houve uma mudança no processo midiático e atualmente elas podem atuar como “agentes produtores de sentido”, conforme cita Verón (2001) na obra de Leal et al. (2010). Tais processos de midiatização surgem nas discussões das teorias do jornalismo, a partir dos princípios tradicionais que entendem “noticiabilidade como um processo de captação e tradução de acontecimentos sociais em notícias” (Leal et al., 2010, p. 221).

Surge então nos estudos do jornalismo a reflexão sobre como sociedade interpreta as notícias diante da “construção da noticiabilidade” e sobre a forma como cresce a ideia de “agendamento” (Leal et al., 2010, p. 223). A teoria da agenda-setting iniciou-se a partir do momento que pensaram como a mídia poderia influenciar a opinião pública, especificamente no meio político. Ela foi estudada por McCombs e Shaw,

que diziam que os meios comunicacionais - a imprensa - poderiam de forma eficiente ditar o que o público leitor deveria pensar. Após vinte e cinco anos, os autores trouxeram um novo pensamento sobre a hipótese, dizendo que além do que pensar, a agenda-setting, poderia induzir em que e como pensar (Leal et al., 2010).

De forma direta, o jornalismo pode ser pensado por dois grupos: “os que defendem a notícia como um espelho da realidade e aqueles que concebem a notícia como uma construção social da realidade” (Vizeu, 2003, p. 107). Assim, podemos entender que o processo de produção das notícias não é tão simples. Hoje em dia, com a internet, muito mais do que os meios jornalísticos divulgam por meio de suas reuniões de pauta ou mesmo da agenda setting pode chegar ao público, e assim, a imprensa tradicional também pode-se pautar por acontecimentos que tiveram grande repercussão nas plataformas de mídias sociais. A notícia não é construída apenas sob técnicas padrões estabelecidas pelas regras jornalísticas ou pelos próprios editoriais dos meios de comunicação. Se o jornalismo for colocado apenas sob essa visão, exclui-se a extensão dos símbolos no jornalismo, “é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem discursos (Vizeu, 2003).

Um texto que contextualizasse as imigrações, deveria colocar em destaque “dimensões históricas, sociológicas e psicanalíticas do discurso, valorizando, antes de tudo, a mobilização da língua pela própria conta do falante” (Sodré, 2009, p. 175). O “interlocutor”, ou seja, o jornalista, faz parte da produção de significado do texto, não sendo apenas “decodificador de mensagens” (Vizeu, 2003, p. 108). Vizeu (2003) ainda enfatiza que os textos jornalísticos fazem parte da criação de sentido, já que organizam os fatos e os tornam compreensíveis para

o público (sua função pedagógica). Borelli (2005) também fala sobre o jornalismo como construtor de sentidos e explica que há teorias que veem o jornalismo apenas como um noticiador neutro, somente repassando a realidade.

Há diversos campos de estudos sobre o jornalismo, alguns já mencionados, sobre o acontecimento em si, as narrativas jornalísticas, o agendamento e o jornalismo como construtor de sentidos, todos eles são importantes para a compreensão das notícias sobre as imigrações, mas vale ressaltar que se levarmos em consideração o jornalismo como auxiliador na construção da realidade, pode-se ver, especificamente, a imigração por uma nova perspectiva, além da estigmatização frequente sobre o assunto, e por isso a importância desse tema nesta pesquisa.

É comum o jornalismo ser visto, praticado e estudado pelos que acreditam na “objetividade (conhecidos como manualistas, os práticos), da transparência, da verdade, da neutralidade”, sendo apontado apenas como mediador dos acontecimentos, somente um “lugar de passagem” (Borelli, 2005, p. 2). Diante disso, o profissional do jornalismo encontra um impasse em que não há resolução, pois precisa informar com objetividade e neutralidade um fato, sendo preciso deixar de lado sua história, cultura e valores para escrever profissionalmente (Borelli, 2005).

Em oposição ao ponto de vista que preconiza a mera transmissão e reprodução da realidade, há o entendimento de que a atividade jornalística é de produção de sentidos, não se tratando de um lugar neutro, de passagem, mas de operações de sentidos, instituídas por relações entre campos e atores sociais. (Borelli, 2005, p. 6)

Diante disso, pode-se pensar em perspectivas internas e externas, como a cultura ou o editorial do meio comunicacional (Borelli, 2005).

Neto (1999), em citação de Borelli (2005), diz que as imigrações não deixam de existir caso não tenham espaço na mídia, mas podem ser vistas e legitimadas através dela. A mídia tem um papel importante no processo de mediar os acontecimentos dos campos sociais, pois aproxima e abre a porta para a discussão dos assuntos, mesmo que eles sejam distantes. Assim, o jornalismo tem uma responsabilidade social, se apresenta como um produtor de sentidos e por passar por diversas áreas, traz à tona realidades diferentes (Borelli, 2005).

Porém, vale destacar que os sentidos não podem ser estabelecidos pelo jornal, pois eles são apenas pré-dispostos e pré-determinados, sendo definidos somente na relação entre o dispositivo e o leitor, que mobiliza estratégias próprias de interpretação a partir de suas culturas, história de vida, ideologias, desejos, etc. (Borelli, 2005, p. 10)

## **Metodologia**

A pesquisa tem a proposta de analisar como os portais 1) Folha de Boa Vista, 2) Folha de São Paulo, 3) Correio Braziliense e 4) G1 Roraima construíram suas narrativas sobre o acontecimento do fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela no início da pandemia da Covid-19. Dessa forma, foram escolhidas quatro matérias, sendo uma de cada webjornal mencionado, que falavam sobre o anúncio do ex-presidente da República, Jair Bolsonaro, a respeito do fechamento. Das matérias escolhidas, três são do dia 17 de março de 2020, sendo a data do anúncio, e uma do dia 18, logo após a publicação da portaria no Diário Oficial que autorizava o fechamento da fronteira. Além das datas específicas, foram utilizadas palavras chaves como “fechamento”, “fronteira”, “Venezuela” e “Brasil”.

Este trabalho se trata de uma pesquisa qualitativa, com foco também nas narrativas noticiosas. A metodologia é baseada no estudo de Oliveira Filho (2016) que propõe matrizes para analisar a qualidade do conteúdo e da técnica de produções jornalísticas. Recorre-se aqui à segunda vertente da matriz, uma categoria relativa à ética. Considera-se, também, as modificações realizadas por Oliveira Filho e Hilgemberg (2020) para adaptar a matriz à mídia/jornalismo digital e à temática das migrações. As perguntas são as seguintes: 1) São abordadas pessoas com diferentes visões sobre o assunto?; 2) Os/as imigrantes são ouvidos/as?

Ainda, de forma a englobar as discussões teóricas sobre migrações desta pesquisa, acrescenta-se aqui quatro perguntas: 3) Essas notícias mostram subjetividade em seus textos, podendo construir um novo sentido ao receptor?; 4) O acontecimento é abordado da mesma maneira em todas as matérias selecionadas?; 5) Há contextualização do acontecimento nas narrativas jornalísticas?

As perguntas nem sempre obterão respostas conclusivas (e nem é esse o objetivo), mas servem como ponto de partida para refletir sobre a figuração dos migrantes e da temática migratória nas notícias.

As matérias foram selecionadas de forma aleatória, baseadas no dia (em 17 de março 2020) em que o presidente da República anunciou o fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela, localizada na cidade de Pacaraima, Roraima. Tanto webjornais nacionais, quanto os locais, foram escolhidos considerando o pressuposto de que possuem grande alcance e importância em suas respectivas escalas de atuação.

Assim, foram escolhidas duas matérias locais e duas matérias nacionais para verificar se há diferença nas narrativas, tendo em vista que “mídia local denota uma comunicação baseada em informação de

proximidade” (Peruzzo, 2005, p. 69). Temer (2019) diz que o (tele)jornalismo nacional e o (tele)jornalismo local andam juntos, mas quando são observados numa comparativa, percebe-se que além de diferentes, têm visões para caminhos opostos. A autora fala do telejornal, mas aplico essa pesquisa ao webjornalismo, pensando na questão da proximidade.

### **Análise das Matérias**

Para facilitar na compreensão da análise com os indicadores, irei pontuar cada jornal com um número, sendo: Folha de São Paulo (1); Correio Braziliense (2); G1 Roraima (3); Folha de Boa Vista (4). Ao tratar de acontecimento durante a análise, me refiro aos estudos de Lage (2013), descritos anteriormente.

Em relação ao primeiro indicador, no jornal 1 não há pessoas com diferentes visões sobre o assunto, pois a matéria aborda apenas as falas do Presidente, Ministro e Parlamentares de Roraima - que são a favor do fechamento da fronteira, ou seja, apenas o ponto de vista da necessidade do fechamento é mostrado, como quando Bolsonaro fala que a fronteira entre o Brasil e a Venezuela é mais sensível ou o Ministro Mandetta falando sobre a precariedade do sistema de saúde de Roraima.

No jornal 2, novamente há apenas uma visão sobre o assunto. O jornal traz apenas falas do presidente de forma geral sobre o fechamento da fronteira, nem mesmo algum comentário complementar para a notícia.

O jornal 3 demonstra ser o mais completo em relação a quantidade de pessoas com diferentes visões sobre o assunto. Além do pronunciamento do presidente (a favor do fechamento, se podemos definir assim), há uma imigrante venezuelana que foi barrada na fronteira e



um imigrante venezuelano que conseguiu passar, pois tinha documento de residente brasileiro. A imigrante Ninosca Leon, de 55 anos, que foi barrada quando estava vindo para o Brasil de carro com sua família para comprar comida e remédio, diz em sua fala que “Se são ordens para combater o vírus, então é preciso que sejam cumpridas, mas o governo deveria pensar em medidas para que possamos ter alimentos e, sobretudo, medicamento”, o que demonstra a falta de melhores soluções para a imigração durante a pandemia. A terceira visão é do imigrante Júlio César Rodrigues, de 39 anos, que estava na Venezuela levando comida para sua filha de 17 anos, mas conseguiu retornar mesmo após o fechamento da fronteira. Mesmo assim o imigrante se preocupa com a situação e diz que “Não sei o que pensar. Estou entrando, mas estou vendo que outros companheiros venezuelanos não têm acesso, somente os brasileiros. Só entrei porque apresentei o documento de residente, mas os que têm residência temporária também não estão entrando”. Ou seja, mesmo com a preocupação da pandemia, os imigrantes ainda têm outros problemas.

O jornal 4, mesmo sendo um jornal local, não traz pessoas com diferentes visões sobre o assunto, citando apenas a notícia sobre o fechamento.

Sobre o segundo indicador, os/as imigrantes são ouvidos/as? nos jornais 1, 2 e 4, nenhum imigrante é ouvido. Apenas no jornal 3, um jornal local, os imigrantes são ouvidos. É importante que o imigrante seja ouvido e nesse caso, falou seu lado da história, diferente do que Albuquerque (2020) constatou nos telejornais italianos. Diante de uma situação já decidida, o imigrante pôde mostrar sua situação, demonstrando a necessidade de um olhar diferente para eles. Mesmo assim, o

imigrante aparece em mais uma situação de vulnerabilidade: uma imigrante ainda sendo impedida de passar pela fronteira, tendo risco de ser deportada. O conhecimento dos jornalistas locais sobre as problemáticas que perpassam as migrações, que fazem parte do cotidiano roraimense, pode ser indicado como um fator que leva ao conteúdo diferenciado.

Sobre o terceiro indicador, busca-se verificar se as notícias mostram subjetividade em seus textos, podendo construir um novo sentido ao receptor? As matérias dos jornais 2 e 4 seguem um padrão bem clássico de notícias, demonstrando uma tentativa de praticar os ideais da imparcialidade e da objetividade nas notícias. O que mais chama atenção é que um é local e o outro nacional, mas em nada se diferem em suas narrativas, mesmo que o local tenha uma proximidade, apenas notícia brevemente sobre a decisão.

Já nos jornais 1 e 3, as subjetividades ficam mais evidentes nos textos, pois diferentemente dos jornais 2 e 4, eles trazem de maneira contextualizada o acontecimento. O jornal 1 é um jornal nacional, então não tem a característica de proximidade enquanto um norteador (Peruzzo, 2005), mas ele se apega a outros pontos cruciais que podem auxiliar na construção de novos sentidos. O fechamento da fronteira não se tratava apenas de uma simples proibição, mas já é uma problemática antiga, além de perpassar por diversos ambientes, é importante lembrar que a imigração venezuelana acontece há anos por causa de uma crise política e econômica, além disso, Roraima faz fronteira com esse país. Ao mencionar características que perpassam a fronteira entre o Brasil e a Venezuela, como os motivos da imigração, a distância entre as cidades fronteiriças, o que os políticos de Roraima estão falando sobre o assunto, etc., a narrativa contribui para que o leitor tenha uma maior

compreensão do assunto. O morador de outro estado, ao ler a notícia, não saberá apenas que o tráfego para mercadoria continuará, mas também perceberá que além do valor econômico, pessoas passam pela fronteira todos os dias em busca de melhoria de vida - o fator humano que envolve a temática. Essa contextualização é percebida quando na narrativa tem a seguinte menção “com o agravamento da crise na Venezuela, Roraima passou a receber um alto fluxo de refugiados venezuelanos”. Então o acontecimento não é narrado dentro do conjunto axiológico, mencionado por Lage (2013), mas é feito por processos que relacionam campos e atores sociais (Borelli, 2005).

O jornal 3 é um jornal local e conta com a característica de proximidade, mas isso não o obriga a trazer uma contextualização para o assunto, pois os moradores já estão inseridos no acontecimento da imigração. Entretanto, o jornalismo feito na matéria pode construir novos sentidos aos receptores sobre a imigração. Quando o texto foi publicado, a fronteira já tinha sido fechada, então os jornalistas mencionaram o anúncio do presidente, o pedido do governador para que a fronteira fosse fechada e traz dois imigrantes como fonte que se preocupam com a situação. A narrativa faz questão de mencionar que a imigrante venezuelana estava com a família, tinha 55 anos e estava indo comprar remédio e comida, ou seja, é uma pessoa com uma idade mais avançada que provavelmente tem necessidade dos remédios, além da comida que é necessidade diária para todos e todas. Ou seja, mesmo que apenas a mercadoria continuasse, ainda existe uma crise humanitária no acontecimento.

Quarto apontador, o acontecimento é abordado da mesma maneira em todas as matérias selecionadas? O acontecimento não foi abordado

igualmente em nenhuma das matérias. Há uma certa similaridade entre os jornais 2 e 4, pois eles são objetivos em suas narrativas. O jornal 2 não menciona em nenhum momento que a fronteira será fechada por causa da pandemia do coronavírus. A matéria é composta por quatro parágrafos, sendo três deles com falas diretas do ex-presidente.

Já os jornais 1 e 3 falam de forma mais ampla do acontecimento e ainda assim, ele é abordado de forma diferente: o jornal 1 traz insights sobre o que envolve a fronteira entre o Brasil e a Venezuela. A matéria começa com o acontecimento principal, explica os motivos, tendo um lead completo. O jornal 1 aborda com certa objetividade o assunto e mesmo assim consegue trazer uma notícia bem escrita e completa. O jornal 3 aborda de forma ainda mais aprofundada e traz as fontes com diferentes visões. O texto insere a fala dos imigrantes e ainda finaliza descrevendo com detalhes o que está permitido, o que não está, quais serão as medidas tomadas, etc. Cada narrativa é escrita pelo modo em que os veículos são organizados, tanto no espaço que ela ocupa quanto como irá descrever o acontecimento (Sodré, 2009).

Sobre o quinto indicador, busca-se refletir sobre a contextualização do acontecimento nas narrativas jornalísticas. Nos jornais 2 e 4 não há contextualização do acontecimento. Os jornais 1 e 3 trazem uma contextualização do assunto quando falam sobre a imigração que já ocorre na fronteira.

## **Conclusão**

De forma geral, a pesquisa tinha como objetivo verificar como as narrativas jornalísticas sobre o fechamento da fronteira, devido à pandemia da Covid-19, foram construídas.

Normalmente os textos jornalísticos são escritos com base nos padrões pré-estabelecidos pela sua organização (Sodré, 2009), isso tornou-se evidente a partir da análise feita, tendo em vista que os quatro webjornais analisados abordaram o assunto de formas diferentes. Quando se menciona diferentes, diversos podem ser os aspectos pontuados, como estrutura de texto, conexões com outros acontecimentos, tamanho, quantidade de citações diretas, conteúdos abordados, ordem das informações e entre outros.

Mesmo com os padrões estabelecidos pelos meios de comunicação e a dificuldade que os jornalistas têm de desenvolver um olhar crítico para os acontecimentos (Lage, 2013), algumas narrativas evidenciaram subjetividades a respeito do acontecimento, permitindo diferentes interpretações sobre o fechamento da fronteira, como apontado na Folha de São Paulo e no G1 Roraima. Constatamos que esses dois jornais optaram por dar um contexto à 59 decisão do Presidente, possibilitando a construção de novos sentidos aos leitores (Borelli, 2005), e dando qualidade à narrativa.

Percebemos que os jornais Folha de Boa Vista e Correio Braziliense optam por seguir os padrões do conjunto axiológico, mencionados por Lage (2013), e fazem uma narrativa objetiva, sem contextos ou ligações com outros acontecimentos. Dependendo do ponto de vista, isso pode ter diferentes consequências. Baseado no que Borelli (2005) diz sobre o privilégio da mídia na construção dos fatos, uma narrativa sem uma melhor explicação, pode se tornar fraca.

Outro ponto identificado é que a questão da proximidade do jornalismo local e nacional, referente ao conceito de Peruzzo (2005), não fez diferença para a forma como as narrativas foram escritas. A Folha

de Boa Vista é um jornal local, mas não trouxe mais informações sobre o fechamento. Pelo fato de o jornal estar inserido no contexto social em que acontecem parte das migrações venezuelanas, pode ser que o jornalista não tenha visto a necessidade de maior explicação sobre o fechamento da fronteira e as problemáticas que passam por ela, já que a população já as conhece.

O Correio Braziliense e a Folha de São Paulo não têm a característica da proximidade, mas a Folha de São Paulo não se limita a isso em sua narrativa, fazendo questão de trazer diversas informações complementares ao fato em sua matéria, algo que o Correio não fez.

A Folha de São Paulo ligou o acontecimento - o anúncio - a outros, assim como é mencionado por Vogel (2013) quando explica sobre acontecimento e isso, traz qualquer leitor para uma imersão dos ocorridos que envolvem o fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela. Isso é de suma importância, tendo em vista que se trata de um jornal de nível nacional, que alcança mais pessoas. Pensar sobre o alcance das matérias de jornais nacionais nos faz refletir ainda sobre como os leitores do Correio Braziliense não tiveram auxílio à outras informações para a compreensão do acontecimento de forma ampla.

Concluimos assim, no contexto do recorte de análise, que a narrativa não está atrelada apenas ao conceito de local/nacional, pois elas são escritas de formas diferentes independente da proximidade que os jornalistas têm do acontecimento.

A Folha de Boa Vista, mesmo tendo escrito a matéria falando apenas sobre o anúncio do fechamento da fronteira, poderia ter aproveitado a característica de proximidade e construído uma matéria mais completa, dando visibilidade ao imigrante, por exemplo. O imigrante

não escolhe como aparece na mídia (Albuquerque, 2020), mas nesse caso é importante que ele seja ouvido como fonte.

## Referências

Albuquerque, F. C. (2020). *Corpo suspenso: o (a) imigrante na mídia italiana* [Tese Doutorado, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas].

Bezerra, G. N. (2020). *Mídia e Diáspora Venezuelana: Recepção dos leitores sobre a migração do GI Roraima* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Pará].

Bhabha, H. (1998). *O local da cultura*. Ed. UFMG.

Borelli, V. (2005). Jornalismo como atividade produtora de sentidos. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane-jornalismo-atividade-sentidos.pdf>

Cogo, D. (2012). Cidadania comunicativa das migrações transnacionais: usos de mídias e mobilização social de latino-americanos. Em D. Cogo, M. Elhajji, & A. Bailén (Eds.), *Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais* (1<sup>a</sup>. ed, Vol 1, pp. 43-65). Ed. inCOM UAB.

Fausto, N. A. (1999). *Mídia impressa. Estudo sobre a Aids*. Hacker Editores.

Fernández, A. P. (2020). Interculturalidade, mídia e migração na América Latina. Em O. Márcia. & D. M. das Graças (Eds.), *Coletânea*

*interfaces da mobilidade humana na fronteira Amazônica* (1a ed., Vol. 1, pp. 17-30). Ed. UFRR.

Fonseca, F. (2011). Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 1(6), 41-69.

Gontijo, M. M. (2002). *Contribuições à construção de uma perspectiva híbrida para o jornalismo contemporâneo* [Trabalho apresentado]. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Salvador, BA, Brasil.

Guerra, S. (2017). A nova lei de migração no Brasil: Avanços e melhorias no campo dos direitos humanos. *Revista de Direito da Cidade*, 9(4), 1717- 1737.

Hall, S. (2003). *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Ed. UFMG.

Lage, L. (2014). O acontecimento é o passado da notícia? Em L. B. Souza, A. Elton & V. P. Bernardo (Eds.), *Para entender o jornalismo* (1ª ed., Vol. 1, pp. 77-88). Ed. Autêntica.

Leal, B. S., Vaz, P. B., & Antunes, E. (2010). De quem é a agenda? Em B. Marcia, & F. Virginia, (Eds.), *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos* (1a ed., Vol. 1, pp. 221-240). Ed. Insular.

*Lei no 13445 de 24 de maio de 2017*. Institui a Lei de Migração. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/113445.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113445.htm)



Mccombs, M. & Shaw, D. (2000). A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado de ideias. Em T. Nelson (Ed.), *O poder do jornalismo* (1a ed. Vol. 1, pp. 1-2) Ed. Minerva.

Organización Internacional para las Migraciones – OIM (2022). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2022*. <https://publications.iom.int/books/informe-sobre-las-migraciones-en-el-mundo-2022>

Oliveira Filho, J. T. (2016). *Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Oliveira Filho, J. T. & Hilgemberg, T. (2020). A representação de venezuelanos e venezuelanas na mídia local em Roraima. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 19(1), 144-154.

Peruzzo, C. M. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 16(43), 67-84.

R4V. (2023, agosto 5). Refugiados y migrantes de Venezuela. <https://www.r4v.info/es/refugiadosymigrantes>

Sayad, A. (1979). *A imigração de paradoxos da Alteridade*. Ed. USP.

Sodré, M. (2009). *A narração do fato: Notas para uma teoria do acontecimento*. Ed. Petrópolis/Vozes.

- Temer, A. C. R. (2019). O nacional e o local: relações de complementaridade e dependência. Em I. Coutinho, & C. Emerim (Eds.), *Telejornalismo local: teorias e conceitos* (1a Ed., Vol. 5, pp. 75-90). Ed. Insular.
- Véron, E. (2001). *El Cuerpo de las imágenes*. Ed. Gedisa.
- Vizeu, A. (2003). A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação à enunciação jornalística. *Revista FAMECOS*, 22(1), 107-116.
- Vogel, D. (2013). O acontecimento jornalístico e as condições da experiência. Em V. Daisi, M. Eduardo, & G. Silva (Eds.), *Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais* (1a Ed., Vol. 1, pp. 65-84). Ed. Insular.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Em S. T. Tadeu (Ed.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (1a Ed., Vol. 1, pp. 73-102). Ed. Vozes.

# O PRIMEIRO EMBATE ENTRE LULA E BOLSONARO: COMO O GOOGLE PODE SER USADO A FAVOR DAS NOTÍCIAS FALSAS?

*Tiago Segabinazzi<sup>1</sup>*

Normalmente uma informação falsa é percebida como *opaca*: como algo que esconde a realidade. Porém, este texto busca chamar atenção para aspectos um pouco mais sutis no funcionamento de *fake news* na política brasileira: a formatação da realidade a partir da apreensão sugerida pela mensagem, a exacerbação de uma parcialidade factual e a ressignificação de significantes. Todos estes aspectos, dentre tantos outros ainda a serem destacados, estiveram presentes na campanha para presidência do Brasil em 2022. Esta análise semiótica foi feita a partir de casos percebidos durante a campanha a presidência da república em 2022.

---

1. Mestre em Ciências da Comunicação.  
Doutorando no Prog. de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos.  
[tiagosegab@gmail.com](mailto:tiagosegab@gmail.com)

O encontro entre Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro era um dos episódios mais aguardados na novela política brasileira dos últimos anos. Apesar da oposição entre eles ter se formado quase ao natural, o confronto direto demorou a acontecer. É comum falar em narrativas de um lado e de outro, como se oferecesse uma visão de mundo coesa e todas as ações englobadas por cada uma delas estivessem de acordo com o que propõe a ideologia. O embate seria o momento em que as narrativas iriam se chocar e talvez dos escombros que restarem se diferencie o que é mentira e o que é verdade, ou o que é fato e o que é uma ficção narrada.

Durante os treze anos em que estive na presidência, o Partido dos Trabalhadores (PT) acumulou desgastes, críticas e escândalos que se transformaram num discurso amplo, sólido e incontornável como uma montanha – era sabido que o alpinista que mais alto a escalasse seria premiado com a próxima eleição. De todos os postulantes que se dispuseram a esta empreitada, Bolsonaro foi aquele que mais forte investiu no clima antipetista, a ponto de dizer que iria ‘fuzilar a petralhada’. Apesar disso – ou por causa disso –, foi eleito presidente brasileiro em 2018. Mesmo assim, parecia que sua campanha não havia acabado, pois continuava a lembrar do antigo governo como alguém que quer convencer outra pessoa dos benefícios do paraíso citando a horripilância do inferno. Desde o início, o governo bolsonarista foi marcado por escândalos que iam da devastação ambiental, passando pelo sabotamento de órgãos fiscalizadores até o negacionismo científico que se opunha a vacinas contra a Covid-19. Era sua própria ruína. E por isso se tornou o novo alvo das críticas: a próxima eleição seria ganha por quem se tornasse seu grande opositor. Desde as primeiras

vezes em que pôde se pronunciar, Lula criticou Bolsonaro e disse que estava a serviço do Brasil na luta contra o fascismo. Após poder sair da prisão, esteve apto a disputar eleições, candidatou-se e se tornou o principal adversário de Bolsonaro. O discurso antipetista, porém, não se esgotou: além de não ter esfriado durante o outro governo, reencontrava seu motivo originário justamente para um confronto direto. Dois lados se desenharam. Do outro, a urgência antibolsonarista era concentrada no único candidato que poderia derrotá-lo nas urnas. Lula e Bolsonaro eram tanto o perigo quanto a força um do outro.

O encontro entre eles, porém, não ocorreu de forma tão natural quanto a oposição que se desenhou. Os dois, que lideravam as intenções de voto, estavam relutantes em participar de debates com os demais candidatos, pois seriam os alvos de críticas e isso poderia fragilizá-los. Nos debates organizados para o primeiro turno das eleições, participavam também os outros candidatos à presidência, com perguntas, réplicas e tréplicas organizadas de modo que todos se pronunciassem de forma equalitária: um candidato perguntaria uma vez e responderia apenas uma vez, de modo que aqueles que fossem escolhidos não pudessem mais sê-lo, como num típico programa de auditório em que ocorrem jogos e premiações. Um sorteio definiria a ordem desta dinâmica, que forneceria ao eleitor as informações necessárias para decidir sobre o futuro de seu país. A não ser por este momento, restavam apenas as propagandas que eram veiculadas nos meios de comunicação – em que o tempo era calculado conforme as coligações feitas entre os partidos – e as postagens em mídias sociais, determinadas por quanta verba é destinada a este fim.

No debate, os candidatos menos conhecidos aproveitavam a oportunidade de se mostrarem ao público escolhendo os mais bem colocados nas pesquisas. Lula e Bolsonaro eram os mais visados e quando chegava a vez de um deles escolher, restavam somente os candidatos desconhecidos – era normal que esse momento fosse usado para um dos dois principais oponentes fazer críticas indiretas ao outro ou propaganda de si mesmo.

No debate organizado pela Rede Globo, no dia 29 de setembro, a três dias do primeiro turno das eleições, Bolsonaro foi um dos primeiros chamados ao centro e pôde escolher com quem debater. Na oportunidade em que um dos dois poderia escolher o outro, o (na época) presidente recuou e chamou outro candidato de seu espectro político, Felipe D’Ávila. Após esta esquiva, começou-se a falar que a eleição poderia ser decidida sem que os dois se enfrentassem publicamente, já que as pesquisas apontavam que Lula venceria no primeiro turno com mais da metade dos votos e Bolsonaro não alcançaria nem 40%. Para garantir que nem aleatoriedade nem covardia pudessem evitar o aguardado confronto era preciso de um segundo turno, que ocorreu no dia 16 de outubro de 2022.

### **O encontro, o embate e o debate**

O formato do debate organizado pela Folha de S. Paulo, UOL, TV Cultura e TV Bandeirantes previa que além dos candidatos responderem perguntas dos jornalistas, também iriam se dirigir um ao outro. Até então, o que a campanha de cada um havia feito eram propagandas: nelas havia afirmações que não contavam com a resistência da realidade para se mostrarem verdadeiras, ou ao menos factíveis. Frente a frente, as

declarações de cada um encontrariam imediato contraponto no adversário, caso fossem contraditórias. Teoricamente, de visões incompatíveis em dialética se espera que reste apenas o verdadeiro, ou, ao menos o factual; além disso, um confronto de ideias e de versões deve fazer com que a falsidade apareça e que as contradições entreguem o farsante.

No primeiro dos três blocos, Lula atacou Bolsonaro em um dos pontos mais sensíveis de seu governo, a gestão federal durante a pandemia de Covid-19:

Você mentiu sobre a vacina. E o Brasil carrega a pecha de ser o país que tem mais mortes pela Covid. É lamentável. E mais ainda: o senhor não se dignou a visitar uma família que perdeu alguém para a Covid. Depois, para parecer bonzinho, foi ao enterro da rainha da Inglaterra, quando poderia ter visitado centenas de pessoas que morreram de Covid aqui. Disse que não morreram crianças. Morreram duas mil crianças de Covid.

As acusações foram objetivas, direcionadas à junção do indivíduo com o cargo que ocupa – justamente a figura de um Presidente da República – e dizem respeito à ética e à capacidade de gestão. Exceto pela menção às crianças, Bolsonaro respondeu sem se esquivar das críticas de Lula, afirmando que teria sido ‘outra realidade que ocorreu’. Ou seja, ofereceu outros fatos e outra *narrativa* aos fatos relatados, além de virar contra seu oponente o que lhe foi direcionado:

Seu Lula, entenda uma coisa: os enterros eram com caixão lacrado. Não se podia ir a enterros. Nem familiares. E eu visitei hospitais, sim. O senhor que não tem conhecimento. Só que eu não preciso fazer propaganda do que faço. Me preocupei com cada morte no Brasil. Repito. Nós compramos 500 milhões de doses de vacina. O Brasil foi exemplo do mundo no tocante à vacinação.

A princípio, trata-se de um tradicional debate entre políticos, em que ao invés de uma idealizada discussão de ideias com o objetivo de chegar a um projeto coletivo há acusações *ad hominem* e disputa pelo monopólio da interpretação. Na provisória inversão foucaultiana, não é a verdade que concede poder a quem a detém ou a quem está a seu lado – como diz o provérbio ‘conheceis a verdade e a verdade vos libertará’ –, mas sim o poder que define o que é a verdade (Foucault, 2013)<sup>2</sup>.

Dos diversos choques de versões divergentes entre Bolsonaro e Lula, um acusava o outro de ser ‘mentiroso’, ‘dizer mentiras’, ‘faltar com a verdade’. Parecia, portanto, que se tratava apenas de mais uma disputa pela hegemonia interpretativa. Ou seja, apesar do enfrentamento de lados antagônicos, a informação genuína, guiada somente pelos fatos, ainda poderia permanecer encoberta.

Ao mesmo tempo, porém, em que esta época se acostumou com a facilidade da falsificação e com este tipo de disputa vazia de significado, também vivemos em um momento favorável para verificação de fatos, números, declarações: é possível recuperar as falas de cada pessoa e comparar o que diz com aquilo a que se refere. Assim, se este é o momento – a era da pós-verdade, como argumentam – em que nos deparamos com tantas informações contraditórias, isso está evidenciado porque é possível, a partir dos registros e rastros deixados, conferir e flagrar o que é falso: se *A Verdade* é abstrata e continua fugidia, ao menos a mentira é gritante e está exposta.

De acordo com Peirce (1994), a realidade é mediada a nós por meio dos processos de semiose: os signos (conceitos, palavras, ideias)

---

2. A inversão é provisória porque a relação se dá tanto nos termos de poder-saber quanto de saber-poder.



são a estrutura de nossa percepção do mundo. É por meio de representações que é possível compreender o que ocorre ao nosso redor. Como poderiam os eleitores avaliar a fala de cada candidato para decidir em quem votar se cada declaração pode ser retorcida, sem garantia de que a realidade possa se impor – já que esta é criada quando é referida?

Seria preciso de uma realidade objetiva, que não pudesse ser contestada por narrativas. Tal objetividade poderia ser garantida com algo que disputa ideológico-interpretativa alguma fosse capaz de delinear. A princípio, a matemática poderia garantir esta inequívocidade e o desmatamento da Amazônia surgiu no debate para saber sob qual governo a mata sofreu mais.

Bolsonaro foi convicto ao dizer que a devastação foi maior no governo petista – e para isso, incentivou o telespectador a conferir o que ele dizia. ‘Desmatamento de 2003 a 2006. Quatro anos do governo Lula. Depois dá um Google, desmatamento, Jair Bolsonaro 2019 a 22’, sugeriu o candidato à reeleição. ‘Pode dar um Google, pode dar o que você quiser. Você vai perceber que quando eu ganhei as eleições tinha um desmatamento de 27 mil quilômetros. Caiu para 4 mil quilômetros’, respondeu o postulante ao seu terceiro mandato.

Conforme a checagem da agência de notícias Aos Fatos (Rudnitzki, 2022), ambos tiraram dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) de contexto: ou seja, o que cada candidato falou sobre os números do desmatamento da Amazônia foi escolhido conforme depusesse a favor de si mesmo; usaram os números conforme puderam para corroborar suas intenções. Os dados trazidos por Bolsonaro foram de apenas alguns poucos anos para omitir sua responsabilidade no desmatamento. A média de desmatamento nos dois primeiros governos

de Lula (15,7 mil km<sup>2</sup>) foi maior que a de Bolsonaro (11,3 mil km<sup>2</sup>), entretanto, enquanto o petista reduziu o desmatamento em 61% durante seus mandatos, nos três primeiros anos de Bolsonaro o número aumentou em 73% (Martínez-Vargas, 2022).

O interessante é que ao fazer uso de porções de verdade, neste caso, o que cada um deles disse não é exatamente uma mentira.

As buscas no site por ‘desmatamento no governo de Lula’ aumentaram 5.000% em relação à semana anterior, além de pesquisas como ‘quem desmatou mais, Lula ou Bolsonaro’. Entretanto, esta ‘conferida na realidade’ que o Google oferece não é pura, pois a percepção de quem busca já foi ativada pela sugestão das mensagens dos candidatos: ao conferir o que dizem os números, verão que dizem aquilo que os candidatos disseram. Assim, as imagens suscitadas pela mensagem são vistas como janelas e não são consideradas ‘ideológicas’, já que a realidade as ‘confirma’ (Flusser, 2011).

Esse episódio mostra que uma informação não apenas diz algo ‘de forma opaca’, mas faz ver algo da forma que sugeriu, como se fosse ‘transparente’. Há uma diferença importante em relação ao que se costuma pensar de uma mentira – algo que esconderia a realidade e pediria ‘fé cega’ naquilo que enuncia. Conforme Vilém Flusser (2012), após um pedaço de pau ter sido pensado como uma alavanca, todo pedaço de pau passou a ter este significado potencial em si: este é o poder de sedução de uma mensagem que não esconde a realidade, mas mostra-a exatamente da forma que propõe.

Seguem os problemas em relação à confiabilidade de uma mensagem.

O realismo de Peirce (1994) prevê que pode existir algo de objetivo, a realidade, que independeria de nossa cognição e de nossa observação. O mundo existe e acontece independentemente do que pensemos e do que possamos perceber e abstrair dele. Porém, isto não nos é acessível. Até a conta sobre o desmatamento da Amazônia, a matemática, portanto, pode ser considerada uma abstração do observador humano em relação à realidade – apesar desta declaração ser polêmica, não é o foco do artigo discuti-la em pormenores. Porém, de toda forma, trata-se de uma abstração compartilhada e inequívoca: pode ser quantificada objetivamente. A forma de se referir à realidade é que está sendo disputada pelas narrativas de Lula e de Bolsonaro. A forma de se contar os números.

Além do desmatamento da Amazônia poder ser medido em números que trazem resultados inequívocos, a temática é um caso de pouca dúvida, já que Bolsonaro prometeu em discurso desregular as atividades de exploração na região. Lula confiava que os números deporiam a seu favor, caso o eleitor os buscasse. Bolsonaro também tinha números que garantiam que suas declarações estavam ancoradas na realidade. Disso surgiu nas mídias sociais uma disputa de gráficos entre os apoiadores de cada candidato (O Globo, 2022).

O interessante é que ao sugerir que o telespectador ‘dê um Google’, Bolsonaro está incentivando-o a ‘ver a realidade com os próprios olhos’ – mas para perceber aquilo que ele acabou de dizer. Ou seja, para perceber que ele ‘fala a verdade’, primeiro Bolsonaro sugere o que deve ser visto: assim, ativa esta forma de perceber a realidade, que responde da forma sugerida e confere veracidade ao mensageiro. Esta relação poderia ser tratada nos termos da semiótica, em que o signo

organiza o caos da realidade (Pross, 1989) para podermos percebê-la. Porém, prestemos atenção novamente nas instruções de como fazer a pesquisa no Google.

‘Dá um Google aí em casa. Desmatamento de 2003 a 2006. Quatro anos do governo Lula. Depois dá um Google, desmatamento, Jair Bolsonaro 2019 a 22’.

Esta mensagem se assemelha a um comando: não o comando hierárquico de um comandante sobre seus comandados, mas o comando que recentemente se popularizou em programas de geração de imagens, em que o usuário insere instruções a um programa de inteligência artificial e este lhe responde com simulações criadas a partir dos termos inseridos. Um *prompt*. Esta mensagem coloca precisamente os termos que fazem com que os números sobre o desmatamento falem a favor de Bolsonaro, sendo referência justamente para a forma de calcular que favorece sua narrativa. A estratégia parece ter funcionado, pois os números que poderiam ser inquestionáveis diante de uma temática pouco cara ao candidato à reeleição e seus apoiadores foram interpretados de modo que poderia ser vantajoso – segundo esta interpretação.

Semioticamente, os termos ativam a percepção da realidade. Materialmente, eles buscam a referência que ‘verifica’ a mensagem: lhe dá aparência de verdadeira e lastro de realidade.

### **A campanha no Google e a criação de referente para lastrear a mensagem**

Seria pertinente colar a imagem de uma pesquisa no Google que comprove a argumentação que recém foi proposta, porém, no período em que este texto foi escrito – 2023 –, os resultados que o buscador

oferece podem não ser aqueles que eram oferecidos durante a campanha de 2022 – mais adiante trataremos disso para além da especulação. Ainda assim, vale a pena conferir que resultado foi oferecido a partir da pesquisa ‘desmatamento+Jair+Bolsonaro+2019+a+22’.

## Figura 1

People also ask :

Quanto foi o desmatamento entre 2019 a 2022? ^

De 2019 a 2022, período de implementação do relatório, houve 303 mil eventos de desmatamento, o que corresponde a **6,6 milhões de hectares**. Jun 12, 2023



ebc.com.br

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/desma...>

[Desmatamento no Brasil cresceu 22% no ano passado](#)

*Nota.* Captura de tela do Google, 2023.

No topo dos resultados, há esta seção do Google *People Also Ask* (PAA) – no Brasil traduzido para *As pessoas também perguntam*, que já foi chamado de *Perguntas relacionadas*. Como o nome explicita, trata-se de perguntas que costumam ser feitas sobre a pesquisa e que poderiam ajudar o usuário a tirar suas dúvidas ou a saber mais sobre o assunto. A primeira das questões sugeridas é justamente ‘Quanto foi o desmatamento entre 2019 e 2022?’. Ao clicar ali, uma caixa se abre com uma resposta pronta e direta e com o *link* do site de onde a informação se baseia.

Prestemos atenção: a pesquisa do Google traria a resposta para a busca que foi sugerida pela mensagem do candidato: ou seja, ofereceria um referente ao signo emitido. A busca no Google oferece a caixa de perguntas PAA a partir da mensagem do candidato; trata-se de um resultado que refina e *redefine* a pesquisa feita: transforma os termos

sugeridos em uma pergunta objetiva para, então, oferecer uma resposta com um *link* de um conteúdo como referente. Que *link*/referente é este?

O conteúdo oferecido como referente para a resposta da pergunta sugerida pela caixa PAA nos resultados da pesquisa sugerida pela mensagem do candidato vem da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), emissora de radiodifusão controlada pelo Governo Federal, responsável por divulgar a produzir conteúdo de suposto interesse público. O órgão é gerido pelo Ministério das Comunicações.

Recapitulando: 1) o candidato à presidência emite uma mensagem em que sugere 2) aos telespectadores que procurem no Google, 3) que oferece uma redefinição da pesquisa em forma de pergunta, que, ao ser clicada, 4) oferece uma resposta 5) com base em um site que tem o conteúdo produzido 6) por um órgão ligado a 7) uma pasta comandada por quem é escolhido pelo 8) Presidente da República em exercício – que é o candidato à reeleição que emitiu a mensagem inicial.

É tentador invocar a imagem de um jogador de futebol que cobra o escanteio e vai até a área cabecear seu cruzamento, porém, isto causaria a impressão de que se trata de um ato individual o que é um trabalho bastante articulado. Esta caixa de perguntas PAA, que refina a pesquisa inicialmente feita no Google, pode ser impulsionada por anúncios pagos de interesse de seu financiador. ‘Dar um Google’ não é uma ação tão liberta de interesses, que poderia emancipar o usuário devido à possibilidade de consultar informações confiáveis sobre o que quer que possam ter lhe dito.

O Google é amplamente visto como um site de buscas: um *buscador* e *encontrador* de conteúdo. Porém, é preciso lembrar que é também um *ofertador* de conteúdo: aquilo que aparece é apenas o que

foi disponibilizado a quem fez a pesquisa. Por quase tudo poder ser encontrado no Google e pela quantidade de resultados que aparece, a impressão é de que as buscas são feitas em ‘toda a realidade’. Além de haver muito mais conteúdo na *web* do que a camada superficial e limitada em que o Google investe sua busca, os resultados que ele traz como uma resposta podem ser apenas mais um produto disposto pela publicidade paga, ao invés de uma informação apurada, fruto de uma investigação crítica. Além de instrumento de investigação, o Google é instrumento de propaganda.

Pouco tempo atrás, o tempo de um candidato em televisão e rádio era o fator mais importante nas campanhas políticas. Mas isso tem mudado desde a eleição de Bolsonaro em 2018, quando o candidato foi eleito com apenas oito segundos de inserção em propaganda obrigatória na televisão – enquanto Geraldo Alckmin teve mais de cinco minutos e meio de propaganda e ficou apenas em 4º lugar no primeiro turno daquele pleito. Desde então, tem crescido a busca por anúncios no Google e em outras plataformas (Neves, 2022). Enquanto as campanhas gastaram R\$ 78,1 milhões com impulsionamento de conteúdo na eleição de 2018, em 2022, o total aumentou quase cinco vezes – R\$ 368,5 milhões.

Os gastos das campanhas em plataformas têm chamado tanto atenção que durante a campanha de 2022 circulou uma notícia falsa que afirmava que Bolsonaro não havia gasto quaisquer recursos com o Google; porém, naquele período, até 27 de outubro, mais de R\$ 4 milhões já haviam sido investidos no site (Ritti, 2022). Este é um caso de notícia falsa que tem um sentido opaco: ou seja, esconde o factual, aquilo que

se pode confirmar com checagem. A chapa de Bolsonaro foi a que mais gastou no Google – R\$ 28,7 milhões (Góis, 2022).

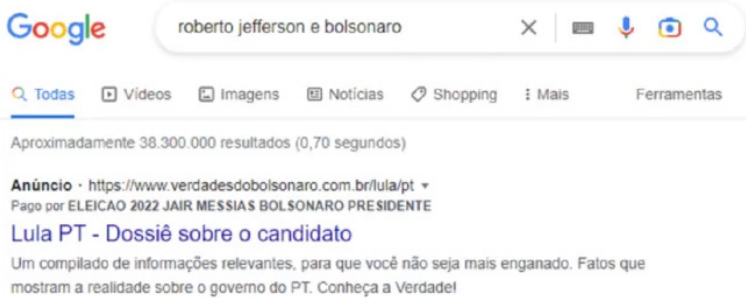
Na discussão sobre o desmatamento na Amazônia, portanto, vimos uma forma de fazer com que mensagens, ainda que dúbias ou contraditórias, possam ser lastreadas pelo Google e lhe dar uma aparência de verdadeiras – ou, no mínimo, não se pode dizer que se trata exatamente de um conteúdo falso. Ainda que as informações oferecidas ao eleitor fossem pouco confiáveis, havia algo de factual nos números manipulados. É como dizia Baudrillard (1997): a mensagem deixou de ser binária – verdadeira ou falsa – para ter ‘parcelas de verdade’.

### **Referentes em disputa, significados móveis**

Fora dos debates televisionados, seguem as campanhas de cada candidato para promover a si próprio e difamar o oponente. O primeiro dos próximos casos ocorreu quando Roberto Jéfferson, apoiador de Bolsonaro, disparou mais de cinquenta tiros de fuzis e atirou três granadas em um carro da Polícia Federal, que havia ido até sua casa cumprir um mandado de prisão contra o ex-deputado. No mesmo dia, Bolsonaro fez uma *live* para condenar o episódio e, tentando dissociar de si a imagem de Jéfferson, disse que ‘não tem uma foto dele comigo’. Como ambos são aliados de longa data e defendem causas semelhantes, bastaria uma busca no Google para comprovar de diversas formas a ligação entre eles.



**Figura 2**



*Nota.* Captura de tela, Uol Notícias, 2022.

O que o Google oferecia, porém, a partir da busca ‘roberto+jefferson+e+Bolsonaro’ no primeiro resultado era um espaço num site de apoio a Bolsonaro com críticas a Lula e ao PT: um anúncio pago, que, como mostram a Figura 2, foi financiado pela campanha do candidato à reeleição. A preocupação era tentar evitar o principal indício que poderia comprovar a relação amigável entre eles: uma fotografia. Ainda que números aparentemente inequívocos como sobre o desmatamento da Amazônia pudessem ter uma narrativa que os direcionasse a favor de Bolsonaro, um signo indicial é mais dificilmente contornado, pois, diferentemente dos outros, ele exige uma relação de presença ou ao menos de proximidade no espaço-tempo (Peirce, 1994). Verbalmente, o candidato até tentou desvincular Roberto Jéfferson de si, mas o poder declaratório que exerce mostrou-se limitado diante das imagens de ambos, que viralizaram em sites de notícia e em mídias sociais.

Porém, o que mais interessa aqui é que a partir de um anúncio pago no Google houve uma tentativa de ressignificar significantes que estariam associados a outros significados. ‘Palavras-chave’, já dizia

Raymond Williams (2003), são termos que mostram a mudança da sociedade e da cultura, pois seus significados são variáveis e evoluem ao longo do tempo. Ao invés de *significados* estáticos, mais preciso seria tratá-las como fruto de um processo de *significação*. Uma palavra-chave, além disso, o é por *abrir* algo cifrado. Pesquisar um termo no Google é como desbloquear um código a ele associado: abre os significados das palavras-chave, que estão em disputa.

No Google, o significado de um termo é o resultado oferecido pelo site que, mesmo sendo consultado como se fosse um dicionário, não tem seu conteúdo definido a partir de uma convenção técnica, e sim a partir daquilo que é produzido pela *web*, disponibilizado para seus motores de busca e impulsionado para corresponder aos termos pesquisados: trata-se de processos de *significação* que estão sujeitos aos interesses aliados aos poderes (econômico, político, ideológico) e mesmo a tentativas deliberadas de mentira e difamação, que foi o que ocorreu no caso de Simone de Beauvoir na Wikipédia, em 2015. Após uma questão do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) daquele ano trazer a passagem ‘ninguém nasce mulher: torna-se mulher’, do livro *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, o verbete da filósofa francesa na ‘Enciclopédia Livre’ teve que ser restringido para edições devido a ‘vandalismo’: recebeu 46 alterações em quatro dias, com descrições dela como ‘antifeminista’, ‘nazista’, que ‘escreveu um livro de estupro’, fez ‘campanha pela legalização da pedofilia’ e que ‘não entendia nada de biologia’ (Barifourse, 2015).

Esta lembrança não defende solidificar significados inequívocos em signos como forma de manter alguma ordem, apenas busca apenas chamar atenção para como este processo pode ser danoso e prejudicar

o debate público. A possibilidade de ressignificação de um significante pode fazer parte de uma guerra cultural a partir do interesse de grupos ideológicos e até mesmo configurar crime; mas por muito menos este processo pode ser mais silencioso e ‘somente’ causar confusão informativa.

### **A mensagem que destaca parcialidades e a mensagem que ressignifica o referente**

Naquela semana de campanha, a equipe de Lula impulsionou no Google um trecho de uma entrevista antiga em que Bolsonaro diz que ‘pintou um clima’ com garotas venezuelanas de 14 a 15 anos, que estariam ‘se arrumando para ganhar a vida’. O vídeo teve mais de 32 milhões de reproduções no YouTube antes de ser censurado pelo ministro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) Alexandre de Moraes. Para o magistrado, não é possível extrair da fala de Bolsonaro ‘o crime a ele atribuído’ – de pedofilia – pois tratava-se de ‘divulgação de fato sabidamente inverídico e descontextualizado’ (Muniz, 2022).

Diferente do caso de Roberto Jéfferson, que virou notícia devido à atualidade do acontecimento e motivou buscas orgânicas pelo caso, a divulgação deste vídeo foi estimulada artificialmente no site de buscas. Além disso, há ali a apreensão de uma parcialidade da realidade – um trecho de toda a fala – para usá-la para corroborar a sugestão propagandeada na época: de que Bolsonaro poderia ter praticado ou ter interesse em corrupção de menores. O vídeo completo fala de mais coisas e sua intenção é outra, mas a expressão ‘pintar um clima’ foi aproveitada como se fosse o mais importante, ou como se fosse a única coisa importante naquela fala – este foi o argumento do TSE para a propaganda do PT

ser tirada do ar. Neste caso pode-se dizer que a mensagem teve força suficiente para se mostrar incontornável, a ponto de Bolsonaro ter feito uma *live* de madrugada para explicar o caso e tentar desenrolar o que a imagem de pedófilo sugeria de forma inequívoca. Além disso, seu partido (PL) pagou até R\$ 166 mil para impulsionar três anúncios no Google que diziam que o candidato não era pedófilo.

Como forma de contracomunicação ao escândalo da pedofilia, poucos dias depois a campanha de Bolsonaro promoveu no Google o site Lulaflix para criticar seu adversário. O TSE vetou impulsionamentos a esta página e exigiu que fossem retiradas dela vídeos como o que acusa o PT de distribuir ‘kits gays’ em escolas (Seto & Vargas, 2022). Esta notícia falsa que afirmava que alunos recebiam mamadeiras eróticas já havia sido usada na campanha eleitoral de 2018 por Bolsonaro contra o candidato petista Fernando Haddad e se tornou um clássico nas *fake news* da política brasileira.

Se no caso anterior houve uma forma no mínimo insensata de se referir às meninas que conferiu alguma pertinência às mensagens por parte da campanha do PT – ao sugerir um caso de pedofilia por parte de Bolsonaro –, neste não há qualquer parcela factual para ser exagerada. O que ocorre é, ao invés de exagero, novamente, tentativa de ressignificação. Desde 2018, a acusação de distribuição do ‘kit gay’ nas escolas brasileiras se referia ao projeto ‘Escola sem homofobia’, que foi implementado quando o Haddad, seu adversário na época, era Ministro da Educação. Neste caso, a mensagem ‘kit gay’ busca fazer com que se veja na realidade – o projeto – aquilo que tenta sugerir: uma apologia à homossexualidade. É o caso de uma notícia falsa que não apenas aponta para algo que nunca existiu, mas busca fazer com que

se veja um referente *da forma* que a mensagem propõe – tenta mudar seu significado. Ao mudar o significado do projeto que busca combater a homofobia, este passa a ser visto como a prova da distribuição do ‘kit gay’: o que não existia empiricamente passa a existir em forma de significado, que pode encontrar seu lastro em outro referente, caso a mensagem seja acreditada.

## **Conclusão**

Este texto apontou para três modos em que uma informação pode buscar referente para ser ‘percebida na realidade’ como se fosse inequivocamente verídica: pela apreensão de dados conforme sua narrativa; pela exacerbação de um fragmento que sugere algo maior; pela tentativa de ressignificar um objeto contra a intenção de seu autor.

Se noutro momento se afirmava que as pessoas não checavam informação e por isso eram enganadas por notícias falsas, agora é preciso dizer que mesmo que hajam ativamente na busca por informações a partir de um procedimento que seria consideravelmente confiável – a pesquisa no Google – o esclarecimento do eleitor ainda não está garantido com este processo.

O caso examinado aponta para a responsabilidade que as plataformas de mídia têm no cenário tanto de credibilidade quanto de descredibilidade da conversação pública. A discussão sobre o constante acompanhamento e até mesmo a regulação destes atores no ecossistema informativo deve fazer parte de uma sociedade que busca corrigir os danos causados pelas notícias falsas.

## Referências

- Baudrillard, J. (1997). *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Sulina.
- Barifourse, R. (2015, outubro 29). Após Enem, filósofa francesa ganha acusações de nazista e pedófila na Wikipédia. *BBC News*. [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151028\\_simone\\_beaupoir\\_wikipedia\\_enem\\_rb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151028_simone_beaupoir_wikipedia_enem_rb)
- Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Annablume.
- Flusser, V. (2013). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Cosac Naify.
- Foucault, M. (2013). *Microfísica do poder*. Graal.
- Góis, A. (2022). *Google encerra eleições recebendo R\$ 125 milhões de campanhas, enquanto o Facebook faturou R\$ 88 milhões*. O Globo. <https://oglobo.globo.com/blogs/ancelmo-gois/post/2022/10/google-encerra-eleicoes-recebendo-r-125-milhoes-de-campanhas-enquanto-o-facebook-faturou-r-88-milhoes.ghtml>
- Neves, R. (2022, novembro 26). Faturamento do Google e Facebook em eleições. *UOL Notícias*. <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/11/26/faturamento-google-e-facebook-eleicoes.htm>
- Martínez-Vargas, I. (2022, outubro 16). Governo Lula teve média de desmatamento da Amazônia Legal maior que a de Bolsonaro, mas reduziu indicador em 61%. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/>

politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/overno-lula-teve-media-de-desmatamento-da-amazonia-legal-maior-que-a-de-bolsonaro-mas-reduziu-indicador-em-61percent.ghtml

Muniz, M. (2022, janeiro 17). Moraes cita uso responsável da liberdade de expressão na sentença que determinou remoção do vídeo sobre ‘Pintou um clima’. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/moraes-cita-uso-responsavel-da-liberdade-de-expressao-na-sentenca-que-determinou-remocao-do-video-sobre-pintou-um-clima.ghtml>

O Globo. (2022, outubro 17). *Fala de Bolsonaro sobre desmatamento leva a batalha de gráficos e prints nas redes: Veja o que dizem os dados oficiais*. <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2022/10/fala-de-bolsonaro-sobre-desmatamento-leva-a-batalha-de-graficos-e-prints-nas-redes-veja-o-que-dizem-os-dados-oficiais.ghtml>

Peirce, C. S. (1994). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. IntelLex Corporation

Pross, H. (1989). *La violencia de los símbolos sociales*. Anthropos.

Ritti, A. (2022, outubro 27). É falso que campanha de Bolsonaro não tenha gastado com Google; postagem subestima gastos. *Estadão*. <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/bolsonaro-lula-gastos-de-campanha-google>

Rudnitzki, E. (2022, outubro 17). Desmatamento: Lula x Bolsonaro, qual governo destruiu mais a Amazônia? *Aos Fatos*. <https://www.aosfatos.org/bipe/desmatamento-lula-bolsonaro-debate/>

Seto, G., & Vargas, M. (2022, outubro 16). Campanha de Bolsonaro impulsiona anúncios que dizem que presidente não é pedófilo. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2022/10/campanha-de-bolsonaro-impulsiona-anuncios-que-dizem-que-presidente-nao-e-pedofilo.shtml>

UOL Notícias. (2022, outubro 24). *Campanha de Bolsonaro fez anúncios em site de Roberto Jefferson*. <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/24/campanha-bolsonaro-anuncios-site-roberto-jefferson.htm>

Williams, R. (2003). *Palabras clave: Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Nueva Visión.



# **NÃO BASTA PARTICIPAR, PRECISA DIVULGAR: O 8 DE JANEIRO DE 2023**

*Cândida Emilia Borges Lemos<sup>1</sup>*

Era uma tarde de domingo típica do verão tropical no bioma Cerrado do planalto central brasileiro. Muito calor e nuvens esparsas. Exatos sete dias antes, naquele mesmo local, na Praça dos Três Poderes de Brasília, desfilava em carro aberto o recém-empossado presidente da República Federativa do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, eleito no pleito realizado em finais de 2022 em polarizada eleição. A capital brasileira, inaugurada em 1960, concebida pelo urbanista Lúcio Costa e pelo arquiteto Oscar Niemeyer, abriga o imponente Eixo Monumental onde estão a Esplanada dos Ministérios, a Praça dos Três Poderes e a Catedral Metropolitana. Ao meio, está o extenso gramado. São símbolos que personificam a democracia e a divisão dos poderes constitucionais

---

1. Doutora em História (Universidade do Porto/Portugal).  
Diretora da Sutra Comunicação e Consultoria.  
[candidaemiliabl@gmail.com](mailto:candidaemiliabl@gmail.com)

da República. E o gramado que campeia o Eixo é percebido como o espaço do povo, a fonte e a razão de todos os poderes.

No dia 8 de Janeiro de 2023, cerca de 5 mil pessoas adentravam a Esplanada. Minutos depois, as emissoras de TV interrompiam suas programações e passaram a filmar a marcha. Fotógrafos dos meios de comunicação tradicionais corriam pelo gramado central. Nas redes sociais, perguntava-se: Será boato que vão invadir o Congresso Nacional? Na multidão, destacavam-se o verde e amarelo dos trajes dos manifestantes e os aparelhos de telefone acoplados em suas mãos. Havia uma profusão de informações as quais eram de origens difusas, por intermédio dos dispositivos tecnológicos de mediação simbólica, os aparelhos celulares ou tele móveis.

Nas ações que objetivavam um golpe de Estado para destituir o presidente Lula, os protagonistas eram também emissores de informações, pois transmitiam fotos e vídeos em tempo real que produziam para seus grupos das redes sociais. Ao mesmo tempo, cinegrafistas e fotógrafos profissionais tinham seus equipamentos de trabalho destruídos pelos golpistas, quando eles invadiram e depredaram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Palácio do Supremo Tribunal Federal (STF). A visibilidade das ações se converteu em sinônimo de autenticidade e de imediatismo. Tudo era real, com ares de ficção.

### **Extrema-direita ganha musculatura**

“A classificação de indivíduos e grupos de acordo com seus posicionamentos diante das questões que galvanizam o debate político e social em termos de ‘direita’ e de ‘esquerda’ não é fruto do acaso”, lembra Sebastião Velasco e Cruz (2015, p. 19). Na cultura política dos

países e das regiões, em diferentes momentos históricos, há pontos em comum que caracterizam tais grupamentos, tais como visões de mundo opostas, padrões de comportamento e atitudes. Continua atual a definição de Norberto Bobbio para o duo esquerda x direita: “A antítese não poderia ser mais radical: em nome da igualdade natural, o igualitário condena a desigualdade social; em nome da desigualdade natural, o inigualitário condena a igualdade social” (Bobbio, 1994, p. 107).

Os agrupamentos da ultradireita no Brasil têm crescido desde início do novo milênio. Na luta pela hegemonia cultural da sociedade, conceito definido por Antonio Gramsci (1978), a ultradireita tem adentrado expressivamente na esfera pública brasileira. A radicalização da extrema-direita no país personifica elementos distintos, como a manipulação de dados por meio dos boatos digitais, *as Fake News*, difundidos em larga escala nas redes sociais; de estratégias de ataques digitais massivos contra pessoas e instituições republicanas, tais como o STF; e da propagação de pautas alinhadas à direita, como a ampliação e a liberação do uso de armas pelos civis.

Após os 21 anos da Ditadura Militar (1964-1985), os agrupamentos mais à direita estavam pelo menos aparentemente, silenciosos. Mas voltaram barulhentos a partir das manifestações de 2013 até assentarem no poder com a vitória de Jair Bolsonaro à presidência da República (2019-2022). “Exibe hoje um radicalismo ausente em passado recente, quando esteve à frente de governos civis, depois de longo período de mando ditatorial” (Velasco e Cruz, 2015, p. 45).

O impeachment da presidente eleita Dilma Rousseff em 2016 marca o fim de ciclo de governos de centro-esquerda capitaneados pelo Partido dos Trabalhadores, que se iniciou em 2003, com o primeiro

governo de Luiz Inácio Lula da Silva. O vice de Rousseff, Michael Temer, assumia a presidência em 16 de maio para um mandato tampão até final de 2018. De início, edita a medida provisória 726 que dava nova proposta de governo em uma clara guinada à direita. Leonardo Avritzer explica que houve um explícito rompimento com o governo anterior e negação de “qualquer relação entre o novo governo e uma pauta de direitos sociais e de diversidade cultural, sexual ou de qualquer outro tipo que continuasse a tradição de ampliação de direitos instituída pela Constituição de 1988” (Avritzer, 2019, p. 35).

A atual extrema-direita no Brasil e em vários países apresenta alguns traços comuns em sua visão de mundo e valores. Esther Gallego (2019) elenca as características desses agrupamentos: o combate sistemático às pautas identitárias, como o feminismo; o combate ao conhecimento científico, o incentivo às *fake news* e à difusão de conceitos como pós-verdade e antipolítica, do discurso do ódio como se fosse um direito à liberdade de expressão ofender pessoas publicamente, da banalização do ódio nas relações cotidianas e também:

a teatralização, utilização das redes sociais como canais de comunicação e proximidade com a população; a utilização de uma narrativa combativa contra as elites políticas e a construção do discurso meritocrático do *self-made-men* da centralidade do trabalho e do esforço individual. (Gallego, 2019, p. 124)

Nesse contexto, a mobilização dos grupos de extrema-direita tem passado necessariamente pelas redes sociais da internet, onde os militantes virtuais marcam suas atuações. Como veio a ser comprovado no inquérito que apura os atos (Estadão Conteúdo, 2023), houve farta convocatória para o comparecimento em Brasília no dia 8 de Janeiro.

Para Silveira, “as possibilidades de ação, articulação e emissão de opiniões com baixo custo para atingir milhares de pessoas tem possibilitado que causas com grande apelo fossem levadas as ruas a partir das redes” (Silveira, 2015, p. 218). Portanto, “o poder de organizar, agrupar e criar redes é um dos principais poderes da atualidade” (Silveira, 2015, p. 218).

Para uma noção do alcance e da penetração dessas redes, muitas vezes, obscuras e sem marcas, estudo apresentado por Silveira, no primeiro semestre de 2015, já revelava que “as principais lideranças da direita nas redes conseguiam levar suas mensagens nas redes sociais para uma audiência diária em torno de 40 milhões de pessoas conectadas a internet” (Silveira, 2015, p. 218).

Nas mobilizações de rua de 2013, quando um difuso público compareceu, num espectro que foi da direita à parte da esquerda, os grupos da extrema-direita mostraram sua cara sem a cerimônia de anos anteriores:

Nas movimentações de rede em torno do dia 20 de junho, as páginas mais compartilhadas no *Facebook* foram a do AnonymousBrasil, Movimento Contra Corrupção, Isso e Brasil e A Verdade Nua & Crua. Todas essas páginas possuíam um discurso de defesa da justiça em geral, da melhoria da vida e do combate a corrupção. Uma análise das práticas discursivas das postagens indica sua adesão ao pensamento da direita. (Silveira, 2015, p. 221)

Cabe ressaltar que o compartilhamento e a reprodução dos posts nestes grupos de cunho eminentemente ideológicos e políticos são feitos com base “na confiança, reputação e simpatia, independente da verdade dos conteúdos”. (Silveira, 2015, p. 218). É a internet profunda, sem filtro,

cheia de sombras e de mistérios nos quais apenas seus participantes conhecem os conteúdos das mensagens.

Na explosão de produtores e consumidores de mídias, qual papel das mídias tradicionais? Aqui se trata daquelas empresas que fazem da produção de notícias seu negócio, sua razão de existir. Elas não desapareceram. A influência das grandes empresas de comunicação nas redes é facilmente observável. Esses conteúdos da imprensa tradicional, por vezes, são editados, picotados, deturpados e transformados em outras mídias que pululam nas redes profundas da internet, nos grupos fechados, nos quais apenas os integrantes têm acesso aos posts. Sem um controle dos produtores iniciais das notícias. Como observa Silveira, “na internet, é comum a replicação de matérias dos portais jornalísticos. Isso não quer dizer que os compartilhamentos implicam a concordância dos compartilhadores com a matéria. Muitas vezes, o compartilhamento é feito para receber comentários majoritariamente críticos” (2015, p. 221).

A maioria dos grandes grupos mediáticos do país, tais como o Grupo Folha e Grupo Globo tem sido questionada por sua atuação em momentos dramáticos na história do Brasil, como o apoio explícito ao golpe de 1964. Na contemporaneidade, estes e outros grupos de mídia foram criticados pelo apoio à Operação Lava-Jato (2014-2021) e no processo de *impeachment* da presidente eleita Dilma Rousseff em 2016. À esquerda, a crítica é de que a imprensa foi responsável por um sentimento de antipolítica nos cidadãos, no sentido de hostilizar a política e os políticos. Em última instância, tal fenômeno havia fortalecido candidatos e grupos de extrema-direita (Lima, 2015). Nesse contexto, o jornalista Jamil Chade disse que “não dá para contar a história do Bolsonaro sem

contar a história da imprensa. Falar da imprensa no governo Bolsonaro é falar de cúmplices desta vitória” (Matos, 2022). Entretanto, a posição desses conglomerados de mídia não tem sido linear, pois eles tiveram relações de atrito constante com o governo Bolsonaro e com os grupos de extrema-direita.

### **Olhares que se cruzam**

Do ponto de vista da comunicação e de sua inserção nas intrincadas veredas da sociedade, Flusser detectou que “o significado geral do mundo e da vida em si mudou sob o impacto da revolução na comunicação” (2017, p. 123). Assim, hoje, vivemos em um mundo imagético, “que interpreta as teorias referentes ao mundo, [...] como os símbolos são fenômenos que substituem outros fenômenos, a comunicação é, portanto, uma substituição. Ela substitui a vivência daquilo a que se refere” (Flusser, 2017, p. 124). Portanto, os homens criam símbolos e os ordenam em códigos que estabelecem as conexões entre eles e a sociedade.

Na Teoria da Mídia de Harry Pross (Baitello, 2001), o corpo é entendido como mídia primária, já as roupas e adereços são mídias secundárias, que veiculam um propósito. As fotos e os vídeos, inclusive os postados nas redes digitais, são da ordem da mídia terciária. No caso específico dos golpistas que depredaram a Praça dos Três Poderes, havia uma convergência das mídias matrizes de Pross, pois não bastava o ato em si, mas havia necessidade de registrar aquilo tudo e também a própria imagem do golpista como emissor de conteúdos e protagonista dos atos. Ou seja, o objetivo primeiro dessas imagens era o de perpetuar

nas redes sociais a vontade expressa pelos manifestantes durante o ato. Isto vai ao encontro da percepção acerca da sociedade imagética na qual:

A transferência das vivências do corpo para o mundo das imagens significa também a sua transferência para um tempo congelado em um eterno presente. Um corpo que apenas se vê quando é visto, se observa quando é observado, jamais se sente porque não pode ser sentido. (Baitello, 2014, p. 120)

Ao mesmo tempo as mídias terciárias explodem com a possibilidade ilimitada de reprodução de imagens visuais e acústicas e sua distribuição irrestrita. Entretanto, isto aumenta o risco de saturação de conteúdos veiculados em larga escala. Pross diz que esses fenômenos “têm levado a comunicação humana a uma hipertrofia da visão e da visibilidade, em uma transferência da tridimensionalidade presente na mídia primária (com seus sentidos táteis) para as superfícies bidimensionais” (Baitello, 2001, p. 7). A exposição de imagens é tamanha que provoca pode provocar um efeito contrário no sentido de que “quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade”, aponta Kamper citado por Baitello. (2001, p. 7)

Do ponto de vista do jornalismo, os fatos são construídos por cada periódico para serem transformados em notícias. Estas são as ‘estórias’ jornalísticas, que não são factuais e nem objetivas. São construções sociais, são realidades construídas, nas quais o profissional observa alguns aspectos e outros não, em seu trabalho de investigação e apuração de eventos sociais (Tuchman, 1993, p. 159)

Os textos jornalísticos, usualmente, são polifônicos, pois neles estão implícitas ou explicitamente várias vozes de diferentes procedências, apresentadas de diversas formas textuais. Ela “exige apenas que se



representem, encenem, em dado texto, perspectivas ou pontos de vista de enunciadores diferentes” (Koch, 2006, p. 154).

Em resumo, a polifonia é um coro de vozes. Na prática jornalística, a polifonia explícita é utilizada para se dar mais credibilidade ao que está escrito. São as diferentes vozes que anunciam a existência de um jornalismo plural e que retrata os dissensos sobre determinada temática. Por sua vez, quando o enunciador indica que não é responsável por um dado enunciado, emerge-se a “modalização em discurso segundo”. (Maingueneau, 2001, p. 138)

No discurso direto, há a reprodução literal da fala de alguém, pois o jornalista se distancia da cena e “não se coloca como responsável por essa fala, nem como sendo o ponto de referência de sua ancoragem na situação de enunciação” (Maingueneau, 2001, p. 138). Na montagem desta estratégia, ressalta-se como é introduzido o discurso citante, que sempre deve “indicar que houve um ato de fala; marcar a fronteira que o separa do discurso citado” (Maingueneau, 2001, p. 142).

O jornalista define o enquadramento da notícia e das falas citadas, o *frame*. No que lhe toca, quando a informação é colocada em discurso indireto, há uma interpretação da fala citada, logo, por si há a opinião do relator mais explícita do que no discurso direto, uma vez que é relatado o conteúdo do pensamento. Por exemplo, na construção noticiosa da capa de um jornal, há uma hierarquia organizada por categorias, títulos, paratextos, chamada de texto, fotos, legendas. Enfim, é um conjunto harmônico que se constrói por critérios vários, que desde os estéticos, passam pela importância daquele tema para a organização jornalística, até os políticos e ideológicos. Ou seja, nada está em uma

primeira página por acaso, pois cada detalhe foi decidido, no mínimo, pelo editor e pelo programador visual.

Na montagem da primeira página, as informações mais importantes são colocadas em primeiro plano. Por sua vez, “o título deve atrair o leitor com um apelo emotivo, ao passo que a narração propriamente dita procura construir um suspense” (Maingueneau, 2005, p. 141).

No caso em tela, perguntamos: na cobertura, divulgação e interpretação das ações do dia 8 de Janeiro, qual papel coube à imprensa tradicional? Já não estava em causa noticiar que houve ações golpistas, mas entender o porquê delas e qual rumo que o país caminharia para o equilíbrio de sua democracia. Ademais, como os meios tradicionais lideraram com tantas informações. São analisadas as primeiras páginas do dia 10 de janeiro dos seguintes periódicos: os brasileiros *O Globo*, *Correio Braziliense* e *Folha de S. Paulo*; o espanhol *El País*; o estadunidense *The Washington Post*; o britânico *The Guardian*, em busca de entender o jornalismo no contexto da profusão de mídias, da militância virtual e de pouca veracidade do que circula aos borbotões no submundo digital.

Nos seis jornais analisados, a invasão e a depredação dos edifícios dos três poderes em Brasília foram a manchete da edição do dia. Cada qual ofereceu aos seus leitores o seu enfoque sobre os episódios.

Para a análise das fotos que estão nas capas dos jornais, baseamo-nos nos clássicos conceitos de Roland Barthes a respeito das imagens. Estas são objeto de três práticas ou intenções ou emoções: fazer, suportar e olhar. O fotógrafo, o *operator*; o que vê a foto, o *spectador*; e o fotografado, o *spectru ou*, referente (Barthes, 1984, p. 20).

A fotografia tem a capacidade de transformar “o sujeito em objeto”, pois o que se vê é a imagem da pessoa fotografada e não ela

própria, que passa a ser “o tudo o que vier ou o tudo que for” (Barthes, 1984, p. 31), pois será sempre uma representação de uma situação retratada. Por sua vez, tanto o fotógrafo quanto o fotografado não têm controle sobre a imagem produzida, pois a decodificação ficará por conta do *spectador*, que, por sua vez, vê de acordo com o contexto e do tempo quando for vista e do sua percepção de mundo, de seus valores.

Já os conceitos *studium* e *punctum* introduzidos por Barthes, orientam o interesse por uma foto. O *studium* é a está inscrita no mundo objetivo e real onde se dão ações humanas. Por sua vez, *punctum* diz respeito à subjetividade, fruto de visão particular de cada um, de seu mundo interno. É um detalhe percebido e sentido por uma pessoa ao ver uma foto. Explica Barthes: Não há uma regra que estabeleça uma ligação entre o *studium* e o *punctum*, quando ele está presente. É uma “co-presença, é tudo o que se pode dizer [...] O detalhe é dado por acaso e para nada” (Barthes, 1984, p. 68). Neste particular, o *spectro* acrescenta à foto, dá uma nova vida a ela, embora o detalhe sempre tenha existido. Ele apenas fora distinguido.

## **Histórias do mundo em palavras e imagens**

Cerca de 90% do espaço da primeira página de *O Globo* estão ocupados por notícias sobre os atos golpistas, com uma manchete, várias retrancas, duas fotos e uma charge do cartunista Chico Caruso. O versal que encima as notícias é “O dia seguinte”, o que remete à ideia de que o assunto está em curso e que haverá atualizações contínuas, como uma história contada em capítulos. Em seguida, está o título principal “Polícia prende 1.500 e investiga financiadores de atos terroristas”. Como se

trata de uma edição dois dias após a tentativa do golpe, a ênfase está na investigação que havia começado.

Os verbos escolhidos, prende e investiga, enfatizam que o ocorreu não poderá ficar impune. Já o paratexto, usado no jornalismo para complementar e explicar o título principal, “Chefes dos Poderes e governadores endossam intervenção”. “‘Golpe não vai ter’, diz Lula”, fortalece o presidente Lula por colocar o discurso direto a fala de Lula e também pela escolha do verbo endossar que expressa concordância e apoio ao governo federal, no caso, dos governadores dos estados brasileiros.

A foto aberta (Imagem 1) mostra participantes dos atos anti-democráticos detidos em Brasília. A legenda detalha: “Retirados de cena. Cerca de 1,2 mil golpistas que estavam acampados no QG do Exército em Brasília foram levados a ginásio da Polícia Federal para encaminhamento judicial”. Na foto, com uma multidão ao fundo, no primeiro plano está uma mulher que usa a camisa da Seleção Brasileira de Futebol, traje-símbolo dos manifestantes do 8 de Janeiro, calça jeans. Sentada numa banqueta portátil, apoia os antebraços nas pernas, a cabeça está abaixada, a mão direita cobre os olhos e a testa, a direita está com punho cerrado e descido em direção ao solo. Percebida como o *punctum* da foto, a mulher passa a ideia de derrota, de vergonha, de desespero.

A segunda foto da capa de *O Globo* (Imagem 1) ocupa um quarto do espaço em relação à foto principal e é uma fotolegenda, pois não é acompanhada de texto de chamada nem de título. Apresenta o ato organizado pelo governo federal no dia seguinte à tentativa de golpe, quando os três poderes da República realizaram uma marcha de repúdio. A mensagem é de união. A legenda esclarece: “Gesto simbólico. Lula,

Janja, ministros do STF e governadores descem rampa do Planalto”. Por ter ocupado um espaço menor e estar localizada na parte inferior da página e ser uma fotolegenda, está claro seu papel secundário na hierarquia da capa.

## Imagem 1

*O Globo priorizou a punição aos golpistas e aos financiadores da tentativa de golpe*



*O Globo*, de 2023, Janeiro 10, capa.

A charge do veterano cartunista Chico Caruso tem a caricatura do juiz do Supremo Tribunal Federal (STF) e responsável na Corte Suprema pela apuração dos atos golpistas, Alexandre de Moraes, que carrega uma enorme lupa na mão direita. De decodificação imediata,

a charge é positiva ao magistrado e à Corte da qual faz parte: ou seja, nada ficará em branco, pois tudo será investigado com muito rigor.

O jornal *O Globo*, em sua chamada de capa, tenta estabelecer um nexu entre a invasão do Capitólio, Washington (EUA), em 6 de Janeiro de 2021, depois de partidários do então presidente Donald Trump protestarem contra o resultado das eleições presidenciais naquele país em 2020, quando foi derrotado. O texto de *O Globo* menciona a punição que os que atacaram o Capitólio estavam recebendo da Justiça: “A apuração das responsabilidades dos invasores do Capitólio já leva dois anos, com centenas de prisões, e se baseou em milhares de gravações de vídeo, inclusive as feitas pelos próprios vândalos E outros recursos de identificação facial”.

Por seu turno, a manchete do *Correio Brasiliense* foi a manifestação da noite anterior que reuniu representantes dos três poderes da República, com o título: “Lula, STF, Congresso e governadores se unem em ação contra golpistas”, seguido de foto que ocupa toda a largura da página. Na sequência, estão três subtítulos: “Distritais aprovam CPI para investigar atos terroristas”, “Ministério Público do DF quer afastar cúpula da PM”, “Mais de 1,5 mil extremistas presos na capital federal”. Como o jornal está sediado em Brasília, Distrito Federal (DF), há particularidades regionais nestes títulos, tais como o termo *distritais*, que são os 24 deputados do DF.

No texto que acompanha o título principal da capa, ao contrário de outros jornais brasileiros, há o termo pacto em defesa da democracia e ação conjunta contra o terrorismo. A ênfase está na união dos poderes. Os textos estão em discurso indireto, sem citação direta de falas dos principais personagens da cena. Ou seja, um texto mais interpretativo.

## Imagem 2

*A manchete do Correio Braziliense enfatizou a união dos três poderes*

www.correio braziliense.com.br

CORREIO BRAZILIENSE

TRÊS PODERES UNIDOS - 10 DE JANEIRO DE 2023

# Lula, STF, Congresso e governadores se unem em ação contra golpistas



Distritais aprovam CPI para investigar atos terroristas

Ministério Público do DF quer afastar cúpula da PM

Mais de 1,5 mil extremistas presos na capital federal

Correio Braziliense, de 2023, Janeiro 10, capa.

Na foto assinada pelo fotógrafo Mauro Pimentel, da Agencia de notícias *France Press*, estão na linha de frente da marchar democrática que cruzou o Palácio do Planalto, sede do Executivo, até o Palácio do STF, ambos na Praça dos Três Poderes de Brasília, estão em primeiro plano o Presidente Lula ao centro, à sua direita, sua mulher Janja e então ministro do STF Ricardo Lewandowski; à esquerda, estão os ministros do STF Roberto Barroso e Rosa Weber, e a governadora do estado do Estado do Rio Grande do Norte, Fátima Bezerra.

*O punctum* da foto pode ser percebido nos olhares fixos do presidente Lula e dos magistrados Lewandowski e Barroso para as lentes das

máquinas fotográficas e filmadoras que estavam posicionadas na frente da caravana. Por seu intermédio dessas lentes, a mensagem chegaria aos brasileiros e ao mundo. De acordo com a Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional, o olhar fixo e firme corresponde a uma “linguagem positiva, que indica confiança e que pode mudar completamente a sua comunicação em relação a outras pessoas” (Fonseca, 2023b).

O *Correio Brasiliense* apresentou na capa um painel com quatro fotos menores, um pequeno título, Patrimônio destruído, e legenda única: “Iphan avalia danos provocados pelos vândalos em móveis e obras de arte, como o quadro *As mulatas*, de Di Cavalcanti”. Nas fotografias, o cenário mostra o rastro da destruição, observado em detalhes pelos técnicos do Instituto Brasileiro do Patrimônio Histórico.

Já a *Folha de S. Paulo* ocupou praticamente 100% do espaço da capa para notícias relacionadas à tentativa de golpe e aos seus desdobramentos (Imagem 3). A manchete é: “Legalidade reage com retirada de acampados e detenções”. Assim, o foco não são pessoas nem instituição, mas o substantivo legalidade, entendido aqui como conformidade às leis do país, que passa a ser o sujeito da ação que detém e desocupa os acampamentos onde agrupavam os golpistas. O nome do presidente do país só aparece no paratexto: “Centenas de bolsonaristas são levados a ginásio da PF e devem ser indiciados; ‘não vai ter golpe’, diz Lula”. A frase de impacto do presidente, em discurso direto, está bem diluída na organização da página, portanto, passa quase despercebida.

A *Folha* também destacou as movimentações do ex-presidente Bolsonaro que se encontrava nos Estados Unidos desde os últimos dias de seu governo em 2022, com dois títulos e textos: “Deputados dos EUA querem Bolsonaro deportado do país” e “Ex-presidente é internado



na Flórida e diz que quer antecipar volta ao Brasil” Na decodificação, há um nexu entre os dois títulos tão negativos a Bolsonaro: a ideia de alguém que está em apuros, a caminho de tornar-se um fugitivo da lei.

### Imagem 3

*A Folha priorizou a manutenção da ordem e esvaziamento dos focos golpistas*



*Folha de S. Paulo, de 2023, Janeiro 10, capa.*

Entre as várias chamadas na capa da *Folha*, está a de um artigo do economista e filósofo Joel Pinheiro da Fonseca, colunista do jornal, intitulado “Direita é a maior vítima do golpe”. O autor defende que o Brasil “precisa de uma direita comprometida com a democracia, e o primeiro passo é condenar duramente os bandidos que invadiram os

poderes” (Fonseca, 2023a, p. 1). O artigo de opinião faz um dueto bem afinado com o editorial do jornal que aborda o mesmo tema, intitulado “O dia seguinte”, em que avalia que “tudo o que a turba delinquente conseguiu foi unir forças políticas, institucionais e sociais do país e do mundo” (Editorial, 10 Janeiro, 2023, p. 2). Claro está a auto definição ideológica do jornal: uma direita comprometida com a democracia.

Ainda no alto da página, está o título bloqueado em uma coluna que detalha a manchete, pois foca os financiadores do 8 de Janeiro: “Investigação identifica financiadores em 10 estados”. Mais uma vez, a *Folha* opta por colocar um substantivo, no caso investigação, como sujeito da ação e não instituições ou pessoas, na pouca ênfase aos ocupantes dos poderes da República.

A metade inferior da capa tem uma foto da manifestação que houve na cidade de São Paulo em resposta aos golpistas: “Manifestação na Av. Paulista repudia vandalismo”. Uma foto acompanha o título e o curto texto. Na foto, o objetivo, *studium*, é um compacto de pessoas que ocupa a principal avenida da maior cidade do Brasil; já o *punctum* fica por conta das poucas bandeiras empunhadas por manifestantes. Nelas está expressa a diversidade do movimento: algumas vermelhas, que simbolizam simpatizantes e partidários da esquerda; outra tem o arco-íris, símbolo do segmento LGBTQIA+; e algumas amarelas, numa tentativa de resgatar esta cor da bandeira nacional que fora encampada pelos movimentos de extrema-direita.

Por sua vez, a manchete de *El País* foca no ato realizado na véspera em que as forças democráticas repudiaram os atos golpistas: “Os poderes democráticos de Brasil sufocam o salto golpista” (Imagem 4).

## Imagem 4

O diário espanhol colocou em manchete principal o atentado brasileiro

www.elpais.com EL PERIÓDICO GLOBAL  
MARTES 10 DE ENERO DE 2023 | AÑO XLV | Nº 1666 | EDICIÓN MADRID | Precio: 2,00 euros

**Ciencia** La Nobel de Química que cambió el rock por la lucha contra el cáncer **120**

**Fútbol** Bale se retira tras solo seis meses en la Liga de EE UU **100**

**España urge a la UE a acortar la relajación de las ayudas de Estado**  
Pide que sea temporal y evitar una rebaja general de requisitos  
MADRID. Y. ZÓCER. / INVASION. La UE debe una revisión de las reglas para las ayudas de Estado en medio de su gran política por el impase de Bruselas de Alemania a sus empresas, con las que se espera que se cumpla con el pacto. Y España alerta con que se aumente para la igualdad de condiciones que supone una relajación general de los requisitos. El Gobierno reclama a la Comisión Europea que la restituya sus "temporal" de forma que se tiene a la vista el estado de derecho de las inversiones del plan de recuperación, según el documento al que ha tenido acceso EL PAÍS. El comentario de Mariano Rajoy, Thierry Breton, se reúne hoy con Pedro Sánchez. **Francia 18**

**Los poderes democráticos de Brasil sofocan el asalto golpista**  
Desmanteladas las acampadas bolsonaristas con más de 1.200 detenidos  
S. CALABRIZA GORTÁZAR. São Paulo. Los poderes democráticos de Brasil se perfilan ayer en un estado de defensa del imperio de la ley y se refieren a los "actos terroristas, vandálicos, delictivos y golpistas". El presidente Lula da Silva y las misiones responsables de las Cámaras y el Tribunal Superior asenhoran una declaración que llama a la seguridad. La noticia un día después del asalto por una turba de partidarios del ex-presidente ultraderechista Jair Bolsonaro, de las salas del legislativo, el ejecutivo y el judicial, en el caso más grave a la democracia brasileña desde el fin de la dictadura en 1964. Las acampadas golpistas son cuarenta mil personas desmanteladas y más de 1.200 personas fueron detenidas y trasladadas en autobuses a la sede de la policía. Bolsonaro, que se encuentra en París, criticó con feroz el asalto porque, según "escapa a la ley". **Francia 18**  
Escribió en la semana 18

**Treviño deja el Constitucional con una defensa de la intervención en las Cortes**  
JOSE MARIA BIRRETT. Madrid. Pedro González Treviño se dispuso ayer de la presidencia del Tribunal Constitucional con un discurso en el que defendió la decisión de impedir la votación en el Senado de la ley que pretende desdoblar el propio órgano de gobierno. Treviño subrayó que la Constitución no prevé "cambio de sus competencias" y criticó el

El País, de 2023, Janeiro 10, capa.

O paratexto foca nas prisões e no fim dos acampamentos dos partidários do ex-presidente Bolsonaro: “Desmantelados os acampamentos bolsonaristas com mais de 1.200 detidos”. Os atos recebem os seguintes adjetivos: terroristas, de vandalismo, delituosos, golpistas. Já os seus participantes são qualificados “multidão violenta de apoiadores do ex-presidente extrema-direita Jair Bolsonaro” (Gortázar, 2023, p. 1). O periódico espanhol colocou também uma breve fala de Bolsonaro, em discurso direto, em que avalia que o ato “escapa à norma”. A fala é introduzida com um comentário desabonador a Bolsonaro: “criticou

com falta de entusiasmo o assalto, porque disse que escapa às regras” (Gortázar, 2023, p. 1).

A foto da capa de *El País* ocupa quatro colunas. O premiado fotógrafo Ueslei Marcelino, da agência noticiosa *Reuters*, clicou os estragos que os golpistas fizeram nos equipamentos públicos: “Uma pessoa inspecionava ontem os danos depois do assalto ao Palácio do Planalto, sede do poder executivo em Brasília (Marcelino, 2023, p. 1). O *punctum* da imagem é a tarja amarela que corta a foto, nela está a mensagem: não ultrapasse. A tarja, em diálogo com a figura de um segurança ao fundo, com a mão direita levantada, significa que era o fim de linha aos predadores, pois a ordem estava estabelecida no Planalto.

Por seu turno, *The Guardian* já no título usa o discurso direto para definir os atos golpistas: “Grotesco assalto à democracia no Brasil” (2023, p. 1). O texto da chamada volta a repetir o adjetivo que está no título, grotesco ataque, que foi dito pelo embaixador brasileiro em Londres. Sobre a autoria dos atos, o diário britânico nomina a extrema-direita de apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro. Já a tentativa de golpe foi percebida como “esforço descarado para derrubar o democraticamente governo eleito de Luiz Inácio Lula da Silva”, embasado nas declarações do embaixador Fred Arruda. Mais além, *The Guardian* faz uma citação direta de Lula: “E eles testemunharão uma consequência não intencional das suas ações: a democracia brasileira emergente está ainda mais forte de aqueles episódios sombrios” (2023, p. 1).

O fotógrafo André Borges clicou um grupo de soldados do Exército Brasileiro de vigilância no local onde os golpistas provisoriamente estavam detidos. A mensagem imediata é a austeridade e a segurança que pairavam sobre a capital federal, na perspectiva de que o perigo

de golpe havia passado e a ordem constitucional estaria assegurada, em diálogo com o título da reportagem e com a legenda: “Oficiais do Exército montam guarda Brasília, onde pelo menos 1.200 manifestantes foram presos” (The Guardian, 2023, p. 1). Entretanto, em contraste às cores sóbrias e sisudas do uniforme dos soldados, ao fundo direito está um desfocado objeto em tom amarelo, uma das simbólicas cores da bandeira nacional. O objeto amarelo seria a nação lesada, sombreada, desfocada pelos atos golpistas?

## Imagem 5

*O diário britânico qualifica a tentativa de golpe no Brasil como grotesco*



*The Guardian*, de 2023, Janeiro 10, capa.

No *The Washington Post*, o título da manchete ocupa apenas uma coluna, pois o destaque é a foto que ocupa quatro colunas do jornal: *Revolta no Brasil não era segredo* (2003, p. 1). Ou seja, na assertiva do *Post* as articulações golpistas eram de conhecimento de autoridades e dos bastidores políticos brasileiros, ao mesmo tempo, insinua que houve descaso para coibir os vândalos.

No texto há o detalhamento necessário para a decodificação do título, inclusive, faz alusão à proximidade entre Bolsonaro e o ex-presidente estadunidense Donald Trump:

Pelo menos cinco dias antes uma horda de manifestantes de direita invadiu prédios do governo em o coração da democracia brasileira, a ligação saiu via Telegram e Whatsapp. A mensagem, compartilhada em grupos de fervorosos defensores do ex-presidente trumpista do país Jair Bolsonaro, apelou aos caminhoneiros, agricultores, criadores de gado, armas proprietários, líderes empresariais e ‘povo brasileiro’ agir. ‘Atenção, patriotas de todo Brasil. Sobre 08 de janeiro traremos Brasília parada. (Faiola, & Dias, 2023, p. 1)

O texto da chamada enfatiza que havia investigações sobre possíveis “financiadores obscuros” dos atos golpistas, por sua vez, estes são nominados como “assalto extraordinário”. O título secundário aborda o ex-presidente Bolsonaro que, em finais de 2022, fora para os EUA: “No modesto subúrbio da Flórida, Bolsonaro atrai multidão” (2023, p. 1). Na foto, Bolsonaro posa ao lado de apoiadores para fotos e filmagens como se nada ocorresse de extraordinário no Brasil.

# Imagem 6

## O Post apontou que a tentativa de golpe era já anunciada e prevista

Georgia dominates TCU, repeats as national champion. DI

# The Washington Post

Politics | January 10, 2023 | Page 1

### With gavel, McCarthy faces GOP infighting

House Republicans pass rules package as speaker tries to unite his party

**BY MANUELA SOUSA AND ALEXANDER W. CRAMER**

Republicans successfully passed their first piece of the new majority's legislative agenda in the House on Monday, but the vote was far from unanimous. The measure passed 218-207, a narrow margin in a one-to-one vote.

House Speaker Kevin McCarthy and his allies successfully negotiated a deal that gave the party the lead on the floor for the day, but the vote was far from unanimous. The measure passed 218-207, a narrow margin in a one-to-one vote.

McCarthy and his allies successfully negotiated a deal that gave the party the lead on the floor for the day, but the vote was far from unanimous. The measure passed 218-207, a narrow margin in a one-to-one vote.

McCarthy and his allies successfully negotiated a deal that gave the party the lead on the floor for the day, but the vote was far from unanimous. The measure passed 218-207, a narrow margin in a one-to-one vote.



The view in Brasília on Monday shows workers cleaning the presidential palace after supporters of former president Bolsonaro gathered in the Brazilian capital a day earlier. The new president asserts that police had raided with voters.

### Brazil uprising was no secret

Call to action days before riot

Authorities make arrests and investigations begin

**BY ANDREW FOSTER AND MARIANNE BEHR**

BRASILIA — As soon as the day before a riot of thousands of Bolsonaro supporters gathered in the streets of the Brazilian capital, the news was already out. The rioting, which began on Monday, was the result of a call to action by Bolsonaro supporters. The rioting, which began on Monday, was the result of a call to action by Bolsonaro supporters.

Authorities made arrests and investigations began. The rioting, which began on Monday, was the result of a call to action by Bolsonaro supporters.

### In modest Fla. suburb, Bolsonaro draws crowd

**BY TIM CHASE**

ORLANDO, Fla. — For the first time in his hometown, former Brazilian president Jair Bolsonaro drew a crowd of supporters in an unexpected location on Monday. The crowd, which gathered in a modest Florida suburb, was the result of a call to action by Bolsonaro supporters.



Former Brazilian president Jair Bolsonaro drew a crowd outside his home where he was staying in Kissimmee, Fla., on Monday.

Washington Post, de 2023, Janeiro 10, capa.

A foto principal, de autoria do fotógrafo Rafael Vilela, tem em primeiro plano estilhaços de vidro da porta de acesso ao Palácio do Planalto, em segundo plano estão trabalhadores que faziam a limpeza do ambiente, como são filtradas pelas próprios estilhaços, as figuras são sombrias e misteriosas, ganham, assim, uma conotação ficcional (Vilela, 2023, p. 1). A legenda é bem didática:

O foco em Brasília nesta segunda-feira se volta para a limpeza do palácio presidencial, depois que apoiadores do ex-presidente atacaram prédios do governo na capital brasileira um dia antes. O novo presidente afirmou que a polícia havia conspirado com os manifestantes. (The Washington Post, 2023, p. 1)

## Conclusão

Quais palavras designaram os participantes dos atos antidemocráticos pelos periódicos? Para *O Globo*, eles foram qualificados como golpistas e bolsonaristas radicais. Já os atos em si eram chamados de *ataques e atos terroristas*. À *Folha de S. Paulo*, os que participaram dos atos em Brasília eram *vândalos e golpistas*; já os episódios do dia 8 de Janeiro eram definidos como *atos de vandalismo, ataques e também atos bolsonaristas*, num explícita vinculação dos autores ao ex-presidente Jair Bolsonaro.

Por sua vez, ao *Correio Brasiliense*, os participantes foram cunhados como *extremistas*. Já os episódios são nominados como *ataques golpistas*. Para *El País*, *assalto golpista* foi o nome dado ao ato. Já os golpistas, passaram a ser *bando de partidários do ex-presidente ultradireitista*.

*The Guardian* usou o adjetivo cravado pelo embaixador brasileiro em Londres para caracterizar o ato, *grotesco*, ao qual parece concordar. Já os golpistas são qualificados de *apoiadores do ex-presidente*, ou seja, faz uma ligação direta deles com Bolsonaro. Por seu turno, *The Washington Post* chama os golpistas de *apoiadores do ex-presidente, grupos de fervorosos defensores do trompista Jair Bolsonaro*. Ou seja, a estratégia era a de reforçar a ligação de Bolsonaro e de Trump para melhor entendimento do que se passava no Brasil para os leitores estadunidenses. Já o ato é denominado de *assalto extraordinário*. A imprensa, seu dúvida, nominou os golpistas e o 8 de Janeiro que a partir de então passaram a ser identificados e conhecidos em escala global.

Em tempos tão sombrios, quando a desinformação e a intoxicação social infiltram nas ramas da vida social e colocam em risco a



existência da democracia e do Estado Democrático de Direito, à imprensa é renovado seu mandato de informar com correção e pluralidade para que os cidadãos bem informados possam deliberar os rumos de sociedades democráticas.

Cabe recordar que cada imagem não expressa sobre o tempo presente, mas do tempo já vivido, portanto, ela sempre será “um certificado de presença”, como revelou Barthes (1984, pp. 129-130). No caso das fotos e dos vídeos jornalísticos sobre o 8 de Janeiro, estes são fontes primárias de pesquisa de um fato que entrou na história de um povo, de um país, mesmo que tenha entrado por um arrombamento malsucedido. No caso em tela, sobretudo, para que não se repita, por mais duro que seja lembrá-lo e contá-lo. Em resumo: uma foto e uma edição de um jornal partilham a história do mundo, de um lugar numa tarde de verão tropical.

## Referências

- Avritzer, L. (2019). O pêndulo da democracia no Brasil: uma análise da crise – 2013 2019. In L. Avritzer, H. Starling, P. Braga, & P. Zannandrez (Orgs.), *Pensando a democracia, a república e o Estado de Direito no Brasil* (pp. 17-38). Projeto República UFMG.
- Baitello Júnior, N. (2014). *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. Paulus.
- Baitello Junior, N. (2001). O tempo lento e o espaço nulo - Mídia primária, secundária e terciária. In A. Fausto Neto, A. Hohlfeldt, J. L. A. Prado, & S. D. Porto (Org), *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*. Edipucrs.

- Barthes, R. (1984). *A câmara Clara: notas sobre fotografia* (J. C. Guimarães, trad., 9ª reimpressão). Nova Fronteira (Obra original publicada em 1980).
- Bobbio, N. (1994). *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. Unesp.
- Borges, A. (2023, Janeiro 10). Army officers stand guard in Brasília, where at least 1,200 protesters have been arrested. *The Guardian/European Pressphoto Agency - EPA*, p. A1.
- Craig, T. (2023, Janeiro 10). In modest Fla. suburb, Bolsonaro draws crowd. *The Whashington Post*, p. A1.
- Estadão Conteúdo. (2023, 15 setembro). *STF conclui que houve tentativa de golpe de estado ao condenar réus do 8 de Janeiro*. <https://exame.com/brasil/stf-conclui-que-houve-tentativa-de-golpe-de-estado-ao-condenar-reus-do-8-de-janeiro/>
- Faiola, A. & Dias, M. (2023, Janeiro 10). Brazil uprising was no secret: Call to action days before Riot. *The Whashington Post*, p. A1.
- Flusser, V. (2017). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Ubu Editora.
- Fonseca, J. P. (2023a, Janeiro 10). Direita é a maior vítima do golpe. *Folha de S. Paulo*, A. 1, p. 1.

- Fonseca, R. (2023, janeiro 10). Linguagem Corporal: como a sua postura pode dizer muito sobre você. *Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional (SBIE)*. <https://www.sbie.com.br/linguagem-corporal-como-a-sua-postura-pode-dizer-muito-sobre-voce/>
- Gallego, E. S. (2019). ‘Eu voto no Bolsonaro porque ele vai mudar o Brasil’: escutando os eleitores de Bolsonaro. In L. Avritzer, H. Starling, P. Braga, & P. Zannandrez (Orgs.), *Pensando a democracia, a república e o Estado de Direito no Brasil* (pp. 121-130). Projeto República UFMG.
- Gortázar, N. G. (2023). Los poderes democráticos de Brasil sofocan el asalto golpista. (2023, Janeiro 10). *El País*, p. 1. <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/2023/01/10/>
- Gramsci, A. (1978). *Concepção dialética da Historia*. Civilização Brasileira.
- Kock, I. G. V. (2006). *Introdução à linguística textual*. Martins Fontes.
- Legalidade reage com retirada de acampados e detenções (2023, Janeiro 10). *Folha de S. Paulo*, A. 1.
- Lima, V. A. (2015). A direita e os meios de Comunicação. In Velasco e Cruz, S.; Kaisal, A.& Codas, G.(orgs) . *Direita Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro* (pp. 91-213). Fundação Perseu Abramo.
- Lula, STF, Congresso e governadores se unem em ação contra golpistas (2023, Janeiro 10). *Correio Braziliense*, p. A1.

- Maingueneau, D. (2002). *Análise de textos de comunicação* (2ª ed.). Cortez.
- Marcelino, U. (2023). 1 fotografia (2023, Janeiro 10). *El País/Agencia Reuters*, p. 1.
- Matos, A. (2022, setembro 12). Não dá para contar a história de Bolsonaro sem contar a da imprensa'. *Carta Capital Entrevistas*. [https://www.cartacapital.com.br/entrevistas/nao-da-para-contar-a-historia-de-bolsonaro-sem-contar-a-da-imprensa/?utm\\_campaign=novo\\_layout\\_newsletter\\_bannerovo\\_-\\_1309\\_-\\_segunda-feira&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://www.cartacapital.com.br/entrevistas/nao-da-para-contar-a-historia-de-bolsonaro-sem-contar-a-da-imprensa/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_bannerovo_-_1309_-_segunda-feira&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)
- Phillips, T. & Downie, A. (2023, Janeiro 10). Grotesque assault' on democracy in Brazil. *The Guardian*, p. A1.
- Polícia prende 1.500 e investiga financiadores de atos terroristas. (2023, Janeiro 10). *O Globo*, p. A1.
- Silveira, S. A. (2015). Direita nas redes sociais online. In S. Velasco e Cruz, A. Kaisal, & G. Coda (Orgs.), *Direita Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro* (pp. 213-230). Fundação Perseu Abramo.
- Tuchman, G. (1993). A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estória'* (pp. 74-90). Vega.

Velasco e Cruz, S., Kaisal, A., & Cotas, G.(Orgs.) (2015). *Direita Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. Fundação Perseu Abramo.

Vilela, R. (2023) The focus in Brasília on Monday turns to cleanup at the presidential palace after supporters of the former president attacked.1 fotografia. *The Washington Post*, p. 1.

# O ATAQUE À SEDE DOS TRÊS PODERES NO BRASIL: UMA ANÁLISE DOS *FRAMES* NOTICIOSOS NA JOVEM PAN

*Mariana Eduarda Agreste Silva<sup>1</sup>*  
*João Carlos de Sousa<sup>2</sup>*  
*Mayra Regina Coimbra<sup>3</sup>*  
*Deborah Vieira<sup>4</sup>*

No dia 6 de janeiro de 2021, centenas de apoiadores do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, marcharam em direção ao

- 
1. Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de São João del Rei (UFSJ).  
[marianaeduardasilva05@gmail.com](mailto:marianaeduardasilva05@gmail.com)
  2. Graduando em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de São João del Rei (UFSJ).  
[js86633@gmail.com](mailto:js86633@gmail.com)
  3. Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).  
Professora Substituta na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ).  
[mayrarcoimbra@gmail.com](mailto:mayrarcoimbra@gmail.com)
  4. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora.  
Professora substituta do Departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal de São João del Rei.  
[deborahvieira@ufsj.edu.br](mailto:deborahvieira@ufsj.edu.br)

Capitólio, um dos principais símbolos políticos do país, para contestarem as irregularidades do processo eleitoral e impedir a certificação da vitória de Joe Biden. Os invasores - na grande maioria armados, portando barras de ferro e *sprays* químicos- conseguiram atacar a segurança do local, depredaram o prédio, destruíram diversos objetos, muitos deles históricos - e ameaçaram de morte os congressistas. O então presidente foi advertido para intervir e que pedisse aos apoiadores que parassem o ataque. Horas depois do início da invasão, Trump gravou um vídeo lamentando a respeito da perda das eleições e pediu aos seus apoiadores para irem para casa. Pelo menos cinco pessoas morreram e centenas de pessoas ficaram feridas durante o acontecimento.

No período pré-eleições, Trump já tentava persuadir entidades importantes do governo para reverter o resultado das eleições e encorajava seus apoiadores a protestar em Washington no dia da sessão. Posteriormente, membros da Câmara dos Representantes protocolaram um *impeachment* em desfavor de Trump por incitar à insurreição.

Não muito divergente no que se refere ao cenário da política brasileira, com o objetivo de contestar o resultado das urnas que concedeu a vitória ao atual presidente Lula contra Jair Bolsonaro no segundo turno, em outubro de 2022, apoiadores do ex-presidente bloquearam rodovias importantes e montaram acampamentos estratégicos, muitos em frente aos quartéis das Forças Armadas pelo país com a esperança de que acontecesse uma intervenção militar contra o resultado. No dia 8 de janeiro de 2023, exatamente uma semana após a cerimônia de posse do presidente Lula, radicais marcharam em direção a Brasília, romperam a barreira de proteção das forças de segurança do Distrito

Federal e depredaram os prédios do Congresso Nacional, Palácio do Planalto e do STF (Supremo Tribunal de Justiça).

Esses manifestantes estavam acampados em frente aos quartéis desde o resultado das eleições. Conforme as investigações da Advocacia-Geral da União (AGU), um grupo de pessoas e empresas financiaram essas manifestações. Além disso, o grupo arcou financeiramente com os ônibus que transportavam essas pessoas ao Congresso no dia 08 de janeiro e os custos dos dois meses de acampamentos. Os radicais planejaram a invasão através de mensagens nos aplicativos *Telegram* e *WhatsApp*.

De alguma forma, o fenômeno de invasão à sede do poder legislativo norte-americano influenciou o acontecido no Brasil pelos bolsonaristas e que configuram como crimes contra o Estado Democrático de Direito. Para estabelecer uma linearidade dos acontecimentos, a mídia fez uma vasta cobertura dos eventos do dia, desde o início dos levantes até a invasão propriamente dita. Essa mediação serviu não só para registrar os episódios como também sugerir uma visão crítica e analítica do que estava acontecendo, de acordo com suas próprias escolhas editoriais. Para entender os discursos produzidos através desta cobertura, essa pesquisa tem como objetivo analisar as publicações sobre o 8 de janeiro.

O veículo escolhido é a *Jovem Pan*, cujo editorial ficou bastante marcado pelo apoio ao presidente Jair Bolsonaro durante todo seu mandato. Será feita a coleta de todas as publicações realizadas entre os dias 8 e 9 de janeiro, que abordem direta ou indiretamente o evento fatídico. Dessa forma, será analisado o teor da manchete, imagem



escolhida e conteúdo do texto, fontes consultadas e escolhas subjetivas de posicionamento.

A análise dos discursos midiáticos em torno dos eventos de 8 de janeiro pode revelar o papel do enquadramento noticioso na compreensão e interpretação desse episódio. Por meio da lente do enquadramento, é possível discernir como os meios de comunicação moldam a percepção pública, influenciam a agenda política e contribuem para a polarização, oferecendo *insights* sobre o contexto político e as implicações para a democracia no Brasil, além de ser possível examinar a complexa interação entre as narrativas da mídia e as realidades políticas nos campos sociais do contexto brasileiro.

### **Centralidade da mídia e do jornalismo na contemporaneidade**

Rodrigues (2001) busca discutir como o campo midiático se associa com o meio social. Segundo o autor, todos os campos sociais, seja de política, da mídia, da religião ou da economia coexistem entre si. “Dessa composição dos processos e das funções entre os diferentes campos sociais resultam reflexo que se projetam em cada um dos campos e os atravessam” (Rodrigues, 2001, p. 49). Sendo assim, o autor reitera que a força de um campo político advém da capacidade que ele possui de conseguir impor aos outros campos os seus valores e também quanto maior for o número de campos que ele conseguir projetá-los.

Nas questões que envolvem o campo midiático, Rodrigues (2001) faz importantes contribuições. Conforme aponta, esse campo exerce, hoje, o papel de mediador social. Ele dá visibilidade a todos os outros campos sociais, seja ele a política, a religião, a ciência, a arte, entre outros, e também a um grande universo e indivíduos. E, além de

dar visibilidade, também contribui no processo de nortear a sociedade e dar sentido ao mundo por meio de sua prática. Porém, nem sempre foi assim. Nos séculos passados, o campo religioso é quem dava conta e era o principal responsável por explicar muitas das coisas, como a origem e a criação do homem.

Mas, com a modernidade, o homem começou a buscar outras explicações para os fenômenos, agora baseada na razão, que romperam com as noções divinas. Segundo Coimbra (2018), o homem passou a ter uma nova identidade, a de produtor de discurso e de ação, e começa a ver na mídia a resposta das coisas que acontecem no mundo. Nesse sentido, Rodrigues (2001) aponta que, os meios de comunicação tornaram-se veículos formadores de opinião pública. Assim, o espaço público se tornou um espaço privado. A mídia apoderou-se da atividade de mediadora social e passou a organizar os espetáculos. O público deixou de ser sujeito formador de opinião e se tornou um objeto na mira dos discursos da mídia. Agora, quem antes era produtor de opinião, passou, com a mídia, a ser consumidor de produtos discursivos. Como consequência, a mídia ganhou legitimidade e substituiu a opinião pública tradicional.

Dessa forma, segundo aponta Rodrigues (2001), o campo midiático transformou-se em uma instituição que abriga todos os campos sociais, sendo a função do primeiro a mediar os outros campos que recorrem a ela. Por exemplo, os assuntos sobre política não são compreendidos por todos se estiverem no seu espaço de origem. A partir do momento que recorre às mídias, passa a fazer sentido e a existir para o público que não tem domínio sobre tais assuntos. Isso vale para qualquer outro campo social.

A respeito dos discursos dos *medias*, Rodrigues (2001) explica que eles assumem duas funções comunicacionais: (a) função referencial: consiste em dar conta de todos os acontecimentos que ocorrem no mundo e localizar o sujeito dentro do caos social e (b) função fática: mudança de contato com o público. Ainda, o autor afirma que há dois tipos de discursos: (a) discursos *esotéricos*: discurso institucional que é transformado para ser entendido por todos e (b) discursos *exotéricos*: trata-se dos discursos proferidos dentro dos seus campos sociais, que são próprios do entendimento deles.

Quando se trata dos discursos do campo dos *media*, Rodrigues (2001) explica que há algumas funções estratégicas que constroem esses discursos, sendo estas: (1) naturalização: apresenta discursos legítimos de instituições e de tanto ser repetido é naturalizado nas sociedades; (2) reforço: reforça a legitimação de outras instituições ao repetir seus discursos; (3) compatibilização: há um esvaziamento dos conflitos e todos se juntam na causa; (4) exacerbação dos diferendos: os discursos nem sempre são harmonizadores. Eles tendem a exacerbar as diferenças e deixar os campos em constantes conflitos e, por último, (5) visibilidade: tende a dar visibilidade pública a outras instituições, ou seja, aquilo que não existe na mídia não tem existência socialmente reconhecida.

As relações entre campo e política também são explicitadas por Rodrigues (2001). Segundo o autor, o campo midiático, aos poucos, foi deixando de ser instrumento de informação, para ser também um espaço de encenações e entretenimento. Ele funciona como instrumento de visibilidade para os acontecimentos políticos, e estes, por sua vez, são obrigados a se adaptar à lógica do campo dos *media*.

Outro ponto que merece destaque é que, se para alguns autores a mídia ocupa um espaço de centralidade da vida social (Lima, 2004; Rodrigues, 2001), há um debate mais atual e em aberto sobre o crescente processo de midiatização, uma vez que a mídia hoje está disseminada no cotidiano dos indivíduos alterando a lógica de funcionamento da própria sociedade.

De acordo com Braga (2012), durante muito tempo criou-se a impressão de uma exposição “direta” da sociedade à mídia, como entidade passiva em consequência desse elemento mediador. O indivíduo era visto como um sujeito passivo diante de todas as informações por ele consumidas. No entanto, o autor explica que, nos anos 80, Martín-Barbero formulou proposições relevantes para superar esse paradigma, ao levar em consideração a inserção cultural do receptor.

Sua formulação aciona um deslocamento do foco de atenção, no estudo das comunicações massivas: “dos meios às mediações”. Essa expressão realiza duas ações cognitivas relevantes. Primeiro, propõe a superação de uma visão objetivista dos meios que agora são redirecionados para uma visão relacional na sociedade. E segundo, porque introduz uma preocupação da área com a composição daquelas mediações, com os elementos que aí se realizam, mas principalmente com o modo, a intensidade e a eficácia dessas mediações no enfrentamento de seu par relacional (a mídia com seus produtos).

Fausto Neto (2008, p. 93) argumenta que, no período denominado “sociedade dos meios”, as mídias tinham uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos. Já na sociedade de midiatização, “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários

níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”. Sendo assim, o autor destaca que por essa e outras razões não se pode considerar “a mídia” como um corpo estranho na sociedade. Isso, principalmente, com a midiaticização crescente dos processos sociais. O que se percebe agora é uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade.

Desse modo, Fausto Neto (2008) argumenta que o surgimento e posterior disseminação do acesso à internet – redes sociais *online* e *blogs* - fez com que passássemos de uma “sociedade dos meios”, centrada nos meios de comunicação, na qual a transmissão da mensagem seguiria o caminho emissor para receptor; para uma “sociedade midiaticizada”, em que os receptores são ativos no processo da comunicação.

Hjarvard (2012) é um dos estudiosos que concentrou suas pesquisas na compreensão da mídia como agente de mudança cultural e social. O autor explica que a teoria da midiaticização surgiu como uma nova proposta teórica para repensar questões antigas relacionadas ao papel exercido pela mídia e a sua influência na sociedade. As teorias tradicionais pensavam na mídia como um campo separado dos demais. No entanto, nota-se que sua ação se permeou de tal maneira em nossas vidas que não podemos compreendê-la como algo separado das instituições culturais e sociais.

Aline Pozzebon (2020) explica como acontece a descredibilização do jornalismo e como esses discursos são construídos nas redes sociais. Para compreender o processo de desintermediação, a autora se apoia nas ideias de Thompson (2005) ao afirmar que as redes sociais modificaram a forma de se fazer comunicação. Para Thompson (2005) citado por Pozzebon (2020), as redes sociais transformaram as relações

sociais, ao passo que, não há mais limitações espaço-temporais. Ou seja, em todo o lugar e em qualquer horário, através de um dispositivo, é possível produzir conteúdo ou conversar com alguém. A mídia de massa ainda tem uma maior presença na sociedade do que as mídias digitais, entretanto, as atividades humanas estão sendo pensadas e estruturadas para os meios digitais. Sendo assim, as mídias têm a capacidade de selecionar assuntos, excluir outros e ao não participar deste processo, a sociedade não tem conhecimento das principais discussões que estão em voga no momento. Assim, a imprensa, as redes sociais e o meio digital não andam juntos, porém as mídias têm a capacidade de complexificar relações e colocar em xeque a credibilidade dos portais de notícias.

## **Mídia e Política**

Para compreender a dimensão da relação que envolve o campo da mídia e o campo da política, é necessário entendermos o instrumento que rege todos os campos nos quais os indivíduos sociais estão em constante busca: o poder. A definição mais comum é a de Max Weber, que “conceitua o poder como a capacidade de controlar indivíduos, eventos ou recursos – fazer com que aconteça aquilo que a pessoa quer a despeito de obstáculos, resistência ou oposição” (Johnson, 1997, p. 177). Esse poder pode ser usado desde as formas mais explícitas, para controlar pessoas ou eventos, até as formas mais sutis como a capacidade de não agir ou até mesmo a capacidade de moldar crenças e valores das pessoas por meio do controle sobre a mídia ou instituições educacionais.

Para o autor, o poder é um recurso no qual os indivíduos ou sistemas sociais podem possuí-lo: “O poder seria algo que pode ser conservado, cobiçado, capturado, retirado, perdido ou roubado; e que

é usado basicamente em relações de antagonismo, envolvendo conflito entre os que o têm e os que não o têm” (Johnson, 1997, p. 177).

Foucault (1979) trata o tema do poder com uma abordagem diferente. Para ele, o poder não está localizado em um determinado ponto, estrutura ou nas mãos de alguém como um bem ou uma riqueza. O poder é algo que não se pode deter em mãos, como uma propriedade, mas deve ser compreendido como algo que circula e está em todas as partes. Dessa maneira, todos os indivíduos estão envolvidos e imersos em relações de poder e não podem ser considerados alheios a essas relações.

Outro autor que também analisa as relações de poder existentes na sociedade é Pierre Bourdieu (2001). De acordo com o autor, o poder é um instrumento simbólico e invisível, que rege todas as pessoas em sociedade. Esse poder simbólico age como um poder de construção da realidade, que, por sua vez, tende a estabelecer uma ordem e confere um sentido imediato ao mundo.

Para o sociólogo, o poder simbólico atua de modo que pareça natural (sem coerção), de forma inconsciente, remetendo, assim, a uma violência simbólica, pois, ao naturalizá-lo, está camuflando os processos de dominação, isto é, está escondendo os processos históricos e sociais que deram origem às formas atuais de dominação. A arte, a religião e a língua são algumas dessas estruturas simbólicas que impõem uma maneira de agir, operar ou executar uma determinada ação que é seguida sempre pelas pessoas.

Thompson (1998) discute a relação do indivíduo na sociedade e sua interação com os meios de comunicação e também se preocupa em explicitar como o poder está presente nas instituições e relações.

Para o autor, a posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou dentro de uma instituição está estreitamente ligada ao poder que esta possui. Ele conceitua o poder, no seu sentido mais geral, como “a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências” (Thompson, 1998, p. 21). Ele ainda explica que o poder é frequentemente associado à política e ao Estado. No entanto, na maior parte das vezes, ele se manifesta em ambientes e situações que não têm nada a ver com as instituições já citadas.

Thompson (1998) procura distinguir os quatro tipos principais de poder, que são: o econômico, o político, o coercitivo e o simbólico. Apesar de classificá-los, alerta que essa é uma conceituação apenas analítica, pois, na realidade, essas diferentes formas de poder comumente se sobrepõem de maneiras complexas e variadas. O poder econômico é aquele que surge da atividade produtiva do homem, ou seja, provém das atividades relacionadas com a extração da matéria-prima e da sua posterior transformação em bens que podem ser comercializados e consumidos no mercado. O poder político advém da atividade de coordenação dos indivíduos na sociedade e da regulamentação dos padrões dessa interação, em que o Estado é a instituição paradigmática do poder político.

Como poder coercitivo, ele entende toda ação que implica o uso ou a ameaça da força física para dominar ou conquistar um oponente. A forma mais importante de poder coercitivo é o poder militar. Já o poder simbólico pode ser classificado como aquele que surge na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas.



Esse poder pode provocar reações, sugerir caminhos, induzir a crer e a descrever e a tomar decisões coletivamente.

Depois de exposto o instrumento que norteia as relações sociais, é primordial compreender como funciona o espaço onde se trava essa interação e entender como os sujeitos, que estão imersos nesse espaço, se organizam. Isto é, trata-se de entender a relação existente entre indivíduo e sociedade, que foi e tem sido cada vez mais objeto de reflexões e estudos. Para compreender a sociedade e o poder que nela se estabelece, Bourdieu (2001) cria o conceito de “campo”, que, segundo ele, trata-se de um espaço de conflito onde se desenrolam lutas para adquirir ou manter o monopólio sobre uma espécie específica de capital, seja ele material, simbólico ou social. Cada espaço social corresponde, assim, a um campo específico – cultural, científico, econômico, jornalístico etc., no qual travam-se lutas, a fim de determinar a posição social dos sujeitos, revelando as figuras de “autoridade” detentoras de poder simbólico.

Dessa maneira, entendemos que, dentro de um campo, há um processo cíclico e contínuo de busca ou manutenção do capital caracterizado por lutas simbólicas; estas, se dentro dos campos e também fora deles e entre eles; ou seja, os campos sociais são, ao mesmo tempo, concorrentes e complementares entre si. Dentro dos campos, existe ainda o que Bourdieu (2001) chama de “capital simbólico” como sendo um aparato de prestígio ou de carisma que uma instituição ou indivíduo possui dentro de determinado campo, o que lhe permite se destacar diante dos outros. Sendo assim, o capital simbólico possibilita que um indivíduo ou instituição desfrute de uma posição de destaque diante de um campo.

## **Enquadramento: os frames da realidade**

Outra discussão importante de se tratar é aquela relacionada ao termo enquadramento noticioso e como ele é (re) produzido pela mídia massiva, entendendo que tal conceito é fundamental para a presente pesquisa. O termo *frame* foi desenvolvido por Goffman (1974), com o objetivo de buscar argumentos que explicassem o modo dos indivíduos organizarem o conhecimento no mundo. Gregory Bateson diz que *frame* tem relação com o contexto, ou seja, é o enquadramento da situação que organiza a estrutura das mensagens e ações. Para tentar ilustrar esse conceito, Bateson faz uma analogia com a moldura de uma fotografia. Desse modo, a moldura que envolve a imagem ordena a percepção que o observador deve ter, pois a interpretação do papel de parede não utiliza da mesma leitura. A discussão também vai inspirar o sociólogo, antropólogo e escritor canadense Erving Goffman. Para o autor:

A definição de uma situação é construída em concordância com princípios de organização, os quais governam os acontecimentos -pelo menos os sociais- e o nosso envolvimento subjetivo neles; *frame* é a palavra que utilizo para me referir a tais elementos básicos (Goffman, 1974, como citado por Gonçalves, 2011, p. 158).

O termo enquadramento é comumente aplicado no campo jornalístico. Gaye Tuchman citada por Gonçalves (2011), defende que as notícias são o próprio enquadramento, já que, através delas, constrói-se a percepção de mundo e a relação da sociedade com ele. Aqui, tem-se a mesma ideia da moldura da fotografia defendida por Bateson. Assim, ao noticiar um fato, mesmo que de forma inconsciente, o jornalista faz o

recorte de partes da realidade e esses “pedaços” impactam diretamente como o público interpreta os problemas.

No entanto, Tuchman afirma que esses enquadramentos podem ser problemáticos, pois esses recortes são o reflexo das estruturas das agências que produzem notícias. Questões como o tipo de organização, rotina, ideologia, jornalista, seleção e construção da notícia são alguns dos aspectos que impactam diretamente a produção de notícias. “A rede de notícias impõe ordem ao mundo social pois permite que os acontecimentos noticiosos ocorram em determinados locais, mas não noutros” (Tuchman, citado por Gonçalves, 2011).

Para Gitlin, o enquadramento da realidade feito pelos media não são organizados de forma neutra, assim como sugere as teorias de imparcialidade na ação de fazer jornalismo.

Os enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e de apresentação compostos por pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que ocorre e o que é relevante. Os enquadramentos midiáticos são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual. (Gitlin, citado por Gonçalves, 2011, p. 160)

Ao demonstrar como o conceito de enquadramento interage com o social, faz-se necessário retornar ao conceito de enquadramento dado por Entman. Para o autor, enquadrar é selecionar alguns aspectos percebidos e torná-los mais relevantes em um texto, com o intuito de dar destaque a um problema particular, uma interpretação causal, avaliação moral ou uma recomendação de como o item descrito deve ser interpretado. Dessa maneira, o autor defende que, de forma consciente

ou inconsciente, os comunicadores enquadram os assuntos guiados por crenças e valores pessoais. Além disso, o texto produzido por esses profissionais, reflete o uso de palavras-chaves, imagens estereotipadas, fontes de informação e frases que reforçam os valores e juízos próprios. Do outro lado, o receptor interpreta de acordo com os enquadramentos próprios, e por fim, a cultura que constitui a maioria dos enquadramentos e pensamento da maioria dos indivíduos de um determinado grupo social.

Em se tratando da questão a ser analisada, em um primeiro momento, pode-se afirmar que a questão do enquadramento influencia diretamente no entendimento da notícia. Sob essa perspectiva, o uso da palavra x tem um peso diferente do que a y e a escolha das fontes (por que a pessoa y e não a z?) ditam a que conclusão deve-se chegar. Em outras palavras, são vários artifícios para se falar a mesma coisa, mas que, ao optar por determinada expressão, consegue extrair novas leituras.

Portanto, se considerar a constância de eventos que acontecem no mundo, mesmo que se queira, não é possível retratar todos. O enquadramento noticioso então, mostra uma realidade parcial, mas que esconde uma coisa bem mais complexa. Nessa perspectiva, a mídia faz a leitura do que está à nossa volta e, através do profissional jornalista, tem-se ideia dos acontecimentos. Entretanto, essa construção é desenvolvida em sintonia com os interesses da empresa e crenças individuais. Logo, pessoas acreditam nesses relatos e esses enquadramentos são pautas de conversas importantes na interpretação dos problemas.

Ao discutir sobre a relação entre política e mídias, Porto (2022) afirma que o jornalismo tradicional tem o viés de informar a população de forma objetiva e imparcial. Seguindo essa linha, o autor defende que,

quando as mídias debatem sobre política, os conceitos de parcialidade e objetividade devem permear todo o processo da construção das notícias.

Dessa forma, “ao tratar de temas políticos, as mídias devem impedir que valores e ideologias (principalmente dos proprietários e jornalistas) interfiram no relato dos “fatos” (a noção de objetividade) ou evitar que os meios de comunicação favoreçam um grupo, partido ou candidato (a noção da imparcialidade). (Porto, 2022, p. 26)

Para explicar que essa visão é insuficiente para se estudar a relação entre mídia e política, Porto (2022) apoiado nas ideias de Robert Hackett (1993) diz que os conceitos de parcialidade e a objetividade e sua noções (desequilíbrio, distorção, deturpação) estão em declínio e não é possível pressupor uma comunicação imparcial sem conteúdos objetivos do mundo exterior. Para isso, o autor sugere a substituição do termo “parcialidade” para “orientação estruturada”. A partir disso, inclui-se alguns aspectos de parcialidade (favoritismo, distorção), e várias outras relações e orientações que estruturam os fatos noticiosos. Hackett citado por Porto (2022) afirma que a mídia assume um papel político e ideológico mesmo quando há ou não objetividade e ou imparcialidade, mas também quando é feita sob um conjunto de regras e conceitos ativados pelos jornalistas, nem sempre com a intenção de manipular ou iludir.

## **Metodologia e Análise**

Quanto aos procedimentos metodológicos, optou-se pelas seguintes etapas: (1) pesquisa bibliográfica para construir o referencial sobre jornalismo e o debate sobre a centralidade da comunicação na sociedade,

a relação entre mídia e política e os enquadramentos noticiosos; (2) pesquisa documental, com a coleta de 23 notícias postadas no *Instagram* da *Jovem Pan*, no período de 8 a 9 de janeiro de 2023, que tratam, do ataque ao congresso; (3) análise de conteúdo (Bardin, 2011), com o objetivo de compreender como o ataque à sede dos três poderes em Brasília foi enquadrado pelas mídias deste portal de notícia e quais vozes foram acionadas. O Quadro 1 detalha essas postagens.

### Quadro 1

*Postagens sobre o ataque a sede dos três poderes no portal Jovem Pan*

<b>Data</b>	<b>Manchete</b>	<b>Descrição da legenda</b>
08/01/2023 Luciana Verdolin Jornal da Manhã	Manifestantes estão em Brasília protestando contra o resultado das eleições: aproximadamente 100 ônibus com 3.900 pessoas desembarcaram no Distrito Federal	A notícia é um vídeo na íntegra do momento em que os manifestantes estão chegando nos quartéis gerais em Brasília. A repórter dá detalhes de como está a situação do local (até então tranquilo), cita a previsão de uma greve entre os dias 09 e 10 de janeiro e comenta como o ato está sendo organizado pelas redes sociais.
08/01/2023	Manifestantes furam bloqueio na esplanada dos ministérios em Brasília	A notícia é um vídeo na íntegra dos manifestantes indo em direção ao Planalto. Durante o caminho, eles cantam “Deus, pátria, família e liberdade”.
08/01/2023	Ibaneis Rocha exonera secretário de segurança, Anderson Torres, após invasão em Brasília	A notícia explica que o governador do Distrito Federal, Ibaneis Rocha, mandou exonerar o secretário de segurança e ex-ministro da justiça, Anderson Torres, após a invasão à sede dos Três Poderes. O ato se explica porque os manifestantes querem a renúncia do atual presidente Lula. A postagem também detalha brevemente quais foram os principais estragos. A publicação usa a foto de Anderson Torres.

08/01/2023	Lula decreta intervenção federal na segurança pública do Distrito Federal após invasões	A postagem relata que o presidente Lula decretou intervenção federal em Brasília até o dia 31 de janeiro, com o objetivo de restabelecer a ordem pública e disse que os envolvidos pelos atos serão punidos. Ele também nomeou Ricardo Garcia Capelli como o novo responsável da segurança pública. A imagem é uma foto do atual presidente.
08/01/2023	Governos Sul-americanos pedem reunião de emergência da OEA após invasão do congresso	A postagem vai comentar que, devido a invasão ao congresso, o presidente da Colômbia pediu uma reunião de emergência da OEA (Organização dos Estados Americanos). A imagem utilizada é a invasão chegando ao congresso.
08/01/2023	AGU pede prisão em flagrante de secretário de segurança pública do DF	A notícia comenta que a AGU enviou ao STF o pedido de prisão de Anderson Torres por causa da atuação durante os ataques ao Congresso. A imagem utilizada é uma foto de Anderson Torres.
08/01/2023	Rosa Weber diz que STF não se intimidará com “atos infensos ao estado democrático de direito”	A publicação faz referência a nota emitida pela presidenta do STF, Rosa Weber. Ela classificou o ato como criminoso. Além disso, a notícia também comenta brevemente quais foram as consequências materiais no edifício da suprema corte. A foto utilizada é da própria Rosa Weber.
08/01/2023	Ibaneis Rocha pede desculpas por invasão ao congresso: “o que aconteceu é inaceitável”	A notícia informa que o governador do Distrito Federal gravou um vídeo e pediu desculpas ao presidente Lula, Rosa Weber, Arthur Lira e Rodrigo Pacheco. A foto utilizada é de Ibaneis Rocha.
08/01/2023	Rodrigo Pacheco convoca sessão extraordinária para votar o decreto de intervenção no DF	A publicação comenta que Rodrigo Pacheco convocou uma reunião para votar sobre a intervenção no DF. Ainda, discorre sobre o presidente Lula ter nomeado Ricardo Garcia Capelli como interventor federal. A foto utilizada é do Rodrigo Pacheco.
08/01/2023	Polícia Civil diz que 170 pessoas foram detidas em atos que ocorreram em Brasília neste domingo	A matéria comenta que mais de 100 manifestantes foram detidos e levados à polícia. Ao fim, descreveu o que aconteceu no dia 08 de janeiro e citou as medidas tomadas pelo petista para tentar conter a invasão. A imagem é uma foto dos manifestantes subindo a rampa do Congresso.

09/01/2023	Biden chama situação no Brasil de “ultrajante” e declara apoio às instituições democráticas	A publicação noticia que o presidente dos EUA repudiou a invasão e que está ansioso para trabalhar com Lula. Além disso, a matéria também comenta brevemente o que aconteceu no dia 08/01/2023 e encerra dizendo que há outras autoridades apoiando o Brasil. A foto é de Joe Biden.
09/01/2023 Jornal da Manhã	Manifestantes seguem acampados na porta dos quartéis militares	A publicação é um vídeo de uma conversa entre os comentaristas Roberto Motta e Amanda Klein sobre os protestos pós-eleições. É um recorte feito antes da invasão à sede dos Três Poderes e o jornal demonstra como os bolsonaristas estão instalados frente aos quartéis gerais.
09/01/2021	Imprensa Internacional repercute invasão em Brasília e compara ataque ao Capitólio nos EUA	A publicação comenta que vários portais jornalísticos internacionais fizeram referência à invasão à sede dos Três Poderes e que comparam a invasão de Capitólio nos EUA. A imagem é uma foto da invasão em que pode-se ver grades ao chão e uma fumaça.
09/01/2023	Moraes afasta governador do DF do cargo por 90 dias após ataques a prédios públicos	A notícia mostra que Alexandre de Moraes determinou que Ibaneis Rocha seja afastado da função de governador do DF por 90 dias após a invasão à Praça dos Três Poderes. Ainda, comenta sobre o vídeo que Rocha fez pedindo desculpas ao presidente Lula por não ter impedido imediatamente o ato golpista. A imagem é uma foto de Alexandre de Moraes.
09/01/2023	Lula convoca reunião com 27 governadores e prefeitos esta segunda, 9 de janeiro	A publicação aborda a reunião que o presidente Lula fez com os governadores dos estados para tratar sobre os atos antidemocráticos e a depredação do patrimônio público. O presidente tem como objetivo fornecer respostas aos crimes ocorridos. A imagem é a foto do presidente.
09/01/2023	Distrito Federal amanhece com rastros de destruição após invasões nos Três Poderes	A postagem mostra como ficou o Congresso Nacional após a manifestação e explica o que aconteceu. No segundo parágrafo comenta que a ação foi considerada um ataque direto aos três poderes e que os prejuízos serão calculados. De maneira geral, cerca de 40 pessoas ficaram feridas e foram para o hospital de emergência de Brasília. A imagem é uma foto das ruas de Brasília cheia de objetos destruídos.



09/01/2023	Policias realizam ação para encerrar os acampamentos em frente aos quartéis	A notícia comenta que uma operação policial está sendo montada e que vai encerrar com todos os acampamentos bolsonaristas em Brasília. A publicação explica que a decisão tem o aval de Alexandre de Moraes e Flávio Dino. Além disso, afirma-se que 50 ônibus já foram apreendidos e há uma lista com o nome de todos os manifestantes.
09/01/2023	Ao menos 1.200 pessoas são detidas em Brasília e levadas à PF; polícia civil convoca servidores	A matéria explica que cerca de 1,2 mil manifestantes foram detidos em frente ao quartel de Brasília, na primeira manhã após a invasão ao Congresso Nacional. A publicação também fala que Alexandre de Moraes deu 24h para as forças desocupassem os acampamentos e 204 pessoas foram pegas em flagrante.
09/01/2023	Secretário de segurança de SP afirma que desmobilização de acampamentos se dará pelo diálogo	A publicação explica que Guilherme Derrite vai explicar, em uma coletiva, quais são os procedimentos que serão realizados para desmobilizar os acampamentos em até 24h. Derrite comenta que o uso da força não é uma opção e que prefere resolver a situação através do diálogo. A imagem é a foto de Derrite.
09/01/2023	MPF investigará atuação da PM do Distrito Federal durante atos golpistas em Brasília	A matéria vai tratar da investigação que o MPF abriu para investigar sobre a possível omissão do comando da PM durante os atos de vandalismo e invasão à sede dos Três Poderes. A imagem é uma foto dos atos golpistas.
09/01/2023	Deputados do DF pedem impeachment de Ibaneis por crime de responsabilidade	A matéria comenta que os deputados do DF protocolaram um pedido de impeachment contra Ibaneis Rocha, este, acusado pelo Crime de Responsabilidade e abolição violenta do Estado de Direito. Após vários pedidos, Alexandre de Moraes afastou o governador por 90 dias. A imagem é a foto de Ibaneis Rocha.
09/01/2023	“Vivemos o Capitólio Brasileiro”, diz Flávio Dino sobre invasão dos poderes em Brasília	A publicação trata da relação que Flávio Dino fez entre o 08 de janeiro no Brasil e o ataque ao Capitólio nos EUA. Dino chamou as manifestações de “Capitólio Brasileiro” e disse que a diferença está no fato de que no Brasil não houve mortos e teve mais presos do que nos EUA. Além disso, a matéria também aborda que a investigação também vai avançar para os organizadores e financiadores do movimento.

09/01/2023	Papa Francisco lamenta depredação de prédios públicos em Brasília	A publicação aborda que o Papa Francisco lamentou os acontecimentos políticos no mundo, principalmente no Brasil e no Peru. A matéria ainda faz referência ao que aconteceu no dia 08 de janeiro. A imagem é a foto do Papa.
------------	---	--

Elaboração própria dos autores.

## **Histórico do veículo analisado**

O Grupo Jovem Pan, também chamado de Rede Jovem Pan, é um conglomerado de mídia brasileira - rede de rádio e TV comercial - fundada em 1942, a partir da criação da Rádio Panamericana. Os precursores deste projeto foram os escritores de radionovela Júlio Cosi e Oduvaldo Vianna, que posteriormente venderam a emissora para o empresário Paulo Machado de Carvalho, que uniu a emissora ao seu conjunto de rádios conhecidas como Emissoras Unidas. Inicialmente, a estação era voltada para música e entretenimento. Nos anos 1960, a estação passou a ser conhecida pelo atual nome fantasia, “Jovem Pan”.

Na década seguinte, a emissora passou a ser administrada pelo filho de Paulo Machado, Antônio Augusto Amaral de Carvalho, que ampliou sua programação para incluir notícias e esportes. Isso marcou o início da transição da Jovem Pan de uma estação de música para uma emissora de notícias. A sua administração também marcou a mudança da sede da emissora para a Avenida Paulista na cidade de São Paulo, local em que está instalada até hoje.

Nos anos 70 e 80 se deu a consolidação da emissora como rede de rádio. A Jovem Pan expandiu-se para várias cidades do Brasil. Nesse período, programas populares, como o “Jornal da Manhã”,

ganharam destaque. Com a ascensão da internet, por volta dos anos 2000, a Jovem Pan expandiu sua presença online, oferecendo transmissões ao vivo e conteúdo digital. Isso ajudou a atingir uma audiência global. Nessa mesma época a emissora ficou conhecida por programas de entretenimento, como o “Pânico na TV”, que posteriormente se tornou um programa de televisão de grande sucesso.

Nos últimos anos, a Jovem Pan tem se destacado na cobertura de notícias, especialmente na política. O ano de 2014 marca o começo da mudança na rádio paulistana, com a estreia do programa político “Pingo nos Is”, apresentado pelo jornalista e colunista da Folha, Reinaldo Azevedo. Em outubro de 2014, o sucesso do programa se tornou com uma audiência chegando a 87 mil ouvintes por minuto na Grande SP, levando o programa ao topo.

Durante as últimas eleições essa aproximação com a política ficou bastante evidente, principalmente com a adoção e explicitação da sua perspectiva editorial. Em vários momentos, a emissora se posicionou em questões políticas, refletindo as opiniões de seus apresentadores e comentaristas. Com endosso a pautas bolsonaristas, como suspeitas sobre o sistema eleitoral e críticas à Lula e ao PT, a emissora lidera o crescimento no YouTube entre os canais com viés de direita.

Nas ruas, a emissora é apontada como a voz dos seguidores de Jair Bolsonaro. Esse claro posicionamento, levou a um crescimento exponencial de audiência e também há um aumento de verbas recebidas do governo federal - quando Bolsonaro era presidente - e também de patrocínios de empresas comandadas por apoiadores do presidente da República.

## Análise dos frames noticiosos na Jovem Pan

### Quadro 2

Temática das publicações do Instagram da Jovem Pan

<b>Tema</b>	<b>Personagens</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentagem</b>
Manifestação	Manifestantes,	4	17,4%
Medidas de segurança/ intervenção/prisão	Ibaneis Rocha, Anderson Torres, Lula, Rodrigo Pacheco, Polícia Civil, Guilherme Derrite	7	30,4%
Judicial	AGU, Rosa Weber, Alexandre de Moraes, MPF, Deputados do DF, Flávio Dino	7	30,4%
Apoio ao Brasil	Organização dos Estados Americanos (OEA), Joe Biden, Papa	3	13%
Desculpas	Ibaneis Rocha	1	4,4%
Repercussão	Imprensa Internacional	1	4,4%
		<b>23</b>	<b>100%</b>

Elaboração própria dos autores.

Ao dialogar sobre a centralidade da mídia e do jornalismo na contemporaneidade, em primeiro lugar, denota-se que a *Jovem Pan* cumpre seu papel de mediador social ao fazer uma cobertura jornalística sobre o ato antidemocrático em Brasília. Além disso, contribui para uma discussão pertinente na sociedade. Entretanto, a partir da análise dos conteúdos acima, percebe-se que a cobertura midiática da *Jovem Pan* manteve uma abordagem factual e informativa, em que prioriza detalhes sobre ações legais, investigações e decisões judiciais. Embora isso seja importante para manter o público informado, a falta de análises contextuais mais aprofundadas é notável. Pouca ênfase foi dada

à exploração das causas subjacentes dos eventos e à contextualização do contexto político e social em que ocorreram.

Uma outra discussão que pode ser observada é a dualidade entre o compromisso com a objetividade e a imparcialidade. A *Jovem Pan* defende que adota um discurso imparcial, mas na prática isso não acontece. Nas publicações é possível notar que nas manchetes há uma certa imparcialidade, porém, algumas expressões e termos utilizados têm interpretações dúbias. Em posts que tratam sobre o atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva, há o emprego do termo “petista”, o que acaba corroborando para um discurso de ódio e contra o governo de esquerda. Em relação às fotos, utiliza-se uma foto do Lula com a mão no rosto, mostrando sua mão com os quatro dedos, o que gera identificação com os discursos de direita que classificam o parlamentar como “ladroão”. A emissora já vem de um histórico de apoio ao governo de direita e ao investir em estratégias de comunicação como estas coloca em xeque os principais objetivos e missões do jornalismo.

Seguindo a perspectiva do sociólogo Erving Goffman, não foram evidenciados sinais claros de estigmatização nos relatórios. No entanto, o conteúdo geral permaneceu focado em indivíduos e ações específicas, deixando em segundo plano uma análise mais ampla das estruturas institucionais e dos sistemas que podem ter contribuído para os eventos. Não trouxeram um jornalismo que pudesse aprofundar um debate que fosse essencial para a sociedade.

Da mesma forma, a análise do poder e controle da mídia, de acordo com as teorias de Thompson e Bourdieu, mostra que a mídia continua a ser uma força influente na divulgação de informações e na construção da agenda pública. As decisões judiciais e ações das

autoridades são destacadas, indicando a relevância da mídia na formação da opinião pública e no escrutínio das instituições.

No entanto, há uma ausência notável de análises críticas do contexto político e social subjacente. O sociólogo Fausto Neto argumenta que a compreensão completa desses eventos requer uma análise profunda das condições políticas e sociais que levaram aos protestos e invasões. A mídia, em sua abordagem predominantemente informativa, negligenciou em grande parte essa dimensão mais ampla, limitando a compreensão do público sobre as causas raízes dos eventos.

### **Considerações Finais**

Uma semana após a posse do presidente Lula, o que era para ter sido um momento de festa pelo povo brasileiro após a vitória democrática das urnas e a volta de um governo de esquerda ao poder, virou um ambiente de ódio e de guerra contra a própria democracia. Numa postura terrorista e que foi financiada e planejada, bolsonaristas conseguiram desestabilizar todo um país. Os radicais ganharam visibilidade na mídia e mostraram que podem fazer o que quiserem com o patrimônio público. Isso remete a ideia de que se dissemina no senso comum de que a justiça brasileira é lenta e não consegue manter a ordem no país, tendo em vista que as próprias pessoas escolhidas para cuidar da segurança nada fizeram para conter o ato.

A partir do debate teórico e das análises feitas sobre a cobertura do jornal *Jovem Pan*, observa-se uma cobertura factual em detrimento de um jornalismo interpretativo que pudesse lançar luz sobre questões importantes para a sociedade civil, para o universo da democracia e à democracia, que se refere ao contexto político. Ademais, percebe-se

que a *Jovem Pan* prioriza um discurso imparcial e objetivo, entretanto, na prática, isso não acontece de fato.

## Referências

Bourdieu, P. (2001). *O poder simbólico* (4ª ed.). Bertrand Brasil.

Braga, J. L. (2012). Circuitos versus campos sociais. In M. A. Mattos, J. Janotti Junior, & N. Jacks (Orgs.), *Mediação & mediação* (pp. 29-52). EDUFBA.

Coimbra, M. R. (2018). *A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: as estratégias de construção da imagem da ex-presidente versus o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)].

Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma analítica da mediação. *Matrizes*, 1(2), 89-105.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do poder* (R. Machado, Org. & Trad.). Edições Graal.

Gonçalves, T. (2011). A Abordagem do Enquadramento nos Estudos do Jornalismo. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, 5/6, 158-167.

Hjarvard, S. (2012). Mediação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 5(2), 53-92.

Johnson, A. G. (1997). *Dicionário de sociologia*. Jorge Zahar.

Lima, V. (2006). *Mídia: crise política e poder no Brasil*. Perseu Abramo.

Nunes, D. R. dos S. (2021). *Confrontos institucionais e o impedimento presidencial no Brasil: uma análise comparativa a partir do segundo impeachment de Donald Trump nos Estados Unidos da América* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Porto, M. P. (2022). *Enquadramentos da Mídia e Política* [Trabalho apresentado]. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS.

Pozzebon, A. (2020). *O discurso desintermediado de Jair Bolsonaro: uma análise das postagens no Twitter em relação à imprensa* [Monografia, Universidade de Passo Fundo (UPF)].

Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias da Comunicação*. Editorial Presença.

Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade*. Vozes.

Thompson, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. *Theory, Culture & Society*, 35(5), 53-92.



# **ORIENTALISMO NO MEIO JORNALÍSTICO: A NARRATIVA DA GUERRA PALESTINA *VERSUS* ISRAEL NO PORTAL G1**

*Arthur Honorato de Almeida<sup>1</sup>  
Deborah Luísa Vieira dos Santos<sup>2</sup>  
Kissyla Fernanda Pereira dos Santos Pires<sup>3</sup>*

Esta pesquisa é um recorte do trabalho de conclusão do curso de Jornalismo (UNIVALE), em que se observa a narrativa do jornalismo brasileiro acerca do conflito Palestina *versus* Israel. Foram analisadas 10 matérias veiculadas pelo Portal G1 (Grupo Globo), no período de 05 de agosto a 04 de setembro de 2022, sobre os ataques ocorridos na Faixa de Gaza.

- 
1. Bacharel em Jornalismo pela Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE). [arthur8honorato@hotmail.com](mailto:arthur8honorato@hotmail.com)
  2. Doutoranda e Mestra em Comunicação (PPGCOM/UFJF). Professora da Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE). [deborah.santos@univale.br](mailto:deborah.santos@univale.br)
  3. Bacharel em Jornalismo pela Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE). [kissylapires@outlook.com](mailto:kissylapires@outlook.com)

A mídia ocidental sempre usou uma voz passiva na hora de noticiar as ações de Israel contra o povo palestino, por outro lado, nunca mediu esforços para relatar a ira e os ataques vindos de grupos da Palestina. Pode-se afirmar que esse favoritismo da mídia estadunidense em relação a Israel está diretamente relacionada ao orientalismo explicado pelo professor Edward Wadie Said, que consiste na forma como o ocidente aborda o oriente, envolvendo uma coletânea de sonhos, imagens e vocabulários disponíveis, na maioria das vezes com uma visão estereotipada e preconceituosa.

De um estereótipo vagamente delineado como um nômade montado num camelo a uma caricatura aceita como a encarnação da incompetência e da fácil derrota: esse era todo o alcance atribuído ao árabe. Mas, depois da Guerra de 1973, o árabe apareceu como algo mais ameaçador. Caricaturas representando um xeque postado atrás de uma bomba de gasolina surgiam rapidamente. (Said, 2007, pp. 381-382)

Jornais norte-americanos, como *New York Times* e *The Washington Post*, e agências internacionais de notícias são meios de comunicação que exercem grande influência na imprensa mundial. O conhecimento dos retratos feitos pelos veículos midiáticos dos Estados Unidos pode contribuir para o reconhecimento de fatores que estejam influenciando a imprensa brasileira, afirmação que parecia ser intangível até a publicação da dissertação escrita por Isabelle Christine Somma de Castro (2007). O trabalho acadêmico buscou verificar a existência de estereótipos e preconceitos no período de cerca de trinta dias anteriores aos atentados de 11 de Setembro e no período de trinta dias posteriores ao evento.

Segundo Chomsky (2014), a imprensa defende uma agenda econômica, política e social de grupos privilegiados que dominam a sociedade e o Estado. Os veículos midiáticos servem a este propósito de várias maneiras, entre elas selecionando tópicos de uma forma que aqueles que beneficiam governos e empresas sejam os escolhidos. Ao dar mais ênfase à violência quando os agentes são árabes e muçulmanos e menor quando os agentes são o governo israelense e o norte-americano, essa fábrica se mostra em pleno vigor. Mas qual seria o motivo da mídia brasileira optar por uma abordagem aparentemente neutra ou pró-Israel nesse contexto?

Mostra-se relevante essa pesquisa pelo fato da necessidade de se observar como a narrativa chega ao Brasil e quais os efeitos sobre os espectadores, no que tange à construção da realidade acerca dessa guerra. E, de que forma, isso reflete no modo dos brasileiros compreenderem o conflito. A escolha do G1, parte do Grupo Globo, se dá devido ao seu alinhamento com o discurso advindo de mídias estadunidenses/europeias em relação ao Oriente Médio, tendo uma editoria intitulada “Mundo” para tratar de assuntos como este, e também por sua relevância em alcance e abrangência. Busca-se analisar os conteúdos apresentados nas matérias, destrinchando as fontes acionadas, imagens, vídeos, termos e autorias, explorando ainda informações complementares na construção da matéria, tendo a análise de enquadramento (Vimieiro & Maia, 2011). Articula-se os contextos sociais, políticos e históricos com as informações coletadas no intuito de construir sentidos, tendo em vista o viés editorial do portal.

Neste aspecto, este trabalho procura ressaltar a importância do veículo de comunicação, na construção de narrativas envolvendo eventos

que impactam a sociedade a nível global, principalmente quando há questões políticas inseridas no contexto. Como métodos empregados na coleta e análise, têm-se os seguintes passos: Pesquisa bibliográfica, Pesquisa Documental e, como método para análise, optou-se por uma análise híbrida com Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2011) e Análise de Enquadramento, proposta por Vimeiro e Maia (2011).

### **Mídia, identidade e conflitos**

As narrativas míticas e religiosas, repassadas por meio da tradição oral entre os grupos sociais, familiares e pessoas próximas, tradicionalmente, construíam o conhecimento e o referencial de mundo, que serviam como ferramenta para aqueles que buscavam uma explicação para os fenômenos e o sentido para a própria existência (Rodrigues, 2001; Thompson, 2008). Com o passar do tempo e o surgimento das sociedades modernas, os saberes passaram a ser autonomizados, fragmentando-se em diversos campos sociais.

Emaranhada em meio ao risco de dissolução da própria sociedade moderna, fracionada em campos com interesses individuais, a mídia assume um papel expressivo como “homogeneizador” social. Os fragmentos são reorganizados e (re)construídos para o mundo através do campo midiático, envolvendo também na ideia de realidade e trazendo visibilidade aos fatos e atores sociais. Sendo assim, a instituição midiática atua como um “cimento homogeneizador” da realidade coletiva, ao projetar de forma autônima a diversidade das demais instituições, dando também visibilidade a elas, tornando-se, por fim, mediadora social (Rodrigues, 2001).

Rodrigues (1999) explica que os órgãos dos sentidos atuam como aparelhos que proporcionam sensações, ou seja, os processos sensoriais que tornam as pessoas, de alguma maneira, presentes no mundo. São os órgãos do sentido que preparam o mundo de acordo com a forma como estão constituídos, colocando o mundo à disposição dos indivíduos. Sendo assim, o ser humano tem a capacidade de se apropriar do mundo, de o moldar de acordo com as suas vontades e preferências e inclusivamente de o reconstituir artificialmente.

É ao resultado desta conversão que damos o nome de Mundo vivido ou, para utilizarmos a expressão alemã consagrada por Husserl, de *Lebenswelt*. Às fronteiras do quadro ou do contexto situacional do *Lebenswelt* dão os anglosaxónicos o nome de *frame* ou de *quadro do sentido*. É por isso que, para o homem, não é apenas o meio ambiente que constitui o quadro em que se desenrola a sua experiência. Abarca igualmente o conjunto das marcas por ele próprio projectadas para delimitar a sua própria experiência, o seu *Lebenswelt*. (Rodrigues, 1999, p. 8)

Ao longo dos anos, o conceito de enquadramento tem sido muito utilizado em estudos de comunicação, com uma abordagem direccionada ao conteúdo, mais precisamente no campo do jornalismo (Mendes & Ferreira, 2019). O enquadramento ajuda a organizar a realidade social. A análise baseada no *frame* permite compreender o motivo pelo qual o jornalista, ao exercer sua tarefa de cobrir um episódio, observa algumas coisas e ignora outras.

O enquadre contém um conjunto de instruções para que o/a ouvinte possa entender uma dada mensagem (do mesmo modo como uma moldura em torno de um quadro representa um conjunto de instruções que indicam para onde o observador deve

dirigir o seu olhar). O enquadre delimita, pois, figura e fundo, ruído e sinal. (Bateson, 2002, p. 85)

Ou seja, nenhum enunciado do discurso pode ser interpretado sem uma referência a uma metagemagem do enquadre “*frame*”. O qual interfere na forma com que a realidade é socialmente construída. Para Berger e Luckmann (2007), a linguagem percorre esse processo de interiorização e exteriorização das estruturas sociais pelo sujeito, assim como participa da construção, manutenção e transformação social. Assim, real faz parte de uma construção feita na coletividade social.

A legitimação produz novos significados, que servem para integrar os significados já ligados a processos institucionais díspares. A função da legitimação consiste em tornar objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações de “primeira ordem”, que foram institucionalizadas. (Berger & Luckmann, 2007, p. 127)

Thompson (2008) aponta que, com a ascensão dos meios de comunicação e sua popularização, a mídia assumiu papel crucial nos processos de socialização e também na construção da realidade, do conhecimento e da subjetividade do indivíduo. Os meios de comunicação desagregam o aqui e o agora, transformando a relação espaço e tempo, com isso permite que um determinado fato seja visto, em tempo real ou não, em outros locais, tempos e contextos. Demandados pelas demais instituições e campos de saberes para dar visibilidade e legitimidade a atores sociais e as próprias instituições, os meios de comunicação modelam o funcionamento social, ao mesmo tempo em que funcionam

como ferramenta da agregação da sociedade e participam da reorganização do contexto formado pelos interesses particulares das instituições.

No âmbito da comunicação, inserindo no contexto do conflito entre Israel e Palestina, por exemplo, os *media* funcionam como propulsores dos pensamentos e ideologias daqueles que os financiam. Nesse sentido, surge como uma forma de construir a geografia imaginativa do Oriente Médio através do orientalismo (Said, 2007) presente no ocidente, no cenário abordado.

As pessoas podem acreditar que quando usamos a força contra o Iraque e o Kuwait é porque realmente observamos os princípios de que a ocupação ilegal e a violação dos direitos humanos têm de ser enfrentadas por meio da força. Elas não percebem o que isso significaria se esses princípios fossem aplicados ao comportamento dos Estados Unidos. Trata-se de um dos mais espetaculares casos de propaganda bem-sucedida. (Chomsky, 2014, p. 26)

Seguindo esse raciocínio, pode-se dizer que os blockbusters<sup>4</sup> jornalísticos exercem um poder invisível sobre as mídias do resto do globo. Pierre Bourdieu (1989) discorre sobre o processo de formação social de instituições, campos de saberes e do próprio sujeito, trazendo o indivíduo como parte deste todo, a pessoa enquanto fruto e formador do seu território. Esse processo acontece através da utilização e transmissão de símbolos, que precisam ser reconhecidos pela sociedade ou por determinado grupo pertencente a ela. Portanto, a construção social

---

4. A origem do termo vem de uma expressão originária do meio militar inglês. *Block-* (“bloco”, no sentido de bloco de bairro) + *buster* (“destruidor”), destruidor de bairros. O termo também é muito usado na indústria cinematográfica para filmes de sucesso. Aqui fiz um trocadilho para me referir a canais e empresas jornalísticas que têm influência no mundo todo.

é o resultado de uma constante disputa entre os membros dessa sociedade, ou grupo a ela pertencente, entre a objetividade das estruturas e a subjetividade de cada biografia individual.

O poder simbólico é uma configuração de poder invisível de construção da realidade e só é exercido com a permissão daqueles que compõem determinado grupo na sociedade, que tende a estabelecer “o sentido imediato de mundo (e, em particular, do mundo social)” (Bourdieu, 1989, p. 9). Ademais, esse poder faz parte da construção do imaginário social e da cultura, naturalizando ideologias e símbolos. E, obviamente, a realidade é construída e divulgada através desses símbolos.

Descobre-se, portanto, que esses sistemas simbólicos cooperam para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra – violência simbólica. Esse tipo de violência aparece nas relações sociais e, principalmente, nas relações de comunicação da mídia. A reprodução dos símbolos pelos meios de comunicação leva à criação do que Bourdieu (1989) chama de conformismo lógico. O conformismo lógico surge quando há uma concepção homogênea da realidade, das relações de tempo e espaço e torna possível a concordância entre os indivíduos, constitui a ideologia, esta que vem dos interesses do grupo que a profere, representa os interesses de quem a desenvolve e à lógica específica do seu campo de origem.

Isabelle de Castro (2007) verificou como os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo cobriram assuntos relacionados a árabes e muçulmanos seis meses e depois antes dos atentados de 11 de setembro de 2001. Castro (2007) observa que, em ambos os jornais, apenas os palestinos e seus atos são chamados de “terroristas” e somente



suas ações são denominadas de “o terror”, “ataques terroristas”, “ameaça terrorista”. O poder simbólico, aqui, aparece para difundir o medo e ressignificar as ações de uma luta mais ampla e até mesmo reforçar a associação entre “terror” e “Palestina”. Os jornais não explicam, confundem. Substituem outras palavras que podem contextualizar melhor o que se passa, como “resistência”.

Naquele recorte, “terrorismo” e cognatos foram aplicados exclusivamente para o lado palestino. Além disso, as forças de ocupação apenas “respondiam” a esses ataques. Ou seja, atacavam a população palestina com armamento pesado e fechavam as fronteiras, punição coletiva que serviu mais como retórica de que o governo estava fazendo algo do que como meio efetivo de barrar qualquer atentado. O período retratava a retomada do levante contra a ocupação militar israelense, a segunda Intifada, que teve início em setembro de 2000. Os líderes foram culpados pela retomada da violência e palavras como terroristas e extremistas foram utilizadas tanto para os líderes como para o povo. Eram eles os responsáveis pela origem em si do conflito. Ou seja, o ciclo de violência partia deles sem que as causas de sua revolta fossem claras. (Castro, 2007, p. 125)

Nessa lógica, se a prática do terrorismo está associada exclusivamente aos palestinos, o direito de contra-atacar também é atribuído exclusivamente ao lado oposto, algo que foi apontado por Edward W. Said (2007). O poder simbólico, neste contexto, parte dos meios de comunicação europeus e estadunidenses que, de forma “indireta”, moldou o conformismo lógico da mídia brasileira em relação ao conflito Israel-Palestina. Responder e reagir sempre pressupõem a ocorrência de uma provocação anterior, mas a provocação nunca vem do lado israelense. Os palestinos, no imaginário brasileiro, se tornaram os provocadores, que apenas fazem com que os militares de Israel “respondam” às suas

agressões. Com o aumento da circulação de jornais e revistas, juntamente com a popularização do rádio e da televisão e o surgimento da internet, a mídia passa, e precisa, ser encarada como a principal propagadora da representação de árabes e muçulmanos na atualidade, uma forma de estereotipar e racializar a diferença (Lopes & Fabricio, 2005).

Polarização essa baseada na construção das identidades. Conforme Silva et al. (2008), as identidades são constituídas por meio da diferença, ou seja, uma pessoa é, aquilo que a outra não é. Portanto, esse é um sistema binário de representações. Ainda, o autor aponta que a construção da identidade é o resultado da sociedade a qual ele se insere e dos símbolos acionados para representação da mesma. Desse modo, há uma divisão entre “nós” *versus* “eles”, capaz de diferenciar, nesse caso, palestinos e israelenses, algo que se reflete no discurso midiático ocidental e, por vezes, é carregado dos estereótipos de que o povo palestino/árabe é sinônimo de “terrorista”.

Noah Chomsky (2014) aponta que a mídia estadunidense possui uma necessidade insana de modificar completamente a história, algo que se tornou visível com o fim da Guerra no Vietnã, quando o país tentou de todas as formas reconstruir a narrativa do conflito. Naquele contexto, era preciso passar a impressão de que quando os Estados Unidos ataca e destrói alguém, na verdade eles estão se protegendo e se defendendo de agressores, qualquer coisa que o país fizesse era nobre e correta. Essa narrativa precisava se tornar a versão oficial e, no fim, o plano funcionou muito bem, visto que quando se tem a mídia e o sistema educacional sob controle absoluto, se torna possível vender qualquer versão da história.

O autor afirma que essa análise feita com o caso da Guerra no Vietnã pode ser aplicada a qualquer outro assunto:

Oriente Médio, terrorismo internacional, América Central, qualquer que seja a situação, a imagem do mundo que é apresentada à população tem apenas uma pálida relação com a realidade. A verdade dos fatos encontra-se enterrada debaixo de montanhas e montanhas de mentiras. (Chomsky, 2014, p. 17)

Muito antes do atentado de 11 de setembro de 2001, a imagem de árabes e muçulmanos na mídia norte-americana já era objeto de estudo de pesquisadores que se preocupavam com a disseminação de estereótipos pelos meios de comunicação. Edmund Ghareeb, citado por Castro (2007), pesquisou como a questão palestina era tratada pela imprensa estadunidense, sustentando que tanto jornais como revistas, canais televisivos e agências de notícias teriam sido tendenciosos, em favor de Israel, na cobertura do conflito palestino-israelense.

## **O conflito no Portal G1**

No Portal G1, foram feitas buscas nas editorias de Política e de Mundo. Durante a primeira análise, percebeu-se que o conflito em questão era tratado somente dentro da editoria Mundo, com a Política contendo apenas matérias que trabalhavam com o tema a partir das relações diplomáticas com outras nações, como por exemplo os Estados Unidos ou eventos de outras épocas envolvendo o conflito de Israel e Palestina. Assim, optou-se por analisar exclusivamente a editoria Mundo, encontrados 10 resultados na busca, que tinham como ponto central o debate sobre os recentes ataques à Faixa de Gaza.

Partindo de uma perspectiva de análise, busca-se compreender e comparar, como o conflito entre Israel e Palestina é tratado no Portal G1, partindo do entendimento da relação do Grupo Globo com as agências de notícias internacionais, principalmente as europeias e estadunidenses. Busca-se analisar os conteúdos apresentados nas matérias, destrinchando as fontes acionadas, imagens, vídeos, termos e autorias, explorando ainda informações complementares na construção da matéria, tendo a análise de enquadramento (Vimieiro & Maia, 2011). Articula-se os contextos sociais, políticos e históricos com as informações coletadas no intuito de construir sentidos, tendo em vista o viés editorial do Portal G1.

A seguir, o quadro 1 traz um resumo das matérias coletadas ao longo do período sobre o ataque à Faixa de Gaza.

### Quadro 1

#### *Matérias veiculadas na editoria de Mundo do Portal G1*

	<b>Matéria</b>	<b>Data da publicação</b>	<b>Tema</b>	<b>Gênero</b>
01	Jihad Islâmica anuncia morte de líder e mais oito em bombardeio de Israel em Gaza; palestinos respondem com foguetes	05/08/2022	Morte do líder da Jihad Islâmica durante bombardeio em Gaza.	Reportagem
02	Novos ataques aéreos de Israel contra a Faixa de Gaza aumentam a tensão no Oriente Médio	06/08/2022	Ataques aéreos israelenses a Gaza.	Notícia
03	Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia; há pelo menos 12 mortos em Gaza	06/08/2022	Segundo dia de conflito em Gaza.	Reportagem
04	Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia na Gaza	06/08/2022	Segundo dia de conflito em Gaza.	Vídeo notícia

05	Israel ataca Gaza pelo 2o dia palestinos respondem com foguetes	06/08/2022	Respostas dos palestinos aos ataques israelenses.	Vídeo notícia
06	Israelenses e palestinos chegam a acordo e começam cessar-fogo; mais de 40 morreram em Gaza	07/08/2022	Acordo entre Israel e Palestina /cessar-fogo.	Reportagem
07	Israel reabre passagens de Gaza após trégua com palestinos	08/08/2022	Trégua entre o conflito palestino-israelense na Faixa de Gaza.	Reportagem
08	Israel reabre fronteira para gaza após cessar fogo	08/08/2022	Cessar-fogo e reabertura de passagens para Gaza.	Vídeo nota
09	Hamas executa 5 palestinos em Gaza, dois deles por ‘colaboração’ com Israel	04/09/2022	Execução de 5 palestinos feita pelo Hamas.	Reportagem
10	Autoridades do Hamas executam cinco palestinos em Gaza	04/09/2022	Execução de 5 palestinos feita pelo Hamas.	Notícia

Elaborado pelos Autores.

As matérias publicadas no *Portal G1* partem de uma postura neutra, até o primeiro momento, sobre o conflito, limitando-se a questões rasas sobre o embate, como número de mortos e número de foguetes. A matéria que abre o período, “Jihad Islâmica anuncia morte de líder e mais oito em bombardeio de Israel em Gaza; palestinos respondem com foguetes”, retrata a morte do líder da Jihad Islâmica, Tayseer al Jabari, também conhecido como Abu Mahmud, alguém que pode ser julgado como uma pessoa importante, mas não há contexto nem aprofundamento na matéria. O texto não explica o que seria a Jihad Islâmica e qual o seu papel no conflito entre Israel e Palestina, além disso cita a “Brigada Al Quds”, que seria a ala militar da Jihad Islâmica, mas sem aprofundamento também. Alguns detalhes sobre este grupo só são apresentados, somente, na segunda matéria, intitulada “Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia; há pelo menos 12 mortos em Gaza”, na

qual é citado como “um grupo militante alinhado ao Hamas”. O orientalismo aqui, quase que invisível, apenas puxa o gatilho do imaginário social de quem está lendo. Com poucas informações, somos induzidos a julgar a organização como grupo terrorista e, em diversas vezes, o termo “palestinos” foi usado no lugar de “Jihad Islâmica” e “Brigada Al Quds”, sendo assim há uma associação indireta entre terroristas > Jihad Islâmica > palestinos. Assim como o Hamas, a Jihad Islâmica não representa “o todo” da nação palestina, assim, a relação entre os termos não deveria existir.

Assim como na primeira matéria, as outras oito seguem nessa mesma linha do orientalismo “escondido”, que só é percebido quando realiza-se uma análise detalhada de todos os elementos presentes nos textos. Nota-se que o poder simbólico (Bourdieu, 1989), repassado nas matérias, reforça o estereótipo construído pelo ocidente em tratar os palestinos como “terroristas”.

### **Fontes acionadas**

Neste tópico, procura-se analisar as fontes acionadas para a construção de cada matéria, sendo elas fontes humanas (pessoas, autoridades, testemunhas) ou fontes documentais (pesquisa, institutos, dados), uma vez que cada fonte, na sua individualidade, ajuda a escrever uma narrativa diferente. No contexto em questão, fontes de origem palestina ajudariam a mostrar a visão de um povo que se encontra num estado invisível perante a mídia.

A partir do Quadro 2, pode-se ver detalhadamente cada fonte utilizada nas matérias, assim como suas origens. Ao todo, foram contatadas 18 fontes palestinas, 17 israelenses, 1 fonte iraniana, 1 fonte

rusa e 1 fonte estadunidense. No primeiro momento, é possível notar um certo balanceamento nas origens das fontes, o que implicaria num posicionamento neutro por parte do *Portal G1*. Porém, é preciso analisar a forma como essas fontes foram usadas nas matérias em que apareceram.

## Quadro 2

### *Fontes consultadas nas matérias veiculadas na editoria de Mundo do Portal G1*

<b>Matéria</b>	<b>Fontes</b>	<b>Origens</b>	<b>Tema</b>
Jihad Islâmica anuncia morte de líder e mais oito em bombardeio de Israel em Gaza; palestinos respondem com foguetes.	Jihad Islâmica; Brigada Al Quds; Richard Hecht (porta-voz do Exército de Israel); “Uma TV israelense”.	2 de origem palestina e 2 de origem israelense.	Morte de Abu Mahmud durante bombardeio de Israel na faixa de Gaza.
Novos ataques aéreos de Israel contra a Faixa de Gaza aumentam a tensão no Oriente Médio..	Militares israelenses (não identificados).	1 fonte israelense.	Ataques aéreos na Faixa de Gaza.
Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia; há pelo menos 12 mortos em Gaza.	Ministério de Saúde palestino; “Mídia israelense”; Porta-voz militar de Israel; Hossein Salami (comandante da Guarda Revolucionária do Irã); Um membro da Jihad Islâmica; Militares Israelenses (não identificados);	2 fontes palestinas, 3 israelenses e 1 fonte iraniana.	Conflito entre Israel e Palestina na Faixa de Gaza.
Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia na Faixa de Gaza.	Lideranças em Gaza; Jihad Islâmica.	Todas as fontes são palestinas.	Segundo dia de conflito em Gaza.

<p>Israel ataca Gaza pelo 2º dia palestinos respondem com foguetes.</p>	<p>“Imprensa de Israel”; Autoridades palestinas; Exército de Israel; Governo Russo; Emissora afiliada do Grupo Hezbollah; Governo de Israel.</p>	<p>2 fontes palestinas, 3 fontes israelenses e 1 fonte russa.</p>	<p>Conflito entre Israel e Palestina na Faixa de Gaza.</p>
<p>Israelenses e palestinos chegam a acordo e começam cessar-fogo; mais de 40 morreram em Gaza.</p>	<p>Ministério da Saúde de Gaza; Exército israelense; Mohamed Al Hindi, chefe do braço político da Jihad Islâmica; Gabinete do primeiro-ministro israelense, Yair Lapid; Brigadas Al Qods; Oded Basik, comandante de operações do exército israelense; Autoridades israelenses; Hamás;</p>	<p>4 fontes palestinas e 4 fontes israelenses.</p>	<p>Trégua entre o conflito palestino-israelense na Faixa de Gaza.</p>
<p>Israel reabre passagens de Gaza após trégua com palestinos.</p>	<p>Exército de Israel; Jihad Miqad, pescador de Gaza; Muhammad Shamlakh, morador de Gaza; Autoridades israelenses; Izhak Greenberg, morador de Ashkelon.</p>	<p>2 fontes palestinas e 3 fontes israelenses.</p>	<p>Cessar-fogo e reabertura de passagens para Gaza.</p>
<p>Hamás executa 5 palestinos em Gaza, dois deles por ‘colaboração’ com Israel.</p>	<p>Ministério do Interior da Faixa de Gaza; Hamás; Centro Palestino de Direitos Humanos em Gaza; Omar Shakir, diretor para Israel e territórios palestinos da ONG Human Rights Watch.</p>	<p>3 fontes palestinas e 1 fonte estadunidense.</p>	<p>Execução de 5 palestinos feita pelo Hamás.</p>
<p>Autoridades do Hamás executam cinco palestinos em Gaza.</p>	<p>Ministério do Interior da Faixa de Gaza; Gabinete do primeiro-ministro de Israel;</p>	<p>1 fonte palestina e 1 fonte Israelense.</p>	<p>Execução de 5 palestinos feita pelo Hamás.</p>

Elaborado pelos Autores.



Em relação às fontes israelenses, nota-se que quase todas estão ligadas ao Exército de Israel, acionadas, na maioria das vezes, para dar um posicionamento em relação aos ataques e até mesmo para atualização do número de mortos de pessoas palestinas. Em matérias como “Israelenses e palestinos se enfrentam pelo segundo dia; há pelo menos 12 mortos em Gaza” e “Israelenses e palestinos chegam a acordo e começam cessar-fogo; mais de 40 morreram em Gaza” é perceptível como as informações ditas pelas fontes israelenses modelam a narrativa do texto, sendo colocadas logo em seguida das falas das fontes palestinas, como uma forma de contestação. As fontes acionadas em ambos os lados são oficiais, sendo o Ministério da Saúde de Gaza, do lado palestino, e “autoridades” e “mídia” israelenses, do lado de Israel, algo um pouco vago, mas que foi utilizado para refutar o número de mortos divulgado pelo Ministério da Saúde Palestino. Nesse sentido, a quantidade de fontes palestinas acionadas não é relevante para a construção da narrativa, se sempre aparecer, ao final, uma outra fonte que a conteste.

Além disso, é perceptível que em alguns momentos fontes vagas são citadas. No caso da matéria “Jihad Islâmica anuncia morte de líder e mais oito em bombardeio de Israel em Gaza; palestinos respondem com foguetes”, ao final, o texto afirma que “autoridades israelenses” alertaram que deveriam haver disparos de foguetes por parte dos palestinos e, logo em seguida, a ação é confirmada por “uma TV israelense” a qual afirmou que, de fato, cidades no sul do país foram atingidas. A matéria termina com essa afirmação e sem informações de autoridades palestinas sobre esses ataques.

Em relação às fontes de origem palestina, nota-se que na maioria dos casos estão ligadas a Jihad Islâmica ou ao governo da Faixa de

Gaza, “Ministério do Interior da Faixa de Gaza” e “Ministério da Saúde da Faixa de Gaza” são exemplos recorrentes.

Por fim, vale destacar algumas outras fontes que foram utilizadas no decorrer das matérias: os três civis, sendo dois palestinos e um israelense, e Omar Shakir, diretor para Israel e territórios palestinos da ONG *Human Rights Watch*. Na reportagem “Israel reabre passagens de Gaza após trégua com palestinos”, a narrativa gira em torno da visão dos civis que convivem diariamente com o conflito entre o Exército Israelense e os grupos militantes palestinos, como a Jihad Islâmica e o Hamas. A população palestina da Faixa de Gaza se demonstra cansada e abatida, conforme trecho da matéria “Israel reabre passagens de Gaza após trégua com palestinos”, publicada em 08 de agosto de 2022.

A matéria exemplificada traz, por exemplo, a informação de que a abertura das passagens de fronteira entre Israel e o território costeiro da Palestina permitiu a entrada de caminhões de combustível para abastecer a única usina de Gaza e aumentar a disponibilidade de eletricidade que havia caído para cerca de oito horas por dia. Logo em seguida, a matéria mostra a situação da população do lado de Israel, que não teve muitas baixas graças ao sistema de defesa aérea *Iron Dome*. Izhak Greenberg, de 65 anos, é outro civil citado no texto, porém representando o lado israelense. A fonte, mesmo não tendo sua vida muito afetada pelo conflito, diz que tem pouca esperança de uma mudança em relação a esses embates e que quando eles acabam sempre voltam para o ponto de partida.

Na penúltima reportagem, “Hamas executa 5 palestinos em Gaza, dois deles por ‘colaboração’ com Israel”, Omar Shakir, diretor para Israel e territórios palestinos da ONG *Human Rights Watch*, aparece

se posicionando em relação às execuções feitas pelo Hamas. A fala de Omar Shakira traz um peso muito grande, e necessário, para as ações do Hamas, porém, fontes ou falas como esta não foram utilizadas nas matérias envolvendo as ações do Exército de Israel contra a Faixa de Gaza, que resultaram na morte de pelo menos 44 pessoas, incluindo 15 crianças, em um período de 56 horas de violência que começou quando ataques aéreos israelenses atingiram um comandante sênior da Jihad Islâmica.

## **Termos**

No caso das matérias do *GI*, o termo “organização terrorista” apareceu somente 1 vez, na reportagem “Israelenses e palestinos chegam a acordo e começam cessar-fogo; mais de 40 morreram em Gaza”. O trecho em que o termo aparece diz que a Jihad Islâmica está incluída na lista de organizações terroristas dos Estados Unidos e da União Europeia e, logo em seguida, o texto diz que o grupo disparou centenas de foguetes contra Israel.

Apesar de ser um dos personagens principais da narrativa do conflito em questão, o termo “Jihad Islâmica” aparece apenas uma vez nos títulos das matérias - “Jihad Islâmica anuncia morte de líder e mais oito em bombardeio de Israel em Gaza; palestinos respondem com foguetes”, nas outras matérias ele é substituído por “palestinos”. Seguindo nessa análise, percebe-se que o termo “palestinos” substitui “Jihad Islâmica” 8 vezes durante o período das reportagens, perdendo apenas para o termo “grupo militante” ou “militantes” que aparecem 11 vezes associados a Jihad Islâmica. O termo “organizações armadas” aparece apenas uma vez. Ademais, o nome “Hamas”, mesmo não

tendo relação com os ataques, aparece 5 vezes nas 4 primeiras matérias relacionadas ao conflito entre o exército de Israel e a Jihad Islâmica.

Vale ressaltar que o termo “ação preventiva” usado na fala do exército de Israel foi repetido 3 vezes ao longo das matérias, uma delas usada entre aspas, assim como “incursões israelenses”. Colocar aspas em uma palavra tem, de acordo com Cunha e Cintra (1985), quatro finalidades: (1) fazer sobressair termos ou expressões, geralmente não peculiares à linguagem normal de quem escreve; (2) acentuar seu valor significativo (3) realçá-la ironicamente; (4) indicar a significação de uma palavra de língua estrangeira. A definição 3 se enquadra melhor neste caso. O G1 sabe que os ataques não foram uma ação preventiva, mas mesmo assim decide manter de acordo com o relato das autoridades israelenses, porém, com o termo aspeado. Essa postura reafirma as ideias de que Israel apenas “reage” aos ataques palestinos, contribuindo para a permanência da associação “terrorismo” e “palestinos”, o que justifica as reações de Israel.

### **Autoria das matérias**

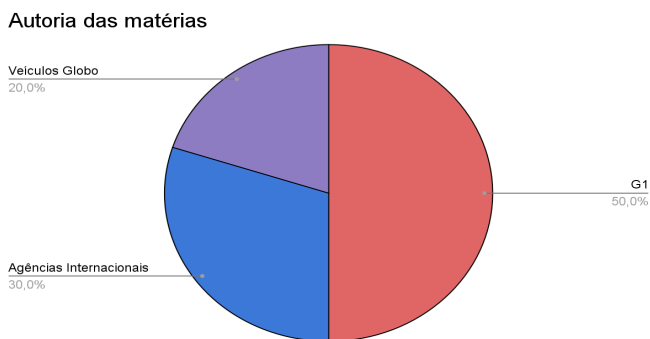
Neste tópico, procura-se verificar quantas matérias foram feitas pelo próprio portal ou agências internacionais, uma vez que nem sempre o veículo jornalístico tem como manter base ou mandar correspondentes para o exterior, principalmente em áreas de conflitos como é o caso da Faixa de Gaza. Sendo assim é importante saber de onde está vindo determinada cobertura, visto que quando um veículo compra uma matéria se compra também uma visão de mundo de quem a produziu.

Como pode-se observar no gráfico 1, 50% das matérias foram produzidas pelo próprio *Portal G1*, 30% por agências internacionais

e 20% por outros veículos pertencentes ao grupo Globo. As agências internacionais utilizadas foram a *Reuters* e a *Agence France-Presse*.

### Gráfico 1

*Autoria das matérias no Portal G1*



Elaborado pelos Autores.

A *Reuters* é uma agência de notícias britânica, consolidada como a maior agência internacional de notícias do mundo, tendo sua sede em Londres. A agência oferece cobertura em mais de 16 idiomas e um alcance de bilhões de pessoas, possuindo mais de 2.000 clientes de mídia em 128 países e mais de 1.000 clientes no setor editorial, incluindo 8 dos 10 principais jornais do mundo e todas as grandes redes de TV dos EUA.

A *Agence France-Presse* (AFP) é uma agência de notícias francesa, fundada em 1835 e com base em Paris. A AFP fornece conteúdos em seis idiomas - português, francês, inglês, alemão, espanhol e árabe - em texto, foto, vídeo, animação e áudio. Seus principais clientes são

os meios de comunicação de todo o mundo, mas também empresas, instituições e plataformas digitais como o G1.

Como pode ser observado, as duas agências se encaixam no conceito de *blockbuster* jornalístico, enviando conteúdo informativo para todos os cantos do mundo. Pode-se inferir que a visão de determinado assunto que uma destas agências produziu será a mesma nos veículos que compraram seu material. Em muitos dos casos não é possível nem dizer que está sendo disseminada uma visão europeia do conflito, visto que essas agências seguem um modelo de *fast food* de informações, exportando uma grande quantidade de conteúdo o mais rápido possível, mas sem um aprofundamento digno. A interpretação fica por parte do leitor com as informações que tem. O orientalismo e a visão europeia/estadunidense estão nas entrelinhas, reforçando uma visão ocidental do conflito.

### **Pacotes interpretativos: Construção da imagem da Palestina**

No G1, a Palestina é caracterizada de maneira desorganizada, não há distinção entre palestinos e palestinos pertencentes a Jihad Islâmica, que também estaria ligada ao Hamas, a conexão entre os dois grupos também não é trabalhada. Uma pessoa leiga lendo as matérias ficaria confusa. A narrativa do conflito só faz sentido quando se lê em ordem cronológica, puxando, ao mesmo tempo, informações de fora. Além disso, há uma associação indireta entre terroristas > Jihad Islâmica/Brigada Al Quds > palestinos, alimentando o preconceito orientalista presente no imaginário social dos brasileiros. Por fim, isso só piora com as duas matérias sobre o Hamas que fecham o período, que dão destaque às execuções feitas pelo grupo. A morte dos 5 palestinos condenados por espionagem e colaboração com Israel ganha mais peso do que a morte

de pelo menos 44 pessoas, incluindo 15 crianças, em um período de 56 horas de violência que começou quando ataques aéreos israelenses atingiram um comandante sênior da Jihad Islâmica. Ou seja, os palestinos aqui são reduzidos a grupos de militantes armados.

### **Pacotes interpretativos: Construção da imagem de Israel**

O G1 utiliza uma abordagem mais neutra na hora de retratar as ações dos israelenses, expressões como “ação preventiva” são usadas assim como falas de retratações das fontes. O exército de Israel é uma instituição que se previne de possíveis ataques futuros, sempre em alerta, monitorando os grupos considerados “terroristas” por eles, os Estados Unidos e a União Europeia. Toda ação é justificada por uma possível reação.

### **Pacotes interpretativos: Narrativas sobre o conflito**

O Portal G1 utiliza uma narrativa cronológica, soltando notícias diárias com atualizações do conflito, à primeira vista nada muito aprofundado. A narrativa se inicia com a morte de um dos principais líderes da Jihad Islâmica, Tayseer al Jabari, também conhecido como Abu Mahmud, em um bombardeio de Israel na Faixa de Gaza. A primeira matéria utiliza um comunicado da Jihad Islâmica chamando o episódio de “assassinato sionista” na abertura do texto, porém, logo em seguida, o autor coloca a fala do porta-voz do Exército de Israel, Richard Hecht, alegando que o ataque foi uma ação preventiva. E assim, seguindo nesse formato, que foram construídas as narrativas na maioria das matérias do *G1*, as fontes oficiais israelenses, que contestavam as informações das fontes oficiais palestinas, sempre eram colocadas por

último. E por fim, o veículo dedica duas matérias para tratar a morte de 5 palestinos executados pelo Hamas, abordando, inclusive, os direitos humanos, para finalizar o período de acontecimentos na Faixa de Gaza entre agosto e setembro de 2022.

### **Pacotes interpretativos: Orientalismos nas narrativas jornalísticas**

É notório que as matérias do *Portal G1* revelaram, mesmo que de forma indireta e nas entrelinhas, o orientalismo presente nas narrativas jornalísticas, e isso, de certa forma, contribui na criação de uma imagem polarizada a respeito da Palestina e de outras nações do Oriente Médio, Norte da África e Sul da Ásia. O leitor passa a se ver o árabe, de forma involuntária, como “o outro”, em uma visão, com clara conotação racista e xenofóbica, de que este povo seria antidemocrático, principalmente quando se trabalha de forma desorganizada, nas matérias, a organização de seus grupos de militantes, armados ou não, ou quando se dá mais atenção às 5 mortes causadas pelo Hamas do que às 44 mortes causadas por Israel na Faixa de Gaza em apenas 3 dias de conflito. Quase que, por natureza, é vislumbrada – a partir do entendimento de uma lógica do ocidente – a ideia de um “Israel democrático e um mundo árabe homogeneamente não democrático, no qual os palestinos, despojados e exilados por Israel, passaram a representar ‘terrorismo’” (Little, 2008, p. 35).

### **Conclusão**

As matérias do G1 se mostram orientalistas por reforçarem a ideia de que grupos militantes da Palestina são violentos. Associar tanto



palavras como episódios violentos a árabes e muçulmanos se encaixa no terceiro sentido do Orientalismo descrito por Edward W. Said (2007), o do discurso. Além disso, o portal estabelece um jogo de sentidos opostos quando coloca fontes israelenses para contestar fontes palestinas de forma indireta através da cronologia do texto. É o que Said (2007) caracteriza, apropriando-se de Foucault, de conhecimento para justificar e assegurar o poder. O conhecimento se remete à difusão da ideia de que árabes e muçulmanos são violentos, o que justifica posições contrárias de outros governos.

E, como os ataques israelenses são sempre caracterizados como “repostas” a provocações palestinas anteriores, até mesmo a condição de vítima de ocupação é suprimida do lado palestino. A luta pela auto-determinação palestina, que passa pela resistência à ocupação israelense há mais de quatro décadas, é apagada nas matérias do G1.

Nota-se que a mídia brasileira, em especial, o Portal G1, tende a construir uma narrativa que favorece a visão ocidental, alinhada às perspectivas israelenses. Surge assim, a importância de haver, por exemplo, veículos que trazem diferentes narrativas para formação da percepção do público brasileiro.

## Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo. Edições, 70*

Batenson, G. (2002). 1972 Uma teoria sobre brincadeira e fantasia. In B. Ribeiro & P. Garcez (Orgs.), *Sociolinguística interacional*. Loyola.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2007). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Vozes.

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Castro, I. C. S. de. (2007). *Orientalismo na imprensa brasileira: a representação de árabes e muçulmanos nos jornais Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo antes e depois de 11 de setembro de 2001* [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].

Chomsky, N. (2014). *Mídia: propaganda política e manipulação*. WWF Martins Fontes.

Little, D. (2008). *American orientalism: the United States and the Middle East since 1945*. The University of North Carolina Press.

Lopes, L. P. D. M., & Fabrício, B. F. (2005). Discurso como arma de guerra: um posicionamento ocidentalista na construção da alteridade. *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, 21, 239-283.

Mendes, A. M., & Ferreira, J. (2019). A formação da identidade de judeus e palestinos nos meios de comunicação: como se deu cobertura da Invasão da Faixa de Gaza em 2014 pelas principais revistas brasileiras. *Arquivo Maaravi: Revista Digital de Estudos Judaicos da UFMG*, 13(25), 2-19.

Rodrigues, A. D. (1999). *Experiência, modernidade e campo dos media. Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação. Portugal.*

Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade*. Editorial Presença.

Said, E. W. (2007). *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. Editora Companhia das Letras.

Silva, T. T. D., Hall, S., & Woodward, K. (Orgs.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Editora Vozes.

Vimieiro, A. C., & Maia, R. C. M. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 18(1), 235-252.

# INTERPRETAÇÃO E CREDIBILIDADE: UM OLHAR PARA COLUNAS JORNALÍSTICAS EM PORTAIS DE NOTÍCIAS ONLINE

*Jaqueline Frantz de Lara Gomes<sup>1</sup>*  
*Fabiana Piccinin<sup>2</sup>*

As últimas pesquisas do *Reuters Institute* (Newman, 2022) nos dão indícios relevantes para a necessidade de reconsiderar o valor da credibilidade jornalística. O relatório documenta as maneiras pelas quais a conexão entre o jornalismo e o público pode estar desgastada, incluindo uma queda na confiança e no interesse pelas notícias e um aumento na evasão de notícias. Já em 2016, o *Oxford Dictionaries* (2016), elegeu a “Pós-verdade” como a palavra do ano e definiu seu significado como aquilo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos

- 
1. Jornalista, doutora em Letras pelo Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC).  
[jaqlara@yahoo.com.br](mailto:jaqlara@yahoo.com.br)
  2. Professora doutora adjunta da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bolsista Produtividade CNPQ.  
[fabiana.piccinin@ufsc.br](mailto:fabiana.piccinin@ufsc.br)

objetivos tem menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (Oxford, 2016, par. 2). Ao passo que D’Ancona (2018) atenta para o fato de que o contemporâneo é oportuno para o crescimento da Pós-verdade devido à ruptura que a internet causou entre os meios de comunicação tradicionais e as instituições governamentais e acadêmicas. O jornalista britânico avalia que a aversão ao pensamento científico também é um agravante, pois “no cerne dessa tendência global está um desmoronamento do valor da verdade, comparável ao colapso da moeda ou de uma ação” (D’Ancona, 2018, p. 20).

Assim, o abalo em um sistema de instituições e regras, bem como de uma hierarquia de conhecimento e autoridade herdados do século XX, se dá pelo desafio de “uma malha de redes vinculadas não por laços institucionais, mas pelo poder viral da mídia social, o ciberespaço e dos sites, que se deleitam em sua repugnância em relação à grande mídia” (D’Ancona, 2018, p. 63). Desse modo, se por um lado vem se observando o processo de democratização da informação oportunizada pelo desenvolvimento e acesso facilitado às tecnologias de informação e comunicação em vista da ambiência da internet, por outro, pode-se evidenciar a elevação da quantidade de informações na rede, enfraquecendo os discursos, até mesmo os com embasamento científico.

Para D’Ancona (2018) há, portanto, uma depreciação do discurso jornalístico, por decorrência, que faz com que suas supostas “verdades neutras”, fruto da herança positivista, sejam colocadas em suspenso. Segundo Kakutani (2018), trata-se de um momento em que o discurso científico e seus especialistas vem progressivamente perdendo

a legitimidade, autoridade e confiança, resultando, em função disso, na necessidade de se referendar e reafirmar a credibilidade jornalística.

Nesse sentido, este artigo incide sobre as narrativas jornalísticas impactadas no contemporâneo pelas transformações de ordem sócio-técnico-discursivas e sua credibilidade afetada pelo contexto da Pós-verdade. Dada a fragilização do discurso jornalístico, cabe indagar sobre como a atividade de referência para auxiliar os cidadãos a se informarem e orientarem suas decisões acerca da realidade que o cerca, pode se reafirmar em sua credibilidade e autoridade narrativa. Para tanto, encaminhamos a discussão de pesquisa para a identificação de narrativas distintas, evidenciando o olhar para a emergência de conteúdos que se reforçam a partir da autoridade do narrador, que aposta na sua credibilidade e capacidade de produzir impacto no seu dizer, segundo princípios deontológicos do jornalismo, ressignificados por explorarem as subjetividades próprias do contemporâneo.

Isto posto, delimitamos nossa pesquisa em torno do colunismo jornalístico em portais de notícias online, este inserido no gênero opinativo das narrativas jornalísticas. Especificamente, identificamos a emergência de narrativas jornalísticas contemporâneas nas quais o espaço de opinião oportuniza a evidência da interpretação, aliada a um texto informativo, contextualizado e hipertextual, nas colunas de portais de notícias, diferindo do colunismo conhecido ainda na Modernidade<sup>3</sup>.

---

3. Modernidade é fruto da construção do pensamento humano em relação aos fatos que se desenrolaram no decorrer da História. Partindo de reflexões de Zygmunt Bauman e de Max Weber, a Modernidade abarca o rompimento do pensamento escolástico para o ideário Iluminista, no qual há o estabelecimento da razão como forma autônoma de construção do conhecimento. Isso se dá a partir dos eventos da Revolução Francesa.

Sendo assim, apresentamos um extrato de narrativas das jornalistas Eliane Brum, no portal *El País*, e Fabiana Moraes, no *The Intercept Brasil*, de maneira a delinear as estratégias pelas quais estas se colocam como referência de informação (mais) qualificada e interpretativa em consonância com a autoridade de narrar destas profissionais<sup>4</sup>. Tratamos da performance de jornalistas que reconfiguraram seu fazer no contemporâneo com vistas à ressignificação da identidade profissional e da reafirmação da credibilidade jornalística. De viés qualitativo, a análise se deu com amparo na fundamentação teórica e em movimentos da análise pragmática da narrativa jornalística que tratam das estratégias comunicativas (Motta, 2013), pela leitura interpretativa das colunas que possibilitou o apontamento de marcas discursivas e recorrências nos textos.

### **Autoridade narrativa e credibilidade jornalística no colunismo contemporâneo**

No contexto da Pós-Verdade, Dunker (2017) observa que, além de a informação não ser mais objeto exclusivo de manipulação pelos jornalistas, as mentiras e opiniões baseadas em emoções se espalham de uma forma mais veloz do que informações e fatos verificados, oportunizando assim a formação de redes em que os seus integrantes confiam mais entre si do que em instituições oficiais. O fenômeno vem intensificar a necessidade de referendar a credibilidade jornalística, pois

---

4. Com aderência ao tema do evento “A consolidação dos seres mídia”, este artigo é um recorte da tese “A autoridade narrativa nas colunas jornalísticas contemporâneas”.

Se é pertinente tomar o jornalismo como um modo de conhecimento (...), então como este conhecimento se constitui? De que modo o jornalismo se torna um conhecimento? Como funciona este processo? A que elementos o sujeito precisa recorrer e o que deve ser acionado para que, ao final, se possa caracterizar o estatuto cognitivo e epistêmico do jornalismo?(...) o jornalismo deve cumprir três condições para se tornar um conhecimento: as condições da crença, da verdade e da justificação. Basicamente, o sujeito deve crer que o jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve estar justificada em seu próprio discurso. (Lisboa & Benetti, 2015, p. 11)

Lisboa (2012) propõe a distinção de dois aspectos do conceito de credibilidade: a credibilidade constituída, que diz respeito aos valores canônicos do *ethos* jornalístico, e a credibilidade percebida, esta que é atribuída pelo interlocutor. Por essa via, Lisboa e Benetti (2015, p. 12) destacam sobre a credibilidade que, se “é por meio dela que se materializam a crença, a verdade e a justificação (...), como, então, o sujeito pode presumir que o jornalismo é credível? Pela confiança de que o discurso jornalístico diz a verdade”.

Em razão disso, as narrativas da Pós-verdade, identificadas pelo seu investimento na simplificação do dizer e na contínua evidência à erosão dos limites entre o fático e o ficcional, resultam num terreno fértil, portanto, para a falta de clareza entre as notícias que estabelecem algum grau de correspondência com a verdade e as chamadas *Fake News*, entendidas como as notícias falsas (Kakutani, 2018). Por isso, cabe o alerta para o fato de que “a sabedoria das multidões tomasse lugar do conhecimento legítimo, nublando perigosamente os limites entre fato e opinião, entre argumentação embasada em bravata especulativa” (Kakutani, 2018, p. 39).



Ainda mais, “ao rejeitar a possibilidade da realidade objetiva e substituir as noções de perspectiva e posicionamento pela ideia de verdade, o Pós-modernismo<sup>5</sup> consagrou o princípio da subjetividade. A linguagem é vista como não confiável e instável” (2018, p. 56). E a este cenário, acrescenta-se, então, as possibilidades de viralização dos conteúdos a partir da internet, especialmente pelas redes sociais, de modo que se estabelecem as condições ideais – ou seja, pela desconfiança em relação às instituições como o jornalismo e suas narrativas - para a recorrência das *Fake News* e de narrativas diversas em concorrência com a atividade jornalística profissional que se vê desautorizada. Castilho (2016), reforça que, assim, a Pós-verdade é um processo provocado principalmente pelo volume inédito de informações produzidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Ou seja, está relacionado às transformações que retiraram a centralidade e exclusividade dos jornalistas na mediação da sociedade.

Se as subjetividades agora emergem nos diferentes formatos jornalísticos, rompendo com as categorizações de gênero devidamente separadas em um tempo em que a atividade informativa se consolidava como modelo de negócios, conforme os parâmetros da Modernidade em que, conforme Sodré (2009, p. 143), “De um lado ficava, assim, a subjetividade do escritor, e do outro, a objetividade jornalística, que consiste no fundo em uma estratégia retórica, destinada a garantir ao discurso do jornalista um reconhecimento de neutralidade ou isenção

---

5. Pós-modernidade é um momento histórico que recebe diferentes nomenclaturas, pois não há um consenso entre autores. Em nossa pesquisa adotamos chamar de contemporâneo esse período que segue num rompimento com o ideário moderno, uma vez que questiona as noções clássicas de verdade, razão, identidade e objetividade.

frente à realidade descrita”, contemporaneamente a abertura para novos sentidos é que parece viabilizar a sobrevivência e relegitimação da atividade profissional. E a partir daí é preciso referenciar a autoridade e a credibilidade jornalística.

Os jornalistas são agentes especializados, personificam a credibilidade através de suas construções pautadas em princípios, técnicas e rotinas. Por assim dizer, o discurso jornalístico é produtor de sentido e difusor de narrativas providas de status de verdade (Zelizer, 2014). Reconhecendo, portanto, a relação entre a objetividade dos fatos e necessária interpretação, Benetti (2008, p. 19) reforça que

O jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade. Essa imagem estalicerçada tanto em ideais como verdade e credibilidade quanto na consciência (às vezes nem tão consciente assim, pois internalizada) sobre as condições de produção do discurso. O jornalista também tem uma imagem sobre seu leitor.

Além do mais, os jornalistas, incluindo os colunistas, estão inseridos em uma estrutura social que os determina, da qual, em tese, decorre o valor de credibilidade do jornalismo.

A credibilidade deriva da compreensão (social) de que o jornalismo é uma prática autorizada a narrar a realidade. Essa autoridade emerge de um percurso histórico desse modo de conhecimento, inscrito na trajetória da sociedade moderna, fundado em sua missão pública e em princípios relativamente consensuais na comunidade dos jornalistas — fundado no que Berger e Luckmann (2008) chamam de sedimentações coletivas objetivadas e acumulação de conhecimento. (Benetti, 2008, p. 22)

Então, cabe pensar como o colunismo jornalístico, justamente esta categoria sempre afeita a emitir posicionamentos, críticas e juízos de valor, se reconstitui com a oferta de novos sentidos já que concorre com a proliferação das subjetividades que era o seu diferencial. Vejamos que, originalmente, a coluna é uma categoria do gênero opinativo do jornalismo (Marques de Melo, 2009), oriunda do modelo impresso, sendo caracterizada por uma seção vertical em lugar fixo do jornal, destinada a assuntos específicos, com caráter de novidade e, em geral, em tópicos, sendo assinada por um profissional reconhecido. Contemporaneamente, essa classificação se complexifica, no formato e no conteúdo. De modo que, por extensão, abrange a importância do jornalista colunista como narrador contemporâneo, ofertando conteúdos a partir da autoridade do narrador que aposta na sua credibilidade e capacidade de produzir impacto no seu dizer.

Dessa forma, abordamos a configuração e/ou anatomia das narrativas de jornalísticas que pautam sua prática atual tomando por ideia basilar a emergência da subjetividade, agora não mais restrita a formatos ou gêneros específicos, ofertando-se a seus leitores enquanto um intérprete diferenciado porque qualificado, legítimo e autenticado pela sua experiência pregressa para análise e interpretação dos conteúdos. Por esse viés, justifica-se a relevância em também avançar na reconfiguração dos gêneros e das narrativas jornalísticas e na complexificação do perfil profissional desses jornalistas colunistas como intérpretes das informações e, curadores, filtros, diante da profusão de narrativas jornalísticas especialmente no ambiente digital.

## **A subjetividade como método**

O jornalismo estabeleceu seu cânone maior nas bases da objetividade, apenas no relatar os fatos, sob influência do paradigma moderno-positivista para iluminar áreas obscuras para a sociedade herdeira do obscurantismo medieval (Marcondes Filho, 2000). Também as separações entre opinião e informação, fruto das categorizações e construções simbólicas operadas na racionalidade dominante em seus modos de objetivação jornalística, se impuseram ao campo. Assim, “Ciência e Jornalismo são formas sociais de conhecimento, desenvolvidas e condicionadas historicamente pelo desenvolvimento da sociedade capitalista” (Meditsch, 1992, p. 54).

Em acordo com estas transformações, também as narrativas, incluindo as jornalísticas, sofrem interferência em seus formatos e linguagens de modo que, contemporaneamente, as subjetividades antes permitidas em categorias específicas, agora proliferam e, inclusive, são reivindicadas como “ferramenta para uma virada epistêmica e política para a prática jornalística” (Moraes, 2019, p. 12). A negação da função democrática do conhecimento do jornalismo, aliás, tem sido alvo de crítica no âmbito das pesquisas:

Um dos pressupostos a ser amplamente criticado na produção do conhecimento, na epistemologia dominante, é a necessidade de se impor uma separação entre fatos e valores. Tal separação nega a função política do conhecimento, ao idealizá-lo como passível de neutralidade, e estrutura uma racionalidade em que a razão teria qualidades transcendentais e universais, ou seja, fora da experiência corpórea. Além disso, parte de um pressuposto de sujeito universal, parâmetro de credibilidade (tanto social quanto científica e jornalística) que orienta os valores e as formas

de classificação dos sujeitos, as práticas sociais e constitui hierarquias. (Moraes, 2019, pp. 12-13)

Por outras palavras, Moraes (2019) sustenta que os processos jornalísticos, mesmo que orientados por técnicas e rotinas produtivas pautadas pela busca de neutralidade, são gerados por sujeitos e estes são atravessados pela subjetividade. De tal modo, o jornalismo de subjetividade é um “método para produção de narrativas, que pode ser considerado para a manutenção do campo, focando suas peculiaridades e sua dimensão humana” (Moraes, 2018, p. 143).

Dessa maneira, em consonância com a reivindicação da pesquisadora, aderimos à proposição de um jornalismo de subjetividade, em que objetivo e subjetivo não se excluem, mas se complementam. Ou seja, propondo um rompimento com a noção de neutralidade e imparcialidade no qual o jornalismo se assenta epistemologicamente, o ideal seria “uma objetividade que integra a subjetividade, que sinaliza os significados possíveis a partir de uma visão que se constitui a partir de sistemas de percepção ativos que constroem traduções, interpretações e modos específicos de ver” (Moraes, 2019, p. 14).

Esta perspectiva que intervém pela tradução e interpretação dos fatos e acontecimentos e que inscreve “o sujeito como central nos processos cognitivos de leitura da realidade” (Moraes, 2019, p. 14), pressupõe

a evidência do “eu”<sup>6</sup> que narra, e conduz a novas ofertas de sentido para aquele que lê/consome as narrativas jornalísticas. Medina (2014), embora aluda às reportagens, percebe que a prática jornalística pode ser alargada como um todo, inclusive para o que observamos no colunismo contemporâneo. Declara que as marcas dos sujeitos partícipes subvertem também os métodos de apuração, de modo que a experiência sensível do contato possa afetar a rotina técnica, pois “o método do questionário em uma entrevista, com a pré-pauta estabelecida e os resultados previsíveis, cai por terra na interação humana criadora de um encontro sem cartas marcadas” (Medina, 2014, p. 43).

No mesmo tom, Resende (2009) problematiza a narrativa jornalística como contribuição para nosso modo de ver o mundo, sendo ela lugar de relação e de produção de conhecimento. De forma que defende “um caráter menos tomado pelo senso comum que a entende desde uma perspectiva conteudística apenas como sendo a história contada”, como atitude necessária que se constitui também em um desafio para a sobrevivência do jornalismo enquanto instituição e, por que não dizer, para o modelo de negócios.

---

6. O ato de reportar em primeira pessoa vem do século passado. Um dos expoentes é João do Rio, no Brasil, que aplicou às crônicas da cidade as técnicas de apuração das reportagens e efeitos estéticos de sentido. Todavia, na Modernidade a assunção do eu era relegada a espaços específicos dos jornais, sendo as notícias tanto mais credíveis na medida em que fossem mais apartadas de impressões daquele que narra. Agora, a alta concentração de escritos não-ficcionais em primeira pessoa, na contemporaneidade, para Martinez (2008) reflete a “hiperindividualização” da sociedade, tanto no jornalismo literário quanto na “literatura de realidade”, o que trava uma discussão complexa pela problematização de conceitos como verdade, opinião, imparcialidade, objetividade e subjetividade. Ora, por já termos referido bastante a este respeito, é oportuno seguir para a explicitação de como se dará a descrição de indícios de rompimento com os binarismos que há muito acompanham o jornalismo para a sustentação de práticas embasadas nas subjetividades a partir da evidência do sujeito que narra.

Retomando a concepção de Medina (2014), um jornalista se torna um “agente da produção simbólica” da contemporaneidade quando as marcas da subjetividade no processo da atividade noticiosa não se verificam apenas no produto final, mas também nas rotinas, o que se dá pela competência técnica, na conduta profissional que passa pela sensibilidade e ética; bem como no conteúdo, através da estética apurada. Medina defende que a subjetivação dessas condições constrói as bases do repórter contemporâneo e que, em nosso ponto de vista, emergem como característica elementar independente do formato do conteúdo.

Desta forma, o colunismo contemporâneo tem sido ponto de aprofundamento, justamente por diferir do modelo tradicional opinativo para se mostrar com conteúdos cada vez mais densos, contextualizados e interpretativos numa lógica estética capaz de ressignificar a categoria dentro do gênero opinativo. Ou seja, complexifica o viés subjetivo para o que pressupõe Medina, ao descrever as bases do repórter contemporâneo ao profissional capaz de associar a técnica (expertise) à demanda por uma “racionalidade complexa” e não fragmentada; à ética uma “cumplicidade afetiva no lugar de um pretense distanciamento ou neutralidade; e à estética uma marca de autoria em vez de padronização pela objetividade pura.

Motta (2013), por sua vez, propôs o método que denominou de Análise Pragmática da Narrativa<sup>7</sup> ao reivindicar para o jornalismo o seu caráter narrativo. Para Motta, as narrativas são “uma prática humana universal, constituidora de nossas experiências mais profundas e transcendentes, assim como nossas experiências mais felizes ou amargas” (Motta, 2012, pp. 31-32). Sendo, portanto, o ato de contar e recontar narrativas, que dão sentido à vida, O autor sustenta que o jornalismo é lugar de excelência para produzir e estudar narrativas, especialmente reconhecendo que “o retorno das narrativas ao cenário intelectual é resultado de uma guinada paradigmática das ciências sociais e cognitivas rumo à linguagem e interpretações intersubjetivas tomadas como processos de instituição e constituição do mundo” (2012, p. 54), ou seja, a busca do significado.

Tomando essas concepções, aludimos aos postulados da análise pragmática da narrativa de Motta (2013) para efeito da exploração empírica das colunas que compõem o *corpus* desta análise. Entre os movimentos de análise empírica sugeridos, o autor destaca as estratégias argumentativas para que um analista possa, a partir do texto, inferir pistas de efeitos de real e deduzir efeitos estéticos de sentido:

Toda narrativa é um permanente jogo entre os efeitos de real (veracidade) e outros efeitos de sentido (a comoção, a dor, a

---

7. A metodologia de Motta sugere a análise da construção de significados através de seis movimentos: a reconfiguração do acontecimento jornalístico, a identificação dos conflitos e episódios funcionais, a construção de personagens, as estratégias comunicativas - de objetivação (efeitos de real) e subjetivação (efeitos poéticos) -, o contrato cognitivo implícito entre jornalistas e audiência e os significados de fundo moral. Para nosso estudo interessa, especialmente, a compreensão do contrato cognitivo implícito entre jornalistas e audiência, tendo em vista o reconhecimento da autoridade narrativa dos jornalistas e, de outra parte, as estratégias de objetivação e de subjetivação.



compaixão, a ironia, o riso, etc.), mais ou menos exacerbados pela linguagem dramática. As narrativas realistas utilizam uma linguagem referencial para vincular sempre os fatos ao mundo físico, mas criam incessantemente efeitos catárticos, como na ficção. A retórica dessas narrativas estimula um permanente jogo entre as intenções do narrador e as interpretações do receptor. É quase sempre polissêmica, polifônica, híbrida, transitando contraditoriamente nas fronteiras entre o objetivo e o subjetivo. (Motta, 2013, pp. 196-197)

Motta (2013, p. 200) adverte que, “ainda que não sejam a realidade, as narrativas jornalísticas, históricas e biográficas têm veracidade, recorrem a recursos de linguagem para parecerem factuais, objetivas e verdadeiras. Produzem o efeito de real, a veracidade”. Para tanto, algumas estratégias de objetivação são consideradas, tais quais: a referenciação de lugar, de tempo, de transparência, de autoridade; identificação de lugares e de personagens; citações de fontes/uso de aspas; dados numéricos e infográficos, entre outros. São estratégias que fazem parte de um ritual, de uma rotina técnica (Tuchman, 1999) que, ao mesmo tempo em que buscam conferir objetividade e imparcialidade na apuração também são referenciados pela autoridade para dizer: “(dimensão de poder técnico, perito ou político) que autentica e legitima a relação” (Motta, 2013, p. 201).

No que diz respeito à identificação dos efeitos estéticos (de subjetivação), Motta (2013) descreve a necessidade do leitor ou do analista estar atento aos jogos de sentido, às intenções do narrador e às interpretações que podem emergir do texto. Como pistas de análise, às quais incluímos a evidência do “eu” que narra cada vez mais presente nos textos, indica a observação de verbos de sentimento, catárticos, de conselho; presença de adjetivos e locuções adjetivas afetivas; uso de

exclamações, reticências e repetições, assim como de ênfases e ironias, conteúdos implícitos e silêncios. E alerta para o contexto, pois “o texto é o ponto de partida para a análise, mas representa apenas o elo entre um narrador e um destinatário em contexto, para produzir significado” (Motta, 2013, p. 120).

Quando trata da análise pragmática da narrativa jornalística, Motta (2008) sublinha, no quarto movimento que trata das estratégias comunicativas, que o narrador-jornalista, em busca do discurso objetivo, é, por natureza, discreto. De tal forma, o jornalista estaria sempre em processo de de-subjetivação do real e, assim, a retórica jornalística trata sempre de dissimular as estratégias narrativas. E adverte:

Estudar as narrativas jornalísticas é descobrir os dispositivos retóricos utilizados pelos repórteres e editores capazes de revelar o uso intencional de recursos lingüísticos e extralingüísticos na comunicação jornalística para produzir efeitos (o efeito de real ou os efeitos poéticos). Neste sentido, afirmamos que o jornalismo é uma linguagem argumentativa e não há um estilo jornalístico, mas sim uma retórica jornalística. Quem narra tem sempre algum propósito ao narrar: nenhuma narrativa é ingênua, muito menos a narrativa jornalística. (Motta, 2008, s/p)

Sendo assim, é preciso considerar as manobras e artimanhas discursivas decorrentes do narrador, sejam elas conscientes ou inconscientes, pois, como reforça Motta (2013, p. 121) “as narrativas criam significações sociais, são produtos culturais inseridos em certos contextos históricos, cristalizam as crenças, os valores, as ideologias, a política, a cultura, a sociedade inteira”. Portanto, (...) tomar o texto como ponto de partida e buscar as conexões inerentes que o geraram não pode prescindir da análise do contexto. O texto e suas significações são o nexos entre a

produção e o consumo, entre o ato de enunciar e o ato de interpretar (...) (p. 211)”. O caminho, como aponta Motta (2013), é a busca do sentido. Quer dizer, os autores, no caso os jornalistas-colunistas, fazem uso de dispositivos discursivos de acordo com suas intenções na construção de narrativas. O que se conta, assim, é uma versão da história ou do fato, pautada em ideologias e intenções. Quando se trata de jornalismo, por sua vez, essa construção decorre de rituais e técnicas de apuração e redação às quais também são impregnadas de intenções.

### **Recorrências que geram sentidos**

As publicações de caráter analítico e interpretativo de fatos que compõem a agenda pública são atestadas pelos profissionais que têm nome reconhecido na área jornalística e desfrutam de grande prestígio porque são oriundos, com frequência, das grandes redações de mídia, identificados para além e de modo emancipado em relação à empresa jornalística. Uma vez que têm o reconhecimento público, ao publicar suas análises dos fatos cotidianos em colunas que levam o seu nome, emprestam ao texto credibilidade, no intuito de capturar a atenção de leitores hoje que, diante de uma grande oferta de narrativas jornalísticas, possam buscar a que lhe parece mais qualificada e fiel aos fatos. Neste sentido, buscamos observar no colunismo contemporâneo, narrativas distintivas a partir da autoridade do narrador, que aposta na sua credibilidade e capacidade de produzir impacto no dizer, lançando mão dos princípios deontológicos do jornalismo, mas ressignificados justamente por explorarem as subjetividades próprias do contemporâneo. A partir das inúmeras narrativas – produzidas por especialistas ou não – que proliferam na rede e que tentam, dessa forma, ofertar interpretações

da realidade na ambiência da internet, atenta-se especificamente para as narrativas jornalísticas das colunas em portais de notícias, assinadas por jornalistas reconhecidos pelo prestígio e profissionalismo conquistado ao longo de anos de profissão. No que tange às reconfigurações do fazer jornalístico, marcadas ao longo dos anos por mudanças de caráter sócio-técnico-discursivo que permitem, através da internet, por exemplo, produzir e divulgar narrativas a qualquer tempo por profissionais e por cidadãos comuns, consideremos oportuno mapear e refletir sobre as diferenças que se estabelecem em um espaço tradicionalmente afeito à opinião.

O perfil do jornalista colunista<sup>8</sup> é visto, não apenas como aquele que investiga e apura, mas como aquele que filtra informações, mas como uma espécie de farol, de curador diante da abundância informativa e da legitimidade e autoridade que desfruta enquanto profissional e sua prática pregressa. Essa habilidade de indicar ou constituir-se como filtro interpretativo diante de tantas narrativas, cresce e ganha corpo pela demanda dos indivíduos carentes de referências em um mundo fluído e fugaz de verdades cambiantes.

Dito isso, o recorte do *corpus* de análise das colunas em portais de notícias na internet<sup>9</sup> se deu em razão: a) da emergência das subjetividades em contraponto à classificação tradicional do formato das

---

8. Atrelamos aqui o conceito de *gatewatching*, cunhado por Axel Bruns, que se refere ao profissional que não se preocupa em selecionar informações pelo caráter de novidade como no modelo de “cão de guarda” das redações, mas atende ao trabalho de curadoria, pela republicação, interpretação e contextualização dos temas considerados mais importantes.

9. Optamos pelas narrativas textuais das colunistas no recorte adotado para a pesquisa, embora eventualmente explorem os recursos multimídia que a internet oferece.

colunas; b) da evidência do “eu” que narra com ênfase na atorização e adensamento interpretativo dos conteúdos; c) do acesso permitido aos internautas sem a necessidade de assinatura digital; d) do amplo alcance dos conteúdos (portais reconhecidos) nacionalmente e internacionalmente, assim como pela relação e pela identificação dos jornalistas com o público através dos compartilhamentos nas redes sociais; e) da semelhança nas pautas e forma de abordagem com temas recorrentes e causas perenes, de modo que as colunas geralmente não são imediatamente factuais, valendo-se da perspectiva da interpretação dos fatos que originaram as publicações; f) de serem jornalistas formados e com experiência de anos nas redações; g) pela construção de conteúdos marcados pelo hibridismo de gêneros, investindo no mercado editorial com livros de reportagem a partir do trabalho realizado nas redações de grandes veículos de comunicação.

Após um mapeamento de sites e colunas, selecionamos duas colunistas em que tais critérios foram mais evidentes: [Eliane Brum](#), no portal *El País* (Brasil), e [Fabiana Moraes](#), no *The Intercept Brasil*. Para o recorte consideramos seis meses de publicação, de dezembro de 2020 a maio de 2021, somando um total de 22 colunas. Para o capítulo, devido ao limite de espaço, trazemos um extrato recortado da amostra.

Seguindo os critérios de seleção das colunas, adotamos procedimentos de análise da amostra, tomando por base o mapeamento de recorrências do formato e das estratégias narrativas adotadas pelas colunistas já identificadas em uma leitura exploratória e que, num segundo momento, geraram dois marcadores de interpretação: de subjetividade e de objetividade, observados separadamente, de forma a mostrar como estratégias subjetivas e técnicas objetivas constroem

as colunas. Para tornar mais clara a análise, apresentamos a descrição destas recorrências a partir de excertos das narrativas.

Embora, no cômputo final, as características se encontrem mescladas nas estratégias empregadas pelas colunistas, destacamos pelo viés da subjetividade a presença de atorização e da autorreferência. Nas palavras de Fausto Neto (2006), o jornalismo redesenha os vínculos de confiança entre sua oferta e o seu leitor-interlocutor por meio da atorização do processo de construção de noticiabilidade. Mais do que “provar que ele está lá”, o “índice de crença” oferecido ao leitor, explicita pistas com as quais pode crer no que lhe oferece o discurso jornalístico. E do ponto de vista da objetividade, o emprego de técnicas de apuração jornalísticas oriundas do modelo informativo, bem como a exploração dos recursos técnicos da ambiência online, resultando nas características de contextualização e interpretação no colunismo.

### **As colunas de Eliane Brum e Fabiana Moraes**

“Essa distopia é nossa vida atual.”. “Em entrevista pública que fiz”. “As cenas de indígenas e ribeirinhos tentando salvar peixes é de uma tragicidade imensa.”. Os trechos do título “Como pode uma empresa controlar a vida e a morte?”, de Eliane Brum, demonstram não só uma colunista que se mostra no texto, mas evidenciam uma jornalista que esteve presente no local dos acontecimentos descritos e se integra ao narrado. Ao mesmo tempo em que oferece pistas, embora discretas, de presença e de posicionamento, procura estabelecer uma relação de proximidade com o seu interlocutor ao fazer interrogações e mencionar “você” diversas vezes ao longo do texto, para abordar as consequências da exploração da água e outros recursos naturais pela Usina de Belo

Monte no rio Xingu e a relação do governo Bolsonaro para manter o controle do sistema elétrico.

Do mesmo modo em que interpela o leitor, oferece informação para que este dê a sua resposta através da exposição de informações, uso de recurso hipertextual da narrativa sediada na internet com a oferta de conteúdos extras, em autorreferência a si mesma e a *El País*, assim como emprego de citações de fontes oficiais e entrevistas com personagens, os moradores da região.

Os trechos do ‘excerto 1’ explicitam as observações:

## Excerto 1

Imagine. E mantenha o fôlego.

Imagine que sua vida não é controlada por você, mas pelas grandes corporações. A serviço delas estão grande parte dos <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-12-10/como-pode-uma-empresa-controlar-a-vida-e-a-morte.html>

1/11

25/02/2021

Como pode uma empresa controlar a vida e a morte? | Opinião | EL PAÍS Brasil

Governos e grande parte dos parlamentares. Pelo seu poder financeiro, essas corporações fazem pressão para **aprovar leis favoráveis a seus interesses**, financiam campanhas políticas, publicitárias e de marketing, financiam cientistas em universidades prestigiadas e financiam também outra indústria que entra em suas telas 24 horas por sete dias da semana, a de entretenimento. **Você é estimulado a comer produtos ultraprocessados** (bolachas de pacote, congelados, refrigerantes...), que, apesar de serem chamados de alimentos, são na verdade produtores de epidemias de obesidade em várias partes do globo, provocando doenças relacionadas que vão demandar os produtos de outra indústria, a farmacêutica. **Agrotóxicos produzidos por corporações transnacionais** são liberados pelas agências de Governos e contaminam os rios, que contaminam os peixes e também o lençol freático e assim a água que você bebe. Esses agrotóxicos envenenam ainda **a comida que você bota na mesa para os seus filhos** e estão relacionados a várias doenças de trabalhadores e também a suicídios. **A soja que substituiu as florestas e as savanas** serve para alimentar os animais que, depois de uma vida escravizada, serão enfileirados em pedaços despersonalizados nas prateleiras dos supermercados. Parte desses bois foram colocados sobre as ruínas da floresta apenas para garantir a posse da terra que era pública, o que faz com que a carne **no seu prato** seja o final de um processo que começou com a destruição da natureza. Esses bois são também **uma das principais causas do superaquecimento global** pelo metano que emitem ao arrotar. Em alguns países, como o Brasil, a população bovina é maior do que a humana, o que torna sua digestão uma catástrofe global. **A roupa que você veste tem**, na ponta visível, uma vitrine iluminada de loja, ou um site supereficiente que entrega produtos na sua porta. Na outra ponta da cadeia, com frequência, tem trabalho escravo e também infantil em algum país pobre no outro lado do mundo, em fábricas ou porões insalubres, que às vezes explodem ou queimam, ou então na parte pobre e insalubre de um país rico. Essa ampla circulação de mercadorias e de pessoas (e agora também de vírus) demanda uma enorme quantidade de combustíveis fósseis (derivados de petróleo, carvão

Brum (2020).

Os trechos indicam a intenção de conversa com o leitor e a aposta no conteúdo hipertextual para que o leitor tenha uma leitura

contextualizada e personalizada, pois o acesso aos *links* pode ser feito de acordo com o fluxo e o interesse daquele que está acessando a narrativa. Nestes, para além da autorreferência<sup>10</sup>, estão os insumos para o que o interlocutor construa sua visão acerca do narrado e encaminhe as próprias respostas acerca das indagações da colunista. Além dos *hyperlinks*, os parágrafos que se seguem às indagações e também afirmativas da colunista contêm informações obtidas por apuração jornalística e consulta com citações a fontes oficiais, como ilustramos a seguir no ‘excerto 2’:

## Excerto 2

25/02/2021

Como pode uma empresa controlar a vida e a morte? | Opinião | EL PAÍS Brasil

A corrupção do território também foi decisiva para converter Altamira na cidade mais violenta da Amazônia e uma das mais violentas do Brasil, com as periferias tomadas por facções criminosas. Em 29 de julho de 2019, essa violência foi decisiva para a irrupção do segundo maior massacre carcerário da história de país, ocorrido no presídio de Altamira, com 62 mortos no total. Nas periferias da cidade, há hoje uma geração de crianças sendo criadas pelas avós porque os pais foram assassinados

nos últimos anos. Desde o início de 2020, Altamira testemunha uma série de suicídios de adolescentes, a maioria deles enforcados, fenômeno relacionado pelos especialistas à repentina e violenta transformação do território e do modo de vida da população produzidos por Belo Monte.

### Um laboratório de resistência

O que os indígenas e ribeirinhos chamam de “roubo da água” é o mais recente capítulo. Certamente não será o último. Mas talvez seja o mais decisivo. Se não for impedido, como já foi amplamente denunciado por indígenas, ribeirinhos, cientistas, defensores públicos e procuradores da República, pode resultar no extermínio da Volta Grande do Xingu. Jansen Zuanon, pesquisador sênior do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa) e um dos mais respeitados especialistas em peixes do país, explica que essa transfiguração da Volta Grande pode causar a extinção de espécies que só existem naquele ecossistema, como o famoso acari-zebra, personagem de adoração de visitantes que vêm de várias partes do mundo apenas para observá-lo em seu habitat. Jansen também explica que o que acontece com os peixes também acontece com as outras espécies e até mesmo com os humanos que vivem como natureza:

“A população humana e não humana que habita a Volta Grande está acostumada aos ritmos do rio e conhece os sinais. Essas populações organizaram as suas vidas em torno da previsibilidade desses ritmos. Quando uma empresa passa a regular a quantidade de água a partir da necessidade de energia demandada pelo operador nacional do sistema, uma entidade alheia ao Xingu e a todos os seus ciclos naturais, perde-se todo o sincronismo, desestruturando completamente os ciclos biológicos das espécies. Ao regular a água nas torneiras da usina, a empresa acaba afetando direta ou indiretamente todos os ciclos que acontecem na Volta Grande do Xingu. Não se trata, como se tenta (qualificar), nem mesmo as humanas, apenas

Brum (2020).

10. Para deixar mais clara as ilustrações, destacamos a respeito da autorreferencialidade: é uma das características do jornalismo midiático juntamente com a correferência, descentralização e dialogia (Soster, 2009); (Soster & Piccinin, 2012). Trata do movimento em que a mídia referencia continuamente suas próprias operações, como estratégia de autenticidade e de desvelamento, de oferta de um real sem “mediações”.



A linguagem simples na coluna “Como pode uma empresa controlar a vida e a morte?” (Brum, 2020), assim como a oferta de densa contextualização dos fatos é verificada através dos hiperlinks disponíveis ao longo do texto, tanto de conteúdos já abordados por *El País*, inclusive colunas de autoria da própria colunista Eliane Brum, como em informações extras oriundas de outros veículos de comunicação e de sites de órgãos oficiais, estatísticas e bancos de dados. Os *links* em camadas de navegação dão contexto às afirmativas da colunista e embasamento à opinião expressa pela jornalista. Cabe referir que os *hiperlinks* são próprios das possibilidades do ciberespaço. Ao explorar o potencial desse recurso, a narrativa se diferencia das demais, constituindo uma estratégia de conquista dos leitores ao tempo em que se ofertam como lugar de referência e explicação sobre o mundo complexo.

Embora a colunista se apresente como parte do narrado, o relato é marcado pela posição de quem observa e acompanha os acontecimentos, com longa descrição de fatos e exposição de dados objetivos. Em nove páginas de texto, considerando o arquivo da coluna no formato .pdf, as informações mostram a interpretação e contextualização da narrativa acerca da exploração dos recursos naturais pela usina de Belo Monte no rio Xingu, as implicações com as formas de vida na natureza e a sobrevivência dos ribeirinhos e indígenas.

A contextualização e a interpretação da temática proposta para além da opinião manifesta, assim como o conhecimento de caso e domínio das informações, também podem ser observadas na apresentação de dados de forma explícita e ancorados nos *hiperlinks*, bem como na correlação entre fatos. Destoam da categorização original do colunismo as entrevistas e nelas a evidência das fontes especializadas, assim como

a de fontes/personagens locais e/ou envolvidos nos fatos e acontecimentos narrados, ou seja, tem característica de reportagem o texto que se apresenta como coluna. Do mesmo modo, faz referência e disponibiliza citações e *links* para acesso a documentos oficiais. A coluna em questão apresenta tais recursos que ampliam as informações e emergência de sentidos para o leitor. A variedade de *hiperlinks* – são pelo menos 45 -, entrevistas e dados expostos mostram que não só a colunista acompanha de forma densa os acontecimentos, mas também que os fatos são noticiados em seus desdobramentos pelo veículo e pela coluna de Eliane Brum. Dessa forma, compila e recupera informações, apresenta dados atualizados, reúne o máximo de conteúdo acerca do narrado, inclusive de outros portais de notícias, em um mesmo espaço em uma narrativa que se propõe acessível e próxima do contexto do leitor.

A recorrência destas estratégias, principalmente pela evidência da colunista que narra, é notável na prática de Fabiana Moraes. Desde a sua primeira publicação junto ao *The Intercept Brasil* as tentativas de se colocar próxima do público e de estabelecer vínculos de confiança perante a transparência do fazer jornalístico e de seu posicionamento, igualmente embasado em fatos e acontecimentos que expõe ao longo das narrativas, é perceptível. Assumidamente uma profissional que em sua trajetória como repórter especial procura relatar temas como as desigualdades sociais, pobreza, racismo e preconceito em suas diversas formas, os temas figuram também nas suas colunas.

Em sua primeira publicação no *The Intercept Brasil*, com o título “Por uma outra democracia: esta não protege a maioria da população brasileira”, Fabiana Moraes (2020) recorre as suas próprias memórias já nos primeiros parágrafos da coluna, como mostra o ‘excerto 3’:

## Excerto 3

**Foi em um beco** no Alto José Bonifácio, a barriga suja de picolé, que eu ouvi a palavra mágica pela primeira vez: DE-MO-CRA-CIA.

<https://theintercept.com/2020/12/15/por-outra-democracia-esta-nao-protoge-maioria-populacao-brasileira/>

1/8

17/02/2021

Por outra democracia

**Mil novecentos e oitenta e quatro, morava na zona norte do Recife e via no jornal das oito os cartazes Diretas Já levantados por uma multidão.** Na tela, a voz grave do apresentador sugeria que algo muito sério estava acontecendo. **Tentava entender aquilo enquanto ouvia Madonna cantando *Like a Virgin* e Cindy Lauper, *Girls Just Wanna Have Fun*.** Eu tinha dez anos e em algum lugar sabia que aqueles dois movimentos – a mudança política e a música pop – nunca mais passariam batidos por mim.

Os dois significavam possibilidades de revolução.

Assim foi: Tancredo eleito, Tancredo morto, o bigode latino de Sarney, Plano Cruzado, Chernobyl, He-Man, She-Ra, inflação, um sapato que tinha que durar o ano todo, **meu pai** contando os tostões. **Aí, apenas oito anos depois daqueles milhões exigindo eleições diretas, era minha vez de estar nas ruas em meio a centenas de pessoas pedindo o impeachment de Fernando Collor.** A barriga suja de picolé ti-

Moraes (2020a).

Ao se assumir como parte do narrado, o discurso também convida o leitor a acessar suas próprias memórias acerca daquele período que a colunista deixa marcados com grifos em negrito e termos escritos em letras maiúsculas, uma relação de troca de sentidos entre emissão e recepção. São as memórias da colunista que destacam seu posicionamento (opinião) e denotam alguém que aborda um assunto do qual tem conhecimento. Logo adiante, a experiência e o domínio do tema são reforçados pela apuração que explicita informações estatísticas com *links* para fontes oficiais, e mais dados, tanto ao longo do texto como

na oferta de *hiperlinks* com conteúdos extras de apurações do *Intercept* e, inclusive, de outros veículos de comunicação e até mesmo de livros.

Ainda recorrendo às próprias memórias, Fabiana Moraes destaca que, quando finalmente deixou de tatear a palavra democracia “descobri que ela não era para mim”. Lembrando da infância pobre, chega ao momento presente, em que a pandemia de coronavírus exacerbou as desigualdades sociais. E ao dizer de si e também fazer uso da primeira pessoa do plural em diversos momentos busca reiteradamente se aproximar do público a quem se dirige. No trecho do ‘excerto 4’, explora a autorreferencialidade com o uso de *hiperlinks* do *The Intercept* e uma narrativa de convocação e proximidade com o leitor:

#### Excerto 4

fora dela, é saudável que existam perspectivas diferentes, heterogêneas.

**Não esqueçam:** foi o consenso que produziu uma de nossas aberrações históricas, a Lei da Anistia (1979) que concedeu o perdão “a todos quantos [...] cometeram crimes políticos ou conexos com estes”, incluindo aí o time mais repressor do estado brasileiro. Hoje, somos uma das poucas “democracias” na América Latina que celebram uma ditadura. Foi também a ideia de consenso que nos brindou com o conceito absurdo de “democracia racial”.

**Com minha máscara manchada de água sanitária, eu fico sinceramente torcendo para que o recente descobrimento do abismo social do país (a distopia como cotidiano) se traduza em um novo e coletivo soletrar da palavra: DE-MO-CRA-CIA.**

É preciso encarar: ela não é possível em um país cuja concentração de renda só perde para a do riquíssimo Catar. Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, o PNUD, nossa parcela 1% mais rica concentra 28,3% da renda total do país. Já os 10% mais ricos do Brasil concentram 41,9%.

Ela também não é possível em um lugar que nega seu passado escravocrata, autoritário, repressor; não é possível quando uma imprensa fere a si mesma se recusando a chamar as coisas – candidatos

Moraes (2020a).

Para além do uso das memórias, Em “‘Meu filho precisa de alimento’: as placas que gritam a fome no trânsito” (Moraes, 2020b), a jornalista Fabiana Moraes junta suas experiências à estratégia de explicar ao leitor sobre fatos comuns sobre o fazer jornalístico. Conta sobre sua prática profissional e de como se deu a escolha dos personagens que figuram nesta coluna, conforme o ‘excerto 5’:

### Excerto 5

Fábio Rocha e a mulher, Andrea Cabral, se revezam pedindo ajuda para alimentar os filhos.  
Foto: Fabiana Moraes

**É bem comum, entre jornalistas, publicar o esforço em-**  
**preendido na realização das suas matérias e reportagens. Informar,**  
**por exemplo, que percorreram milhares de quilômetros para encon-**  
**trar pessoas e cidades ou que passaram meses, até anos, para concluir**

<https://theintercept.com/2020/12/20/placas-fome-sinaleira-recife-pandemia/>

1/11

17/02/2021

‘Meu filho precisa de alimento’: as placas da fome

uma investigação. Muitas vezes, a ideia é passar a sensação de que o  
diferente, o não visto, o “exótico”, está muito longe, que é preciso  
atravessar muitas léguas para fazer esse oculto emergir.

Na apuração deste texto, eu não cheguei a deixar a rua de minha  
casa. Saí apenas duas vezes e, em ambas, andei alguns minutos, no  
máximo uns 700 metros. Na primeira vez, encontrei Fábio e Ricardo.  
Na segunda, Mateus, Adriano e Ronald.

Todos eles, que passam o dia por perto, mas não são meus vizinhos,  
seguram espécies de placas (na verdade, tampas de caixas de isopor  
ou pedaços de papelão) e circulam com elas sobre o peito ou acima da  
cabeça entre os sinais de trânsito. Ali, podemos ler:

“Meu filho precisa de alimento” (Fábio)  
Moraes (2020b).

A jornalista se mostra como parte do narrado, não como personagem, mas a partir da sua observação, da expertise profissional capaz de enxergar conteúdo jornalístico no cotidiano que muitas vezes escapa

da dita grande imprensa. E logo contextualiza a percepção, trazendo através da história dos personagens a situação que se multiplica no Brasil durante a pandemia de Covid-19. Emprega citações com falas diretas dos personagens para atestar sua percepção acerca do assunto. E, por vezes, disponibiliza *hiperlinks* com conteúdos extras, nos quais aparecem notícias de outros portais, como uma notícia do portal G1 sobre acidentes com explosões no manuseio de alternativas de combustão para cozinhar os alimentos. Busca reforçar a credibilidade ao denotar sobre os procedimentos que originaram a coluna e a técnica profissional de seguir a observação dos fatos até a publicação.

Ao longo da narrativa, entrevista cidadãos mantendo citações literais numa sugestiva tentativa de chocar o leitor e emergir novos sentidos na leitura, tal qual sugere Resende (2009) ao propor deslocar, desdobrar os sentidos das narrativas jornalísticas. A presença de outras vozes, especialmente de fontes que se tornam personagens das histórias evidencia a expertise profissional.

### **Considerações interpretativas**

Pelos aspectos acima descritos, notamos, portanto, a emergência de sentidos pela atorização e autorreferência: colunistas em cena, como personagens e quando falam de suas próprias experiências também ao referenciar outras apurações; impressões do repórter como provas auxiliares acerca dos fatos e acontecimentos narrados, potencialização da voz narrativa das jornalistas-colunistas, valorização e projeção da identidade das jornalistas: pela qualidade técnica e pela atuação reconhecida; noção de legitimação por meio da autoridade narrativa. A projeção de identidade das jornalistas-colunistas opera também no

estabelecimento de laços de confiança com o público, mediante a oferta de sentidos de mais transparência e veracidade, posto que explicitam seus fazeres chamando a atenção para a própria prática em acordo com rotinas técnicas - e por isso seu embasamento opinativo -, ao mesmo tempo em que reforçam o viés da qualidade do seu dizer pela perícia e autoridade narrativa.

De tal modo, a audiência encontra nestas colunas um espaço de referência para informação, independente de concordar ou não com o posicionamento expressado nestas colunas. Identificamos, pelo exposto, uma complexificação do *ethos* jornalístico nas colunas como lugar de filtro informativo ao tempo em que a contextualização e a interpretação se dão a partir da competência técnica (apuração jornalística, técnicas objetivas de checagem, pluralidade de vozes). Ou seja, o colunismo (de opinião) é sustentado por técnicas objetivas de apuração jornalística. A prática subjetiva está assentada na perícia técnica. Contudo, o aproveitamento das características do jornalismo digital é fundamental para o desenvolvimento das escolhas discursivas das colunistas.

A análise interpretativa da amostra do colunismo traz achados de pesquisa que nos permitem ir ao encontro dos dizeres de Fausto Neto (2011, p. 239), segundo o qual o jornalista-perito de hoje associa à narrativa da realidade elementos de sua vida e de suas vivências, pessoais e profissionais, a fim de fortalecer os vínculos com as audiências. Há uma mudança de paradigma, portanto, do viés da sociedade dos meios, em que “os jornalistas funcionavam como uma espécie de ‘elo de contato’ entre instituições e leitores, mas segundo enunciações que os mantinham a distância dos acontecimentos”, para novas gramáticas de referência no contemporâneo.

## Referências

- Benetti, M. (2008). O jornalismo como gênero discursivo. *Galáxia*, 15, 13–28. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641241002>
- Brum, E. (2020, dezembro 10). Como pode uma empresa controlar a vida e a morte? *El País*. <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-12-10/como-pode-uma-empresa-controlar-a-vida-e-a-morte.html>
- Castilho, C. (2016, September 28). Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade. *Observatório da Imprensa*. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>
- D'ancona, M. (2018). *Pós-verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News*. Faro Editorial.
- Fausto Neto, A. (2006). *Mutações nos Discursos Jornalísticos: da construção da realidade a realidade da construção* [Trabalho apresentado]. XXIX Intercom, Brasília, DF, Brasil.
- Fausto Neto, A. (2011). *Transformações nos discursos jornalísticos: a atorização do acontecimento* [Trabalho apresentado]. IX SBPJor, Goiania, GO, Brasil.
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade. Notas sobre a mentira na era Trump*. Intrínseca.
- Lisboa, S. (2012). *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do



Rio Grande do Sul]. [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/URGS\\_f5039ad88068ac43003d1920ce2f6dd5](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/URGS_f5039ad88068ac43003d1920ce2f6dd5)

Lisboa, S., & Benetti, M. (2015). O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), 10-29. <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664>

Marcondes Filho, C. (2000). *Comunicação e Jornalismo: A Saga dos Cães Perdidos*. Hacker.

Marques de Melo, J. (2009). *Jornalismo: compreensão e reinvenção*. Saraiva.

Medina, C. (2014). *Atravessagem: reflexos e reflexões na memória de repórter*. Summus.

Meditsch, E. (1992). *O conhecimento do jornalismo*. UFSC.

Moraes, F., & Gouveia, D. (2018). Para além do robô, a reportagem: pavimentando uma metodologia do jornalismo de subjetividade. In M. Maia, & M. Martinez (Orgs.), *Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas metodológicas*. Catarse.

Moraes, F. (2019). *A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora* [Trabalho apresentado]. XXVIII Compós, Porto Alegre, RS, Brasil.

Moraes, F. (2020a, dezembro 15). Por outra democracia: esta não protege a maioria da população brasileira. *Intercept Brasil*. <https://>

[www.intercept.com.br/2020/12/15/por-outra-democracia-esta-nao-protege-maioria-populacao-brasileira/](http://www.intercept.com.br/2020/12/15/por-outra-democracia-esta-nao-protege-maioria-populacao-brasileira/)

Moraes, F. (2020b, dezembro 29). ‘Meu filho precisa de alimento’: as placas que gritam a fome no trânsito. *Intercept Brasil*. <https://www.intercept.com.br/2020/12/29/placas-fome-sinaleira-recife-pandemia/>

Motta, L. G. (2008). A análise pragmática da narrativa jornalística. In C. Lago, & M. Benetti. (Orgs.), *Metodologia de pesquisa em jornalismo* (2a ed.). Vozes.

Motta, L. G. (2012). O retorno da narrativa: a busca do significado. *Signo*, 37(62), 26-37.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Editora Universidade de Brasília.

Newman, N. (2022, June 15). *Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Newman, N. (2022, junho 15). Overview and key findings of the 2022 Digital News Report. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Oxford Dictionaries. (2016). Word of the Year 2016. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

- Resende, F. (2009). O Jornalismo e suas Narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. *Galáxia*, 18, 31-43.
- Sodré, M. (2009). *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Vozes.
- Tuchmann, G. (1999). A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Veja.
- Zelizer, B. (2015). O que fazer com o jornalismo? *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 12–27. <https://doi.org/10.25200/bjr.v10n2.2014.737>

# UMA SIMBIOSE DE RISCO: DESERTOS DE NOTÍCIAS E REPÓRTERES AMADORES NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

*Liliane de Lucena Ito<sup>1</sup>*  
*Adriel Henrique Francisco Cassini<sup>2</sup>*  
*Letícia da Silva Lima<sup>3</sup>*

Dados da última edição do Relatório Atlas da Notícia (Projor, 2022), atestam que 53% dos municípios brasileiros são desertos de notícias, o que representa 29 milhões de pessoas sem acesso à informação jornalística profissional sobre suas localidades. Em outras palavras,

- 
1. Professora assistente doutora da Universidade Estadual Paulista - UNESP. Pós-doutoranda em Comunicação e Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).  
[liliane.ito@unesp.br](mailto:liliane.ito@unesp.br)
  2. Mestrando em Comunicação da Universidade Estadual Paulista - UNESP. Pós-graduando em História da Arte pela Universidade Estácio de Sá.  
[adriel.cassini@unesp.br](mailto:adriel.cassini@unesp.br)
  3. Mestranda em Comunicação na Universidade Estadual Paulista - UNESP. Graduada em Letras Português/Inglês – Licenciatura.  
[leticia.silva-lima@unesp.br](mailto:leticia.silva-lima@unesp.br)

5 em cada 10 municípios brasileiros não têm nenhum veículo jornalístico para informar sobre ocorrências e fatos cotidianos daquilo que acontece dentro de seus próprios territórios.

A pesquisa em questão aponta que, de 2021 para 2022, houve um crescimento de 5,2% no número de veículos jornalísticos profissionais no País, que conta com 14.444 registros de órgãos de imprensa ativos. Ainda assim, regiões altamente populosas, como o Nordeste, sofrem com a escassez de imprensa local: 56,4% da região, que engloba 9 estados e 1794 municípios, são desertos de notícias.

As cidades mais afetadas, segundo o relatório do Projor, são cidades pequenas, com até 50 mil habitantes. Exatamente devido ao tamanho e produção econômica, não comportam empresas locais jornalísticas, ficando fadadas a aparecer no noticiário regional ou nacional apenas quando há algum evento incomum ocorrendo em seu território. Em outras palavras, as pessoas que vivem em ‘cidades desertos de notícia’ conhecem mais o que se passa no restante do Brasil do que acontece em seu município.

Seja devido ao enxugamento de redações, motivado por uma complexidade de causas que vão da transformação dos hábitos de consumo de informação à dificuldade na instauração de um modelo de negócio jornalístico que seja sustentável (Costa, 2014) ou mesmo resultado da extensão territorial brasileira – de nível continental -, os desertos de notícias são altamente danosos às cidades e comunidades, cuja população se vê à parte no mundo, sem ferramentas confiáveis para se informar sobre sua realidade local ou até mesmo regional.

Entretanto, no atual ecossistema midiático, de comunicação digital horizontalizada, acessível, on-line e móvel (Renó, 2015), diversas

ferramentas vêm sendo utilizadas, de forma emergente, desestruturada e descolada de preceitos deontológicos da profissão jornalística como canais para divulgação de informação.

Muitas vezes, tais iniciativas atingem o *status* de notícia ou de jornalismo. É o caso, por exemplo, de perfis em redes sociais como o Facebook, Instagram e/ou Tik Tok que entregam informações locais, sem a presença de jornalistas profissionais em suas equipes produtivas e, em certos casos, sob a alcunha que faz alusão direta a periódicos, como ‘Araçatuba Acontece’, ‘Noticias Agudos’ ou ‘Regional Press Oficial’, por exemplo.

Listas e grupos de Whatsapp e Telegram também se configuram como canais informativos para boa parte da população no Brasil, em que são disseminados conteúdos totalmente descolados do fazer profissional jornalístico e de suas práticas deontológicas e que, entretanto, muitas vezes são assumidos como tal. Por sua natureza fechada, muitos destes grupos ainda estimulam a amplificação de desinformação de todos os tipos, além de materiais que, em si, configuram-se como criminosos, como cenas em que são expostas as identidades de vítimas de violência e/ou envolvidas em acidentes de todos os tipos.

A partir do cenário exposto, este trabalho realiza uma articulação teórico-empírica sobre como os desertos de notícia e os perfis pseudo-jornalísticos colaboram para a amplificação da desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2019), numa relação simbiótica que sustenta a desinformação em regiões mais pobres e/ou desassistidas, longe de grandes centros urbanos.

Como metodologia, foi realizada revisão bibliográfica com enfoque em conceitos-chave, além de observação exploratória sistematizada

de um perfil selecionado, dedicado a cobrir um território que é um quase-deserto de notícia (ou seja, tem até dois veículos de mídia oficiais). Em seguida, foram catalogados conteúdos que, apesar de “travestidos de jornalismo”, revelaram-se enviesados, publicitários, sensacionalistas, errôneos ou que, de alguma forma, feriram a ética profissional. A partir do *corpus* selecionado, foram analisadas as ‘notícias’ qualitativamente, apontando-se elementos nelas materializados que contribuem ao caos informacional.

### **Jornalismos do e para povo: o alternativo; o colaborativo; e os repórteres amadores**

A combinação entre a plataformização informativa possibilitada pelas redes sociais digitais e o acesso facilitado a dispositivos móveis conectados via Internet estabelece o patamar técnico e tecnológico para que o fazer jornalístico acompanhe as necessidades de consumo da informação por parte do público. No Brasil, pode-se dizer que, no geral, as pessoas se informam por meio do aparelho celular. De 2005 a 2013, houve um aumento de 131,4% de brasileiros em posse de celulares, principalmente em zonas urbanas (Agência IBGE Notícias, 2013). Atualmente, 99,5% dos domicílios brasileiros utilizam o celular como principal dispositivo para o acesso à internet (Ministério das Comunicações, 2022).

A partir desses dados, torna-se válido retomar o que pode ser tido como um marco na mídia alternativa mais recente no Brasil (e como esta se articula por meio do dispositivo móvel em suas produções).

Em 2013, no âmbito das manifestações de junho no Brasil<sup>4</sup>, um grupo de jornalistas denominado Mídia Ninja soube utilizar ferramentas de redes sociais para transmitir informações diretamente do interior dos protestos, chamando a atenção da imprensa nacional e internacional para sua cobertura dos fatos, mais “crua”, sem edições, no nível da rua, e também esteticamente destoante no que se refere à qualidade técnica das redes de TV tradicionais.

A Mídia Ninja (sigla de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), soube utilizar, à época a hiperdistribuição das plataformas de rede social para atingir um público sedento por informações que trouxessem algo de original em comparação à cobertura jornalística distanciada dos grandes veículos jornalísticos. As lives e entrevistas dos jornalistas da Mídia Ninja permitiam, por exemplo, mostrar em tempo real as demandas dos manifestantes e a reação da polícia - algo que também fora trazido pela grande mídia, porém da forma tradicional: no formato de notícia, seja qual fosse o meio (TV, digital ou impresso), com imagens mais gerais, de plano amplo, e assim, distanciadas das ocorrências.

Abertamente ativistas, os jornalistas da Mídia Ninja tornaram-se inspiração para outras iniciativas de jornalismo alternativo, engajado e independente que surgiram entre 2013 e 2023, como a revista AzMina, a Alma Preta Jornalismo e a Gênero e Número.

O trabalho realizado pela imprensa alternativa busca preencher as lacunas deixadas pela cobertura da grande mídia, enfocando temáticas

---

4. As manifestações em questão foram uma série de protestos de rua no Brasil, cujo estopim foi o aumento da tarifa do transporte coletivo. Entretanto, outras demandas, de grupos com interesses diversos, motivaram a continuidade das reivindicações, alongando as manifestações por semanas e até meses, cujos impactos são até hoje sentidos na sociedade brasileira.



sociais com investigações de interesse público. O contato com a população, especialmente minorias de diversos tipos, costuma ser mais frequente e aprofundado, de forma a estreitar laços entre jornalistas e público. É um jornalismo feito *para* o povo, com base no contato sem intermediários com este e suas demandas, algo que toma força, no Brasil, ainda nos anos 80: “Nas sedes dos jornais alternativos, naqueles anos, viveram-se dias extraordinários. Primeiro, foi o contato direto com a classe operária, que, para muitos, era uma absoluta novidade” (Pereira, 1986, p. 65). Além de ser feito *para* o povo, a mídia alternativa nasce como uma produção que vem também *do* povo.

Retomando à atualidade, a imprensa alternativa e independente da segunda década dos anos 2000, que se organiza digitalmente e em rede, mostrou-se bastante disruptiva em termos de formatos jornalísticos. A qualidade técnica dos produtos apresentados, entretanto, variava. Das lives e entrevistas no meio das multidões, nas quais o amadorismo dos vídeos era tolerado pelo público diante da instantaneidade e ubiquidade da cobertura, aos grandes projetos de jornalismo de dados que envolvem equipes multifacetadas e layouts que utilizam avançadas técnicas de visualização de dados, há uma diversidade clara nessas novas formas de apresentação da informação jornalisticamente apurada.

Ainda assim, para além da estética e da técnica, seguem se mantendo intersecções à comunicação popular e alternativa que remontam aos anos 60 e 70 no Brasil. Em comum, o jornalismo independente contemporâneo também tem por objetivo pressionar órgãos públicos quando estes deixam de servir à população, principalmente minorias, bem como investigar órgãos privados quando estes subvertem, em benefício próprio, direitos que são coletivos, dentre outras situações escusas.

Nesse sentido, a mídia alternativa de 50 anos atrás, originada em meio a movimentos sociais da época, assim como organizações atuais e digitais como a Mídia Ninja, desempenham papel importantíssimo por ser resistência e lançar luz a questões que nem sempre são de interesse dos veículos tradicionais (*legacy media*):

A verdadeira tarefa de comunicar e relacionar os acontecimentos ocorridos nos círculos de poder no interior da sociedade civil e entre os movimentos populares coube, efetivamente, à imprensa alternativa e popular, apesar de todas as limitações. Na medida em que surgiam pólos de resistência social apareciam os meios de comunicação, quer através de intelectuais de oposição ou de grupos partidários que, corajosamente, lançavam jornais tablóide. (Festa, 1986, p. 16)

A proximidade entre jornalistas e indivíduos com o objetivo de amplificar demandas sociais, sejam elas mais gerais ou pontuais para determinado grupo, é premissa das mídias alternativas e independentes na sociedade dos meios (Fausto Neto, 2008). Essa seara jornalística se desenvolve à medida em que os movimentos sociais conseguem articular seu projeto alternativo de sociedade (Festa, 1986). Há, no meio disso tudo, uma certa emancipação – limitada – do cidadão em relação à própria produção da informação, inclusive de sua distribuição.

No entanto, com o decorrer das décadas e, com o advento da Internet, em seguida da web 2.0 como interface participativa da rede mundial de computadores e, ainda alguns anos à frente, com a plataforma proporcionada pelas redes sociais digitais, novas interações entre jornalistas e público são desenhadas e vão se consolidando de forma mais ou menos estruturada.

Se o jornalismo alternativo e independente tem raízes nos movimentos sociais e, portanto, em demandas específicas e, em alguns casos, de grupos determinados, o jornalismo colaborativo (ou participativo) é fruto de uma necessidade de empresas de mídia em inserirem no seu processo produtivo o público – espectador, ouvinte, leitor ou usuário. Em comum, mídia independente e jornalismo participativo admitem, então, a presença do público como produtor ativo de conteúdo.

O estímulo por parte dos veículos tradicionais de jornalismo, por sua vez, à participação do público pode ser compreendido a partir de dois pontos principais. O primeiro deles está relacionado à interação dos meios dentro de um ecossistema diversificado de mídia, uma vez que uma nova mídia, ao se fazer relevante pelo uso social coletivo, fatalmente causará modificações nas mídias mais antigas, como a televisão se retroalimentando dos conteúdos e dos formatos das redes sociais (Postman, 2015).

Sabe-se que todas as redes sociais solicitam a participação ativa do público – no envio de materiais de imagem e de vídeo, de lives, de textos. Esse consumo e produção participativos das redes sociais são cooptados para a televisão, por exemplo, uma vez que mais e mais pessoas habituem-se à ideia de participação. É por tal razão que muitos telejornais incluem momentos para interação com o público, para além da função básica de informar.

O segundo ponto está na própria incapacidade de os veículos jornalísticos estarem em todos os lugares, em todos os momentos. Por maior que seja a rede de televisão ou a equipe de jornalistas de um impresso diário de grande porte, é realmente impossível ser onipresente. Entretanto, a onipresença do celular – que também é câmera de vídeo e

de fotografia – nas mãos dos usuários propicia que imagens estáticas e em movimento sejam produzidas em ângulos e situações inacessíveis aos jornalistas. Essa colaboração é, portanto, muito bem-vinda para as empresas de mídia que podem, a partir de uma imagem exclusiva recebida, desenvolver toda uma investigação profissional sobre o ocorrido.

Muito se discute, na Academia, sobre as potencialidades, limites e desafios éticos do jornalismo participativo. Apesar de tal discussão não fazer parte do escopo deste trabalho, é válido demarcar que, para além de se considerar se este deve ou não ser realizado, o fato é que já existe e segue em andamento; cabe aos jornalistas profissionais compreender como atuar diante das produções que têm valor-notícia e que chegam até a redação – certamente, a deontologia é mais do que necessária para evitar equívocos que desinformem ou afetem negativamente terceiros.

Entretanto, há ainda um terceiro e último conceito a ser discutido antes da etapa empírica do estudo. Com a liberação do polo da emissão (Lemos, 2004), qualquer pessoa, potencialmente, é um produtor de conteúdo *per se*, ou seja, pode criar conteúdos em diversos formatos, de forma autoral e sem amarras, e publicá-los em seu perfil do Instagram ou em qualquer rede social, site ou blog.

A ascensão dos chamados influenciadores digitais ilustra que a diversificação dos comunicadores agrada à imensa massa de usuários de redes sociais. Vídeos virais no TikTok conquistam milhões de visualizações em questão de horas ou dias, o que comprova que nenhuma base de assinantes de jornal, por mais bem-sucedido que seja em termos de modelo de negócio, é capaz de rivalizar como canal de distribuição com as redes sociais (Costa, 2014).

Na esteira do fenômeno da autocomunicação de massa (Castells, 2013), surgem atores que tomam para si próprios o fazer jornalístico, mesmo sem formação profissional para tal. A não-obrigatoriedade do diploma de graduação em Jornalismo no Brasil, desde o ano de 2012, por outro lado, pode fazer com que indivíduos optem por não cursar a universidade (seja por pressão familiar, custos, impossibilidades diversas), e mesmo assim, seguirem atuando como jornalistas de maneira informal.

Para Oliveira & Cavalcanti (2019), esta é a roupagem dos chamados repórteres-amadores: entram e saem do jornalismo a qualquer momento, por não terem compromisso com rotina profissional, não recebem remuneração fixa para exercer a atividade, dedicam o tempo livre e de lazer para práticas jornalísticas, não seguem um método de apuração das informações, vinculam este fazer ao gosto individual de ler, escrever e fazer sua parte para melhorar seu entorno social e, por fim, nem sempre querem se submeter ao controle editorial de uma empresa de comunicação.

Assim como o jornalismo participativo, não cabe elucidar se o repórter-amador, enquanto comunicador em canais individuais de redes sociais, deveria ou não existir, uma vez que já existem, e aos montes; ou se deveria ou não ser banido do campo jornalístico, já que estes não parecem se preocupar com as regras do campo jornalístico, nos termos de Bourdieu (1989). Acredita-se ser mais frutífero o debate sobre a relação entre tais produtores de informação aos desertos de notícia no Brasil – e como o repórter-amador cumpre um papel que historicamente seria o do jornalista. Haveria deslizes éticos capazes de trazer prejuízo à população local? Por outro lado, como esses indivíduos vêm contribuindo

para a disseminação de informação de interesse público nas localidades mais afastadas, pobres e desassistidas do quinto maior país do mundo?

Pretende-se compreender melhor tais questionamentos a partir dos próximos itens, que esclarecem sobre o percurso metodológico da pesquisa empírica e trazem os resultados da mesma, analisados com base em conceitos deontológicos da profissão e no *ethos* jornalístico.

### **Percurso metodológico**

Para a realização de análise qualitativa acerca do tema, buscou-se inicialmente cidades do interior do estado de São Paulo, no Brasil, que se configuram como desertos ou quase-desertos de notícia, ou seja, no primeiro caso, municípios que não contam com veículo de imprensa local e, no segundo caso, cidades que possuem até dois veículos de imprensa ativos (e que, devido a isso, correm o risco de se tornarem desertos de notícia no futuro).

O estado de São Paulo foi selecionado devido ao fato de ser o que mais concentra empresas jornalísticas no País, além de abrigar cidades de médio e grande porte urbanas e industrializadas. Assim, acredita-se que ser um deserto ou quase-deserto de notícia num estado que tradicionalmente abriga veículos de imprensa, mesmo que de maneira concentrada, potencialmente suscitaria iniciativas de repórteres-amadores em produzir conteúdos jornalísticos a fim de solucionar essa lacuna.

A busca inicial se deu na plataforma Atlas da Notícia, disponibilizada no link: [atlas.jor.br](http://atlas.jor.br). A partir de filtros de região e estado e por ‘desertos’ ou ‘quase-desertos de notícia’, foi possível encontrar todas as cidades do estado de São Paulo que se encaixavam como tal. Em seguida, buscou-se, por meio de palavras-chave na busca interna da rede social

Instagram, o nome dos municípios que se encontram na condição de desertos ou quase-desertos de notícia. Foram encontrados alguns perfis, como @NoticiasAgudos e @GuararapesSorriso, que se destinam a informar sobre as cidades de Agudos e Guararapes, respectivamente.

Em seguida, foi realizada uma observação exploratória dos conteúdos trazidos nos perfis. Esta etapa foi decisória para a seleção do perfil analisado, no caso, o perfil @GuararapesSorriso. Os demais perfis não demonstraram atividade de teor jornalístico. Configuram-se mais como perfis de divulgação de empresas e serviços, além de agenda de eventos e publicações diversas, como poesias e frases motivacionais. Dessa forma, o perfil escolhido para análise é o seguinte:

## Imagem 1

### *Perfil @GuararapesSorriso*



Guararapes Sorriso News (s.d.).

As métricas básicas do perfil @GuararapesSorriso, até o fechamento deste artigo em 12 de outubro de 2023, são: 225 publicações; 3197 seguidores e 130 pessoas seguidas pelo perfil. A primeira publicação do perfil é de 1 de julho de 2020.

A menção ao jornalismo é clara no seu logotipo, onde se lê: ‘Guararapes Sorriso News – Informação com imparcialidade’. Guararapes é uma cidade que se encaixa no padrão de desertos e quase-desertos de notícia: pequena, com apenas 32654 habitantes, conta com um site local de jornalismo, denominado jornal *O Impacto*, além de uma rádio local, intitulada *Rádio Difusora Guararapes*. É, portanto, um quase-deserto de notícia, segundo a classificação do Atlas da Notícia (Projor, 2022).

Após a observação exploratória, foi selecionado o *corpus* de análise, cuja finalidade fora catalogar materiais textuais e imagéticos que escamoteiam a ética e o rigor da apuração jornalística profissional. Os resultados foram tabulados e quantificados, seguidos então de análise qualitativa.

## **Discussão dos resultados**

Todas as 225 postagens publicadas no perfil @GuararapesSorriso foram observadas sistematicamente e, então, agrupadas em categorias que demonstram o desvirtuamento do fazer jornalístico profissional. Assim, ‘notícias’ que contêm sensacionalismo, quebra de ética, textos mal construídos, incompreensíveis ou com erros de gramática e ortografia e informações soltas sem apuração contextual são categorizações que indicam falhas graves no exercício jornalístico, sejam elas cometidas por formados na área ou repórteres-amadores.

Como ‘sensacionalismo’, enquadram-se postagens que trazem imagens explícitas de crimes, vídeos que contêm violência ou textos que tentam induzir ao pânico coletivo.

Já em relação à ‘quebra de ética’, conteúdos que revelam nomes de pessoas que cometeram suicídio, divulgação de dados sensíveis



e apurações incompletas, que apenas consideram um dos lados, são exemplos de práticas que fogem à deontologia profissional do jornalista.

As categorias ‘textos mal construídos’ e ‘informações soltas sem apuração’ revelam uma produção textual precária, que pode induzir a erros de interpretação por parte dos usuários que venham a ter contato com os materiais, além de indicar graves descuidos como a publicação de vídeos sem legendas que expliquem do que se tratam.

Já as categorizações ‘conteúdo não-original’ e ‘conteúdos replicados de redes sociais’ demonstram, por sua vez, o hábito dos repórteres-amadores em reutilizar materiais já prontos, sejam produzidos por órgãos como a Polícia Militar ou apurados por veículos de imprensa tradicional, como o *GI* e o *Fantástico*, da Rede Globo, por exemplo. O que difere ambas as categorizações é que, em conteúdo não-original encontram-se majoritariamente posts cuja autoria é definida e apresentada – como é o caso dos vídeos informativos da polícia ou trechos de reportagens de jornais, ao passo e que os conteúdos de redes sociais podem ser vídeos de pessoas anônimas e/ou de câmeras de segurança que flagram ocorrências. Tais conteúdos têm em comum o fato de terem se tornado altamente populares – virais – em redes sociais como o Facebook, Instagram e Tik Tok.

Por fim, em relação a ‘conteúdos pagos’, estes são publicidades que ocupam posts inteiros na timeline do perfil @GuararapesSorriso. Empresas como pizzarias, supermercados, autoelétricas, cursinhos pré-vestibular e prestadores de serviços, como dentistas locais, divulgam suas marcas no perfil. O problema, no caso, é que alguns posts mascaram o conteúdo patrocinado, deixando a incerteza sobre a existência de alguma preocupação com os limites entre editorial e publicidade.

Abaixo, a tabela 1 mostra quantitativamente os resultados obtidos:

**Tabela 1**

*Contagem de posts conforme falhas observadas na produção noticiosa*

<b>Contrariedade ao <i>ethos</i> jornalístico</b>	<b>Quantidade de registros</b>
Quebra da ética	2
Sensacionalismo	6
Erros de texto	19
Informações sem apuração contextual	5
Conteúdo pago	47
Conteúdo não-original	16
Conteúdo replicado de redes sociais s/ apuração	15
<b>Total</b>	<b>110</b>

Tabela elaborada pelos autores.

A partir da tabulação, o número de postagens que incorrem em algum tipo de falha no tocante ao fazer jornalístico assusta: 49% do total apresenta equívocos, erros ou problemas éticos, além de serem conteúdos não-originais, desvinculados da realidade local do município em questão – Guararapes – ou material publicitário sem uma clara separação em relação ao que é editorial.

Quase metade dos conteúdos tem, portanto, problemas. Os temas cobertos nos textos e vídeos originais são, em sua massiva maioria, relacionados à editoria policial: voltada para a cobertura de crimes como o tráfico de drogas, homicídio, feminicídio, tortura, estupro, dentre outros. Assim, o formato a que mais se assemelham os posts é o da notícia, por trazer informações dos plantões policiais indicando o quê, quem,

quando e onde ocorreram os crimes. Raramente, observa-se o como e o porquê, que seriam desdobramentos contextuais dos acontecimentos e que estão relacionados a coberturas mais amplas, não cabendo muitas vezes no espaço limitado da rede social.

Nessas ocorrências policiais, é possível perceber a presença de adjetivações positivas ao trabalho da polícia (como ‘trabalho árduo’ ou ‘incansável’) o que, além de ir contra a prática da escrita neutra no jornalismo, demonstra um alinhamento ao órgão de segurança pública – seja de forma consciente ou inconsciente.

‘Notícias’ originais do perfil e relacionadas à cidade, além das ocorrências policiais, são raras. Ou versam sobre previsão do tempo ou remetem a uma ou outra informação de amplitude nacional que também tem um enfoque local, como a divulgação de dados do último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 2022, relacionados ao município.

A criação de um perfil que se dispõe a informar sobre a localidade, na ausência de veículos de imprensa oficialmente registrados como tal, não parece materializar tal objetivo na prática. Isso é visto devido aos conteúdos não-originais e aqueles extraídos de vídeos virais de redes sociais. Nesses casos, informações de outros estados – como Paraná e Pernambuco – e até outros países, como o Equador, são preferidas em detrimento ao que ocorre localmente, como pode ser visto na imagem abaixo:

## Imagem 2

*Reels do perfil da cidade de Guararapes (interior de São Paulo) informa sobre ocorrência policial no Equador*



Guararapes Sorriso News (2023b).

Outro ponto bastante crítico está relacionado à ética no tocante a informações sensíveis. Praxe no jornalismo profissional, noticiar suicídio requer cuidados em relação ao que se descreve, a fim de não estimular o chamado efeito Werther (Philips, 1974), além do fato de não expor dados da vítima, como nome e endereço. Abaixo, postagem do perfil subverte ambas as exigências éticas:

Homem é encontrado morto dentro de residência em Guararapes  
Um homem de 42 anos foi encontrado morto no interior de sua residência, na manhã desta quinta-feira, 15 de dezembro, na rua Antônio Palini, bairro Francisco Antonioli em Guararapes  
A vítima estava com um pano amarrado no pescoço.  
Ainda não se sabe qual o motivo para tirar a própria vida.  
A Perícia foi acionada para o local onde está sendo realizado os trabalhos pertinentes.  
A ocorrência está em andamento e a qualquer momento o caso

será atualizado aqui no site Guararapes Sorriso News. O homem foi identificado como Ricardo A. G. O horário do velório bem como sepultamento estão a definir.

Ainda no campo da ética, é vedado ao fazer jornalístico mascarar conteúdo publicitário, uma vez que as searas precisam estar bem demarcadas para que a credibilidade da apuração da imprensa seja garantida. No caso do perfil de Instagram analisado, a maior parte dos 47 posts de publicidade (a marca mais alta dentre todas as categorias levantadas para análise) revela claramente se tratar de conteúdo comercial. No entanto, não há um padrão com uma retranca ou hashtag que indique algo do tipo “Publieditorial” ou ainda “Publicidade”. Além do fato de que alguns conteúdos realmente não deixam claro se são editoriais e jornalísticos ou publicidade, como pode ser exemplificado abaixo:

### Imagem 3

*Post exalta desempenho de estudante e sem esclarecer se o conteúdo é publicitário*



15 curtidas

guararapesorriso Renato Melo fez um magnífico ensino médio e aprofundou seus estudos em ciências exatas com o MFQ. Está aí. Aprovado diretamente do 3º ano do Ensino Médio. Quem começa antes, passa antes. Faça como o Renato. Inicie seus estudos no MFQ o quanto antes e seja aprovado no curso que quer e na universidade que sonha. #comMFQvocePassa

Ver todos os 2 comentários  
10 de janeiro de 2022 · Ver tradução

Guararapes Sorriso News (2022).

Por fim, o sensacionalismo é bastante presente no perfil analisado. Seja em textos ou em imagens, buscam chocar pelo explícito, pela crueldade, pelo horror. Mesmo quando utilizados recursos para diminuir o impacto, como a granulação e distorção das imagens, o perfil mantém cores e silhuetas que deixam claro a violência sofrida pela vítima.

Abaixo, dois exemplos de sensacionalismo, um em texto – que reproduz conteúdo de outro veículo, o SBTinterior, e estimula o medo por uma possível onda de doença da “vaca louca”; e outro em imagem, que mostra um corpo no local onde houve o assassinato.

Laudo aponta morte de mulher por “mal da vaca louca” em Penápolis

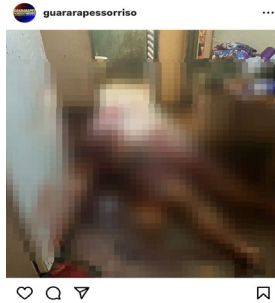
Por Arnaldo Alves

A dona de casa, Maria Célia Tognon, de 56 anos, morreu no dia 23 de março na Santa Casa de Penápolis. Em agosto do ano passado a mulher começou a sentir dores de cabeça insistentes, tonturas e mal-estar. Durante o mês ela sentiu também convulsões fortes, respiração curta e dificuldades em falar. As informações são do sbtinterior.

No exemplo do texto, não houve nenhum tipo de apuração jornalística que revelasse mais informações sobre o caso. Como é possível perceber, trata-se de uma nota curta, cujo título induz ao sensacionalismo, uma vez que é uma doença altamente infecciosa e fatal. O fato de ser uma reprodução de outro veículo de mídia não impediria, entretanto, uma investigação mais aprofundada do caso, algo que seria comum no jornalismo profissional.

## Imagem 4

*Imagem de crime brutal com identificação da vítima e da inicial do suposto assassino*



31 curtidas

guarapessorriso Vizinho é suspeito de matar mulher com faca em Castilho  
Vítima e suspeito teriam se desentendido no dia anterior  
Iszta Umbelina Santos foi encontrada morta na cozinha de sua residência, na manhã desta sexta-feira (27), no bairro Nova York, município de Castilho.  
Um vizinho identificado pela inicial, J., é o principal

Guararapes Sorriso News (2023a).

### Considerações finais

Como fora demonstrado no decorrer deste artigo, o fato de o Brasil ser um país de dimensões continentais, além da crise do modelo de negócio jornalístico, propicia que municípios e até mesmo regiões sejam completamente desassistidas em termos de imprensa. A grande quantidade de desertos e quase-desertos de notícia tem consequências nocivas para essas localidades, pois ficam à margem dos acontecimentos dentro de seus próprios territórios.

Seja por questões pessoais de ordem afetiva ou econômica, alguns cidadãos passam a produzir jornalismo à sua maneira, descolados do rigor da apuração que é aprendido nas universidades, constituindo muitas vezes um das únicas fontes de informação para os habitantes desses desertos e semidesertos da notícia. O senso comum rapidamente

julgaria que, ‘antes disso do que nada’ – mas permanece a indagação: os deslizos e as falhas mais graves vistas no perfil analisado valem as informações altamente concentradas em boletins policiais do município? Onde estariam pautas sobre cultura, política, saúde, dentre outras editorias importantes no jornalismo? A resposta é: simplesmente não existem.

Assim, se há um valor-notícia altamente norteador, no caso específico do perfil tocado por repórteres-amadores em Guararapes, interior de São Paulo, certamente é o da morte. Em detrimento a todos os outros. Em um cenário de crise de legitimidade generalizada nos regimes democráticos e descolamento da vida política, vale lembrar que há muitas pessoas que evitam as notícias diariamente (41% no Brasil, exatamente, segundo a última edição do *Digital News Report*, do Instituto Reuters), em prol da saúde mental. Apostar no sensacionalismo e apenas no valor-notícia morte seria uma opção bem escolhida?

Vale ressaltar que, dentre as diversas formas de participação do público no fazer jornalístico – da mídia alternativa e independente ao jornalismo colaborativo – a presença de um jornalista de formação como editor ou mesmo intermediário sempre fora essencial. Acredita-se que o fato de tais perfis de redes sociais serem alimentados sem a figura de um jornalista profissional justifique a evidente ausência de qualidade informativa.

Por fim, longe de esgotar a questão, deve-se lembrar que há intencionalidades no fazer jornalístico do repórter-amador que sequer foram cotejadas aqui, por falta de espaço e necessidade de foco. A criação de autoridade em uma comunidade, além da monetização, são algumas delas.



De qualquer forma, acredita-se que o estudo possa contribuir para outras investigações sobre as transformações contínuas no processo produtivo jornalístico – e que agora, são também autônomas, sem a necessidade de uma empresa de mídia ou mesmo de jornalistas profissionais por trás para sua existência, ainda que precária.

## Referências

Agência IBGE de Notícias. (2015, maio 25). *Pnad 2013: Internet pelo celular é utilizada em mais da metade dos domicílios que acessam a Rede*. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9840-pnad-2013-internet-pelo-celular-e-utilizada-em-mais-da-metade-dos-domicilios-que-acessam-a-rede#:~:text=Em%202013%2C%2085%2C6%20milh%C3%B5es,data%20de%20refer%C3%Aancia%20da%20pesquisa>

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet*. Zahar.

Cavalcanti, D. B., & Oliveira, S. B. (2019). Mudanças no jornalismo: o repórter-amador e a análise de redes sociais. *Revista FAMECOS*, 26(2).

Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de jornalismo ESPM*, 9, 51-115.

Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma «analítica» da mediatização. *MATRIZES*, 1(2), 89-105. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105>

Festa, R. (1986). Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In R. Festa, & C. E. Lins da Silva (Orgs.), *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (pp. 9-30). Paulinas.

Guararapes Sorriso News [@guararapessorriso]. (s.d.). *Posts* [Perfil do Instagram]. Instagram. Recuperado em 2023, agosto 20, de <https://www.instagram.com/p/CCGbS0iAzq1/>

Guararapes Sorriso News [@guararapessorriso]. (2022, Janeiro 10). *Renato Melo fez um magnífico ensino médio e aprofundou seus estudos em ciências exatas com o MFQ*. [Fotografia]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CYjjDwzrpfy/>

Guararapes Sorriso News [@guararapessorriso]. (2023b, Setembro 7). *Criminosos esquecem de arremessar granada e morrem em explosão dentro de veículo*. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cw5VluYL8dT/>

Guararapes Sorriso News [@guararapessorriso]. (2023a, Janeiro 27). *Vizinho é suspeito de matar mulher com faca em Castilho*. [Fotografia]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/Cn7f\\_1Lu5sW/](https://www.instagram.com/p/Cn7f_1Lu5sW/)

Lemos, A. (2004). *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Sulinas.

Ministério das Comunicações. (2022). *Celular segue como aparelho mais utilizado para acesso à internet no Brasil*. <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2022/setembro/celular-segue-como-aparelho-mais-utilizado-para-acesso-a-internet-no-brasil>

- Philips, P. D. (1974). A influência da sugestão no suicídio: implicações substantivas e teóricas do efeito Werther. *Revisão Sociológica Americana*, 39(3) 340-354. <https://doi.org/10.2307/2094294>
- Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios. In C. Scolari (Org.), *Ecología de medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
- Pereira, R. R. (1992). Vive a Imprensa Alternativa, Viva a Imprensa! In R. Festa, & C. E. Lins da Silva (Orgs.), *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (pp. 53-76). Paulinas.
- Projor. Digital reduz desertos de notícia. *Relatório Atlas da Notícia*. 2022. <https://www.atlas.jor.br/dados/relatorios/>
- Renó, D. P. (2015). Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo. *Comunicação & Sociedade*, 37(3), 257-274.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2019). Reflexão sobre a desordem da desinformação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In C. Ireton, & J. Posetti (Orgs.), *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo*. UNESCO.

# **JORNALISMO DE SOLUÇÕES E O HUMANO COMO PROTAGONISTA: ESTUDO DE CASO SOBRE O SITE ECOA UOL**

*Franciane Maria Silva de Freitas<sup>1</sup>*

O Jornalismo tem passado por transformações sociotécnicas ao longo do tempo. Essas mudanças podem se associar pelo avanço da tecnologia e os processos sociais vividos. Atualmente, um dos momentos ápice de renovações não só no Brasil, mas no mundo foi a pandemia do Coronavírus em 2020.

A Pandemia foi um momento em que todos os setores da sociedade tiveram de reinventar suas produções de bens e assim como o público, a sua forma de consumo. No Jornalismo não foi diferente, as empresas jornalísticas tiveram de buscar novas estratégias narrativas

---

1. Mestranda em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).  
[franmarifrei@gmail.com](mailto:franmarifrei@gmail.com)

para atrair e fidelizar a sociedade após a fusão da tecnologia no cotidiano da vida, expressado pelo conceito Bios midiático (Sodré, 2013).

Essa fusão da vida com os meios de comunicação, se acentuou com o isolamento e o Jornalismo que já vinha fazendo mudanças na forma de produção e no formato das notícias, se uniu como uma “comunidade interpretativa”, como pontua (Traquina, 2008), para se fortalecerem. E desde consórcios para apuração diária de informações sobre a Covid-19 até na estrutura da notícia, os veículos jornalísticos fizeram transformações.

Notícias são feitas de histórias que se fazem presentes desde o início da humanidade, como afirma (Sodré, 2012), “o homem antigo narrava os acontecimentos essenciais à conexão das coisas que, em sua totalidade, constituíam o cosmos ou o mundo enquanto forma primordial da sua existência”. Com isso narrativas de vida, isso é, fatos que acentuassem histórias das fontes, vem se tornando um formato que busca aproximar e engajar o público.

A partir disso, os veículos começaram a investir em formatos de notícias que destacassem não somente o fato, mas também as pessoas envolvidas. Com isso, conseguir um alcance maior de público/audiência com esses conteúdos também fez com que o modelo de produção convergente continuum (Barbosa, 2013), que já vinha sendo realizado nas redações, se acentuasse. Isso é, uma matéria veiculada no jornal impresso, também iria ser veiculada nas redes sociais (Instagram e Facebook) dos veículos e na plataforma digital, possibilitando que o mesmo fato fosse sendo recontada com outras informações.

E nesse ritmo da aceleração do tempo, das notícias, o Jornalismo tem buscado caminhar com a inovação, evidenciando o humano, base

de ação de um fato e se tornando utilitário em uma sociedade conectada, mas que ainda tem parte da população sem acesso à internet. Visto que o Jornalismo é uma atividade intelectual, criativa e fundamental na democracia (Traquina, 2005), a prática do Jornalismo de Soluções (Joso) está crescente nas rotinas produtivas dos veículos jornalísticos ao redor do mundo e em especial no Brasil.

A abordagem foi sistematizada pela Solutions Journalism Network (SJN) (<https://www.solutionsjournalism.org/>) em 2013 pelos jornalistas Courtney E. Martin, David Bornstein e Tina Rosenberg, da coluna Fixes do jornal The New York Times, em Nova Iorque. O objetivo da prática é aprofundar nas coberturas jornalísticas abrangentes dos problemas sociais – com foco na solução de problemas ao invés de apenas denunciá-los.

Diante disso, este artigo se propõe a analisar como o Joso vem sendo praticado no site Ecoa Uol (<https://www.uol.com.br/ecoa/>), plataforma brasileira que faz parte do grupo UOL, empresa de conteúdo, serviços e produtos da internet e que existe há mais de 20 anos. Entre as editorias do site, uma delas é denominada Soluções, a qual meu objetivo é identificar reportagens que trazem casos desviantes positivos; personagens improváveis em suas histórias e momentos de publicidade nativa. Como sabe-se que cada país tem uma cultura diferente que se expressa também na forma de produção de informações, ressalto a importância de pesquisar como os veículos brasileiros estão aderindo a abordagem do Joso, ressalto a relevância deste artigo.

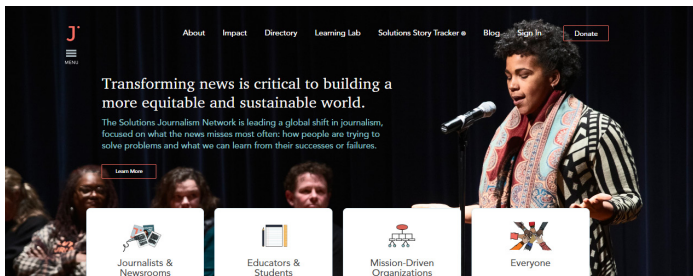
## Jornalismo de Soluções: o humano como elemento central

Com 10 anos de institucionalização sendo completados este ano, o Jornalismo de Soluções (Joso), tem se descado como prática adotada nas redações de todo o mundo e como objeto de estudo nas pesquisas de comunicação. Considerado como uma alternativa para combater fenômenos como “news avoidance” (“rejeição da notícia”) e “news fatigue” (cansaço das notícias), como aponta o relatório (Digital News Report, 2023), ele tem como mote de proposta a transformação.

O Joso se torna uma prática jornalística que “se habilita para atender às expectativas informativas do público, sobretudo das pessoas que estão insatisfeitas com a espetacularização, do sensacionalismo ou até mesmo notícias que não agregam a vida cotidiana”, aponta (Simões, 2022). A abordagem que foi sistematizada pelos jornalistas Courtney E. Martin, David Bornstein e Tina Rosenberg, da coluna Fixes do jornal The New York Times, em 2013 e se tornou a Solutions Journalism Network (SJN).

### Imagem 1

*Captura de tela da página inicial do site  
Solutions Journalism*



Site (Solutions Journalism Network, 2023)

Para cumprir com a abordagem uma notícia tem que seguir quatro pilares: centrar numa resposta a um problema social — e como essa resposta funcionou ou porque não funcionou; tem que oferecer um insight; busca evidências – dados ou resultados qualitativos que demonstrem eficácia (ou falta dela) e mostra quais são as limitações das respostas apresentadas no decorrer da notícia, como descrevem no site <https://www.solutionsjournalism.org/>.

As histórias de soluções, como são denominadas as notícias que seguem os pilares do Joso, são publicadas e/ou reproduzidas no banco de dados Solutions Story Tracker do site da rede <https://www.solutionsjournalism.org/storytracker/>, conectava em 12 de agosto de 2023, um total de 15.400 histórias de 1.900 veículos de notícias, de 191 países (*Solutions Story Tracker*®, 2023).

O banco de histórias é dividido pelas seguintes soluções : Soluções climáticas; Construindo equidade racial; Mobilidade econômica; Avançando a Democracia; Saúde Pública; Negócios e Sustentabilidade; Metas de Desenvolvimento Sustentável; Bibliotecas de Histórias de Soluções Cívicas Ensino de Ciências Sociais; Alfabetização de Notícias; Soluções Africanas em Solo Africano; Justiça Criminal; Imigração e Refugiados; Ensinando Mudanças Climáticas e Resiliência e Fugindo da Guerra (*Solutions Story Tracker*®, 2023). Essas são temáticas presentes nas histórias de notícias encontradas no site Ecoa Uol nesta análise e que estão sendo debatidas como pontos centrais na sociedade contemporânea.

A rede mantém em seu site uma seção chamada de “Laboratório de Aprendizagem” onde são publicados materiais de apoio. Um desses materiais de apoio é o Basic Toolkit (2023), manual que apresenta cinco



critérios para se aplicar ao escrever/produzir uma história orientada para soluções. Existem cinco critérios de aplicação geral do Jornalismo de Soluções, conforme apresentados no Basic Toolkit (2023) da SJN:

***1º - Concentra-se em profundidade na resposta a um problema social***

O teste ácido: se a história não descreve uma resposta, não é jornalismo de soluções. Essa resposta deve ser explicada no contexto do problema que está tentando resolver. Documentar as causas desse problema esclarecerá a oportunidade de uma solução para criar soluções e impacto.

***2º - Examina como a resposta funciona em detalhes significativos***

Uma ótima história de soluções analisa os procedimentos da solução de problemas, investigando questões como: Quais modelos estão tendo sucesso melhorando um resultado educacional e como eles realmente funcionam? A narrativa é dirigida pela resolução de problemas e a tensão está localizada na dificuldade inerente de resolver um problema.

***3º - Concentra-se na eficácia, não nas boas intenções, apresentando evidências disponíveis de resultados***

O jornalismo de soluções é sobre ideias, mas, como todo bom jornalismo, a determinação do que funciona (ou não) é apoiada, quando possível, por evidências sólidas. Para ideias em estágio inicial, em que

a única “evidência” pode ser a afirmação de observadores confiáveis, a chave é não exagerar.

***4º - Fornece não apenas inspiração, mas insight que outras pessoas podem usar***

O que torna o jornalismo de soluções atraente é a descoberta – a jornada que leva o leitor e espectador a uma visão sobre como o mundo funciona e, talvez, como ele poderia funcionar melhor.

***5º - Discute o que não está funcionando sobre a abordagem***

Não existe uma solução perfeita para um problema social. Toda resposta tem ressalvas, limitações e riscos. Boas soluções jornalísticas não fogem da imperfeição. Contudo, sabe-se que nem todas as perguntas necessariamente vão ser respondidas em uma só notícia, para que seja considerada como Jornalismo de Soluções.

O Basic Toolkit (2023) também explica como identificar quando uma notícia não faz parte do Jornalismo de Solução. Para isso, é necessário observar sete tipos de notícias, normalmente publicadas pela mídia, que configuram um falso jornalismo de soluções. São eles:

***1º - Adoração do herói***

Histórias que celebram ou glorificam um indivíduo, muitas vezes às custas de explicar a ideia que o indivíduo exemplifica. Em vez de falar sobre os méritos de uma abordagem que um indivíduo está

promovendo, a notícia pode se gabar da decisão da pessoa de deixar um emprego bem remunerado para salvar o mundo.

### ***2º - Bala de prata***

Essas histórias são frequentemente vistas nas seções de tecnologia e inovação. Elas descrevem novos *gadgets* (aparelhos) em termos brilhantes - referindo-se a eles, por exemplo, como “salva-vidas”. Além disso, uma observação: o dinheiro às vezes é considerado uma salvação completa.

### ***3º - Favor para um amigo***

É possível distinguir essa característica porque a voz única ou predominante é a da organização que está sendo analisada. Como a história da bala de prata, não tem muito no caminho de um parágrafo “para ter certeza” – por exemplo, as ressalvas para o sucesso - e parece como Relações Públicas disfarçada.

### ***4º - Instituições de ideias***

O jornalismo de opinião pode explorar soluções se contiver relatos reais sobre as respostas existentes aos problemas (e os resultados). Mas o “jornalismo de desdobramento” refere-se ao jornalismo que propõe coisas que ainda não existem.

### ***5º - Ativista Instantâneo***

Muitas pessoas pensam, ao ver a frase “jornalismo de soluções” que é a promoção de peças que pedem ao leitor que clique em um botão no final e dê US\$ 5 a uma causa. Essas histórias oferecem um apelo

emocional e, em seguida, pedem apoio para uma causa específica, como meio de “resolver” o problema.

### ***6º - O pitaco final***

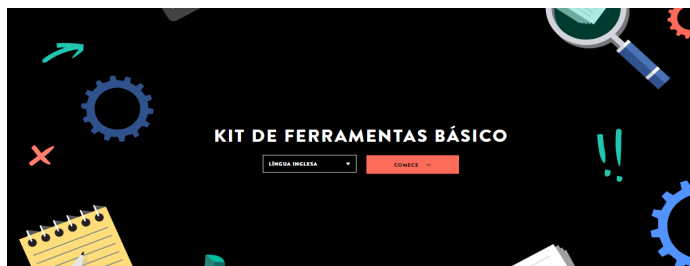
Este é um parágrafo ou uma frase de efeito no final de uma história de um problema que dá margem aos esforços para resolvê-lo. As soluções não são consideradas com seriedade real, mas sim como uma reflexão tardia.

### ***7º - O coração mais quente***

Esse tipo de jornalismo é peculiar e único. Muitas vezes aparece no final do noticiário da noite ou no Dia de Ação de Graças, na forma de um garoto com uma barraca de limonada ou um rapaz que fez uma cadeira de rodas para seu amado porco (o porco é, ironicamente, chamado “Chris P. Bacon”). Ele diz ao espectador que o mundo tem pessoas boas fazendo coisas fofas, mas não chega às questões estruturais que o Jornalismo de Soluções aborda e que podem ter um impacto.

## **Imagem 2**

*Captura de tela da página inicial do Basic Toolkit*



Página do (*Basic Tool Kit*, 2023)

Esse é um dos materiais de apoio do Joso, que pode ser traduzido em até 18 idiomas, para ser trabalhado nas redações dos veículos jornalísticos ao redor do mundo. Além do Basic Toolkit (2023), o site disponibiliza outros manuais como o Guia de Saúde, Guia de Educação, Guia de Violência, Manual Colaborativo, Construção de Soluções nas Escolas, Manual do Editor de Redação e Kit de Ferramentas de Engajamento de notícias de solução.

Na América Latina, o coordenador responsável pela rede de soluções da América Latina, Jonathan Gutiérrez em entrevista para Agostinho Heb (2023), explica que os países latinos estão promovendo a abordagem de maneira adaptável as complexidades sociais e culturais de cada país. “Na América Latina acho muito apropriado fazer Jornalismo de Soluções porque é uma abordagem que nos incentiva a contar um mundo mais parecido com o real, com muitos problemas, mas também com ações que buscam resolvê-los” (Heb, 2023). No Brasil, um dos veículos jornalísticos que está trabalhando com a prática do Joso em suas redações, é o site Ecoa Uol, objeto empírico deste trabalho que vou apresentar a seguir.

### **Ecoa Uol: a proposta de uma Mídia que transforma**

O site Ecoa Uol, surgiu em outubro de 2019 por iniciativa do Grupo Uol, que surgiu em 1996 no Brasil e é considerada uma das maiores empresas brasileiras de conteúdo, serviços e produtos da internet. A proposta inicial da redação do veículo “foi produzir conteúdo de forma a construir pontes entre os agentes de transformação, público e sociedade, costurando uma rede que possibilite amplificar o alcance e a

viabilidade das ações”, como se definem em um release de apresentação no Uol para Marcas.

No release de apresentação do site, o diretor de conteúdo do Uol, Murilo Garavello, afirma que “o nome ECOA remete a isso, a ajudar quem está querendo melhorar o mundo a amplificar iniciativas e a noticiar o que muita gente está fazendo” (Uol para Marcas, 2019). O site é dividido em seis seções que são: Plural; Podcasts – subdivida em Trago boas notícias, conversa de portão e papo reto; Reportagens especiais; Colunas; Últimas e Soluções - dividida em “Empresas que inspiram” e “Iniciativas que inspiram”.

Tal seção que irei analisar diferencia as notícias nela inseridas em: empresas que inspiram (que mostra boas práticas de responsabilidade social e ambiental das corporações) e iniciativas que inspiram (que mostra o trabalho de Ongs e outras instituições que mudam o mundo todos os dias).

### Imagem 3

*Captura de tela da página inicial do site Ecoa Uol*



Site Ecoa Uol | Por um mundo melhor (<https://www.uol.com.br/ecoa/>)

O site descreve que sua produção de notícias é “alinhada com os objetivos para o Desenvolvimento Sustentável da Organizações das Nações Unidas (ONU) e tem o objetivo de trazer soluções, educar, instruir e engajar a audiência” (Economia UOL, 2019), isso se assemelha aos temas pautados pelo Joso, mas que tem seus diferenciais, como será apresentado a seguir.

### **Percurso Metodológico**

A partir da compreensão de quais são as características de uma história contada a partir de um olhar focado no “como” e não só no “que”, início a análise no site Ecoa Uol. Tendo como base tais princípios, a escolha foi a metodologia Estudo de Caso (Yin, 2001), com o procedimento metodológico Análise de Conteúdo (Bardin, 1997).

O presente trabalho tem como objetivo identificar casos desviantes positivos (notícias que procuram dar ênfase a parte de uma solução de um problema extenso); que trazem personagens improváveis em suas histórias (fontes plurais e que não são somente autoridades oficiais) e momentos de publicidade nativa conceito nomeado por (Wybenga, 2013), que são notícias vinculadas com publicidade. Nessa categoria é necessário considerar que os veículos jornalísticos tem uma relação própria com a publicidade que varia também por questões culturais e econômicas de cada país.

Assim, do ponto de vista metodológico, identifico estudo de caso como um percurso metodológico para que a investigação fosse feita. “Os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”, [...] quando o foco se

encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (Yin, 2001).

Como características essenciais na redação de uma notícia de Jornalismo de Soluções estão variedade de fontes e ela é relacionada a categoria “Personagens Improváveis” que escolhi, a qual busquei analisar como as fontes eram apresentadas nas reportagens.

## **Resultados**

O resultado se deu a partir da análise de 54 reportagens, durante março de 2022 a março de 2023, justifico a escolha porque considerei o momento pós-pandêmico, pois a sociedade como todo estava voltando a ser a mais ativa. Das seções “Empresas que Mudam” e “Pessoas que Inspiram”, encontrei 27 reportagens em ambas. Sendo, seis “Desviantes Positivos” (notícias que procuram dar ênfase a parte de uma solução de um problema extenso), oito contendo “Publicidade Nativa” (notícias que subjetivamente trazem respostas relacionadas mediante alguma ação comercial) e nove com “Personagens Improváveis” (fontes plurais e que não são somente autoridades oficiais).



**Tabela 1**

*Análise das reportagens no site Uol Ecoa mar/ de 2022 a mar/ de 2023*

<b>Nº de história</b>	<b>Data da publicação</b>	<b>Seção</b>	<b>Título</b>	<b>Categoria</b>
01	31/03/2022	Empresas que mudam	“O futebol pode nos ajudar a enfrentar as desigualdades”, diz Preto Zezé	Personagens improváveis
02	16/03/2022	Empresas que mudam	Ela ajuda a transformar o plástico retirado dos oceanos em novos produtos	Personagens improváveis/ Publicidade Nativa
03	20/03/2023	Iniciativas que inspiram	‘Pela comunidade’: agricultora quer salvar a Caatinga por meio da educação...	Personagens improváveis
04	31/10/2022	Iniciativas que inspiram	Como um grupo está levando técnicas indígenas até as periferias de SP	Personagens improváveis
05	08/03/2023	Iniciativas que inspiram	Ela transformou a dor de perder a filha em luta por inclusão...	Personagens improváveis
06	01/03/2023	Iniciativas que inspiram	Na contramão: ela comprou uma igreja e transformou em centro cultural no RJ...	Personagens improváveis
07	28/10/2022	Iniciativas que inspiram	Famílias transformam fezes de animais em gás para cozinhar no Ceará... -	Personagens improváveis

08	03/03/2023	Empresas que inspiram	FAZENDEIRO URBANO- Após perder pai por má alimentação, ele decidiu criar fazenda sem agrotóxico em teto de shopping	Personagens improváveis
09	17/12/2022	Empresas que mudam	Com pratos a R\$ 2, pai cria restaurante pensado para receber autistas no RS	Personagens improváveis
10	31/03/2022	Empresas que mudam	Com energia 100% limpa, dona da Consul e Brastemp prevê reduzir CO2 em 31%...	Publicidade Nativa
11	10/01/2023	Empresas que mudam	Davos: Empresa brasileira que reciclou toneladas de lixo brilha na Suíça... -	Publicidade Nativa
12	04/10/2022	Empresas que mudam	Marcas de luxo apostam em moda consciente para ajudar planeta e lucrar mais...	Publicidade Nativa
13	22/03/2022	Empresas que mudam	Empresas mostram que é possível reduzir uso de água sem impactar lucro...	Publicidade Nativa
14	03/03/2022	Empresas que mudam	Energia renovável abastece fábrica em nova aposta "verde" da Malwee... -	Publicidade Nativa

15	15/02/2022	Empresas que mudam	Ambev: Hub de inovação investe até R\$185 mil em empreendedores da ZL de SP...	Publicidade Nativa
16	30/03/2023	Iniciativas que inspiram	Produtora do 'Mano a Mano' quer mais pretos no topo das empresas: 'Missão'...	Publicidade Nativa
17	13/03/2023	Empresas que mudam	Com produtos do MST, restaurante vegano fatura 100 mil: saudemos a mandioca	Publicidade Nativa
18	16/03/2023	Iniciativas que Inspiram	Em cidade que distribui dinheiro, petróleo está combatendo a fome... -	Desviante Positivo
19	24/11/2022	Empresas que mudam	Empresárias do RS criam embalagens de restos de mandioca e cana de açúcar...	Desviante Positivo
20	15/10/2022	Iniciativas que inspiram	Óleo velho é trocado por cesta básica no RJ; 57 mil pessoas foram ajudadas...	Desviante Positivo
21	13/11/2022	Iniciativas que inspiram	Em 1 ano, projeto retirou 43 toneladas de lixo das praias do sul do Brasil...	Desviante Positivo
22	24/05/2022	Iniciativas que inspiram	Plantando miniflorestas em escolas, projeto aproxima crianças da natureza...	Desviante Positivo

23	21/10/2022	Iniciativas que inspiram	Do pó ao pop: cinzas de florestas queimadas viram arte e ajudam brigadistas...	Desviante Positivo
----	------------	--------------------------	--	--------------------

Através desse resultado foi possível observar que o site de fato predomina notícias nos eixos dos temas de desenvolvimento sustentável da ONU, que também é a proposta atual do Joso, isso favorece um debate sobre temas cotidianos da vida do ser humano como um todo. Na seção “Iniciativas que inspiram”, encontrei a maior parte das reportagens “Fontes improváveis”. Visto que o Joso, aponta que os jornalistas deem prioridade a fontes-não oficiais (isto é, que não estejam vinculadas institucionalmente a uma organização pública), pois faz com que a notícia mostre todos os lados da história, sem conflito de interesse.

Assim, quando um jornalista procura fontes variadas para entrevistar ou até mesmo para conversas cotidianas, tem oportunidade de surgir pautas que jamais ele pudesse pensar, trazendo dinamismo para o jornal e diversidade para a história contada. Além, disso, destaco que considerei matérias de fatos nacionais, pois gera identificação do público com os personagens/fontes, por compartilharem os mesmos problemas vividos.

Também foi possível observar a linguagem acessível e informal nas manchetes e textos, isso ajuda na compreensão da notícia pelo público. Outro ponto é a publicidade nativa presente nas notícias, que se transpassa com a publicidade social, o que leva a retomar os diferenciais da relação que a publicidade tem com os veículos jornalísticos, a partir de elementos culturais e econômicos do Brasil. O site tem conteúdo

aberto, o que possibilita o compartilhamento e o acesso por uma maior parte da sociedade, visto que isso difere de outros sites que trabalham com a prática do Joso fechados para assinantes.

Nos aspectos finais, observei que a separação de seções “Empresas que inspiram” de “Iniciativas que inspiram”, são diferenciadas por maior apoio do setor privado em fazer parte de uma possível resposta/solução a um problema social, visto que a maior parte de publicidade nativa se encontra na seção “Empresas que inspiram”. Por último, resalto o esforço que a equipe de redatores do site tem em fazer com que uma notícia se torne mais atrativa e que assim o público se interesse em saber o que está sendo feito para resolver um problema social, mas em alguns casos, até em algumas reportagens selecionadas na tabela acima, considero que a criatividade se excedeu, tornando um conteúdo jornalístico em um conteúdo de entretenimento.

### **Considerações finais**

Levando em consideração as características universais da abordagem Jornalismo de Soluções (Joso) foi possível, como apresentei na análise, que o site Ecoa Uol, mesmo sendo um veículo jornalístico de poucos anos de criação, cumpre com a proposta na seção Soluções, mesmo o conteúdo sendo dividido em “Empresas que inspiram” e “Iniciativas que inspiram”. Isso mostra também que é possível desbravar a prática em veículos totalmente nativos digitais e mostra a mudança de mentalidade de editores e repórteres ao aprofundarem na apuração de um fato e até mesmo irem atrás de uma informação que difere da agenda setting tradicional de pautas da Mídia.

Sabe-se o quanto este sendo necessário, trazer para debate pautas em que o ser humano seja visto como elemento central, visto que acabamos de sair de uma pandemia e a sociedade como todo teve que se unir para combatê-la, para assim retornar a vida cotidiana. O Jornalismo de Soluções não irá substituir o jornalismo *Hard News*, mas sim complementar, com uma visão mais holística da sociedade, contribuindo assim para uma sociedade mais consciente e engajada nos problemas reais.

Como uma abordagem que pode envolver o leitor por meio de construção de elementos que hoje fazem parte do *Storytelling*, ele pode estimular as pessoas e principalmente a nova geração de jovens, que já nasceram conectados nas redes sociais a participarem do debate social iniciado na internet e concluído no offline. Como também, ser uma forma de buscar respostas aos problemas sociais, que conecte a atenção das pessoas ludicamente. E isso alinhado a vídeo, podcast, ilustrações e até jogos pode provocar uma mudança na mentalidade da sociedade, contribuindo com o progresso de uma vida melhor, mas também respeitando a vida do ser humano.

## Referências

Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. Em J. Canavilhas (Org.), *Notícias e Mobilidade, Jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Livros Labcom (1a ed.). <https://www.labcom.ubi.pt/livro/94>

Bardin, L. (1997). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.

*Basic Toolkit*. (2023). <https://learninglab.solutionsjournalism.org/en/courses/basic-toolkit>

Digital News Report. (2023). *Digital News Report 2023* | Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Heb, A. (2023, 3 de abril). *Jonathan Gutiérrez (SJN): “El periodismo de soluciones puede ayudar mucho para superar los desafíos del periodismo contemporáneo”*. Laboratório de Periodismo Luca de Tena. <https://laboratoriodeperiodismo.org/jonathan-gutierrez-sjn-el-periodismo-de-soluciones-puede-ayudar-mucho-para-superar-los-desafios-del-periodismo-contemporaneo/>

Simões, A. (2022). *Jornalismo de Soluções* (1a ed.). Appris.

Sodré, M. (2012). *A narração do Fato: Notas para uma teoria do acontecimento* (2a ed.). Vozes.

Sodré, M. (2013). Bios midiático // The media Bios. *Revista Dispositiva*, 2(1), 108-110.

Solutions Story Tracker®. (2023) *Rastreador de histórias de soluções* <https://www.solutionsjournalism.org/storytracker>

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são* (Vol. 1, 2a ed.). Insular.

Traquina, N. (2008). *Teorias do Jornalismo, a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.

Economia UOL. (2019, 1 de outubro). *UOL lança Ecoa e foca em pessoas e iniciativas que buscam mundo melhor*. <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/10/01/uol-lanca-ecoa-e-foca-em-pessoas-e-iniciativas-que-buscam-mundo-melhor.htm>

Uol para Marcas, (2019, 25 de setembro). *ECOIA: Nova rede do UOL amplifica ações de quem transforma o mundo*. *UOL para Marcas*. <https://blog.publicidade.uol.com.br/branding/ecoa-nova-rede-do-uol-amplifica-acoes-de-quem-transforma-o-mundo/>

Wybenga, E. (2013). *The Editorial Age*. Adfo Groep.

Yin, R. K. (2001). *Estudos de caso: Planejamento e métodos* (2a ed.). Bookman.



# ORIENTALISMO EM PAUTA: UMA ANÁLISE DA RECEPÇÃO DOS K-DRAMAS NA MÍDIA BRASILEIRA

*Natália Ferreira de Campos<sup>1</sup>*

Desde que os k-dramas romperam a bolha e se tornaram *mains-tream* no Ocidente e especialmente após o sucesso estrondoso de *Round Six* o que não faltaram foram inúmeras reportagens, posts e análises sobre o fenômeno vindos de todo tipo de publicação. Desde jornais da grande mídia tradicional ou revistas como a marxista *Jacobin* até sites de entretenimento e perfis de fãs dedicados.

Sempre tentando explicar os motivos do sucesso estrondoso e aparentemente inesperado dessas produções sul-coreanas, também tentam definir para seus leitores o que caracterizaria ou tornariam essas obras um sucesso. No entanto, este frisson está longe de ser apenas no âmbito

---

1. Doutora em História Cultural  
Professora doutora da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG)  
[nataliafcampos@gmail.com](mailto:nataliafcampos@gmail.com)

das séries televisivas, mas faz parte daquilo que se convencionou chamar de *Hallyu*, um termo de origem chinesa que significa ‘onda coreana’.

Apesar do frisson da mídia ocidental em tratar os k-dramas coreanos como uma grande novidade e considerar seu sucesso até com certa surpresa, é importante destacar que as séries coreanas já eram um fenômeno muito antes de explodirem no Ocidente (Almeida, 2019). Este detalhe é importante se quisermos entender essa indústria, seu desenvolvimento e como ela conseguiu entrar de vez no mercado ocidental, em especial no americano, tão fechado para tudo que esteja fora de seu eixo cultural, a ponto de conseguir bater de frente com a indústria cultural americana.

As produções coreanas já eram sucesso inquestionável na Ásia desde o começo do século XXI e até mesmo em diversos países da América Latina, em lugares inesperados, ou talvez nem tanto, como Cuba (Voss, 2015). Porém é inegável que foi com o advento das plataformas de streaming, em especial a Netflix, que a acessibilidade desse conteúdo coreano se tornou muito maior, especialmente nos países ditos ocidentais (Park & Lee, 2019). E se os k-dramas já vinham ganhando cada vez mais público desde então, foi a pandemia da covid-19 que agiu como um gatilho para que finalmente entrassem de vez no *mainstream* global. Com isso também surgiram infinitas tentativas de explicar o fenômeno e definir o que seriam essas produções e é justamente aí que vemos a reprodução dos inúmeros estereótipos sobre as séries coreanas.

Como será apresentado nesse artigo, apesar das diferenças entre si, parece que a maioria deles têm um ponto em comum: a ideia de que k-dramas são na sua essência produtos de escapismo com histórias melosas que pregam um amor puro, idealizado e uma visão conservadora do

mundo (Durval & Martins, 2022a). Para além disso, de alguma forma essas produções seriam um perfeito reflexo do que a sociedade sul-coreana é e deveria continuar sendo. Essa visão afetará profundamente também como o público brasileiro em geral se relacionará e consumirá essas produções. Ao mesmo tempo a discussão e as reportagens sobre esses k-dramas serão sempre pautados por sua relação e por uma comparação com as obras produzidas por um ‘ocidente’ entendido aqui de forma genérica e muitas vezes equacionado com a produção Hollywoodiana.

Nesse caso, muitas vezes a Netflix acaba surgindo como peça-chave para a recepção dos k-dramas pelo público brasileiro. A Netflix foi uma das primeiras redes americanas de *streaming* que deu atenção e investiu pesado na compra de direitos e na produção de conteúdo sul coreano original. Ela é uma das principais razões pelas quais, o público internacional teve acesso aos k-dramas em grande escala. No entanto, essa interferência da Netflix vai ser entendida de diversas formas. Para alguns, a Netflix veio salvar as produções coreanas, enquanto para outros a plataforma de *streaming* traz consigo os vícios das produções ocidentais que deveriam ser evitadas a qualquer custo. Mas será que é assim mesmo? O que torna a cobertura sobre os k-dramas tão diferente daquela dedicada às produções ocidentais?

## **A Recepção dos K-Dramas no Ocidente**

Afinal, o que são os k-dramas? São as produções seriadas televisivas sul-coreanas. No Brasil, assim como na América Latina também

convencionou-se chamar de doramas<sup>2</sup> produções feitas na Ásia, em especial vindas de países como Coreia do Sul, Japão, China e Tailândia. O nome surgiu da pronúncia japonesa de drama – ドラマ/dorama –, que nessa língua significa seriado, palavra que também foi importada do inglês pelo coreano – 드라마/deurama – e usada para designar as produções desses países para a televisão (TV). Em geral, essas produções têm em comum serem serializadas e contarem com apenas uma temporada que pode variar na quantidade de episódios. As produções coreanas em média possuem 16 episódios.

Fica então a pergunta: como surgiu essa definição de que k-dramas são romances ‘água com açúcar’ e frívolos? Ainda que os k-dramas sejam tão variados em público e gênero narrativo quanto os de qualquer outro lugar do mundo, logo de início o público que primeiro começou a vê-los fora da Ásia foi majoritariamente de mulheres, assim como a maior parte das produções que chegavam no Ocidente eram de romances (Rosa, 2019). Isso fez com que os k-dramas fossem associados imediatamente a algo feminino e, da mesma maneira que ocorre com tudo que é feito por mulheres ou para mulheres, também sofreu com a condescendência usada para tratar dessas outras manifestações culturais, como as *boy bands*, por exemplo. (Cann, 2015; Gerrard, 2022). É comum vermos essas manifestações culturais, sejam elas musicais,

---

2. Infelizmente esse é um debate que foge do escopo desse artigo, especialmente por uma questão de espaço. Porém urge que se façam pesquisas dedicadas sobre o surgimento e o uso do termo ‘dorama’ no Brasil e na América Latina para designar as produções de origem asiática no geral. Pesquisas que possam ir além de apenas expressar os paradoxos do uso de uma palavra de origem japonesa para designá-los e defender como neutro o uso do termo inglês ‘k-drama’, ‘c-drama’, ‘t-drama’, ‘j-drama’ que se tornou convencional na academia sem levar em conta os problemas também associados a esses termos.

literárias ou qualquer outra, sendo desvalorizadas com ironia e questionamentos sobre seu valor artístico.

Por que será que tudo voltado para o público feminino gera essa reação de repugnância? A misoginia é uma das coisas que explica em grande parte essas reações. Isso obviamente não é novidade. Já nos anos 1980, Janice Radway publicou um livro que é fundamental para que a produção e consumo de obras voltadas para o público feminino sejam entendidas. Em *Reading the Romance*, a autora fez um trabalho etnográfico com um clube de leitura de romances e lidou com quase todos esses temas que surgem quando se trata de manifestações culturais que têm o público feminino como centro. Radway descobriu que a leitura desses romances e por consequência a comunidade que eles acabam por construir era vista como algo que tirava a mulher do foco que ela deveria ter: isto é, a família. O tempo dedicado aos romances era visto como egoísta e perturbador da ordem familiar, mesmo quando essas narrativas não tivessem nada de subversivo nelas (Radway, 1991). À misoginia intrínseca desse discurso junta-se ainda outro fator importante que contribui para reforçar um certo desprezo em relação às produções asiáticas, a xenofobia, que vai adquirir alguns traços específicos nesse caso, como veremos adiante.

Por outro lado, há também parte do *fandom* ocidental de k-dramas que reforça os estereótipos acerca dessas produções, porém de forma ‘positiva’. Nesse caso, não só a Coreia do Sul, mas o leste asiático em geral é visto como um lugar intocado pela modernidade tão repudiada

dos seriados ocidentais (Dramabeans, 2021)<sup>3</sup>. As novas produções da Netflix são entendidas nesse contexto como interferências exteriores que iriam contaminar essa sociedade previamente ‘intocada’ e mudá-la radicalmente ao entrar em contato com a ‘cultura Ocidental’.

Nesta perspectiva, existe um medo constante de que os k-dramas percam seu caráter distintamente ‘coreano’ ao se tornarem populares globalmente. É interessante notar que as mesmas características que são vistas como influências negativas vindas do Ocidente são celebradas por aqueles que consideram a Netflix como a salvadora dessas produções, tais como: conteúdo sexual explícito, violência, linguagem vulgar, temas socialmente críticos e personagens LGBTQIA+. A única diferença é se essas características são vistas como positivas ou negativas, mas, em ambos os casos, as produções asiáticas são vistas como meramente reativas e desprovidas de agência, com o Ocidente sendo o centro de compreensão ou avaliação de sua existência. O tom adotado é condescendente e infantilizante. Nenhuma dessas noções corresponde à realidade. Afinal, assim como a indústria cultural de qualquer país, a

---

3. Esse é um review oficial feito pelo *Dramabeans*, um dos maiores sites internacionais do fandom de k-dramas sobre D. P.: *Dog Day* (Netflix, 2021): Eu amo uma boa história com militares e tenho muitas delas em meu currículo, mas talvez seja porque os ‘originais Netflix’ tenham uma roupagem de k-drama que sempre acabo me desconcertando com seu conteúdo e a maneira como ele é abordado. E D. P. não é exceção. Não há nele nem o mínimo vestígio de uma atmosfera característica dos k-dramas (*kdramaness*). Em vez disso, temos uma minissérie da Netflix que por acaso se passa na Coreia e é falada em coreano. Não há felicidade ali, não é esperançosa e até agora também não é uma experiência agradável de assistir (...). (*Dramabeans*, 2021, p. 2) O curioso é que D. P. é uma narrativa bastante crítica ao serviço militar obrigatório em que todo homem coreano precisa servir por até 2 anos. Além de ser baseado em um *manhwa* do mesmo nome cujo autor conta as experiências que ele mesmo e outros sofreram nesse ambiente. Poucas narrativas poderiam ser propriamente chamadas de mais coreanas do que essa! No entanto fica perceptível não apenas o estereótipo sobre o que seriam ou não k-dramas, mas a vontade de controlar essas narrativas.

coreana é um espaço de disputas, complexa e contraditória. Além do mais ela não existe apartada do mundo, mas é desde sempre um amálgama de influências. No entanto, nenhum desses discursos é surpreendente ou novo, na verdade estão dentro de uma lógica discursiva bastante antiga e tão poderosa hoje quanto foi no passado, isto é, do Orientalismo.

Edward Said, no seu livro de mesmo nome, desenvolveu o conceito de orientalismo, demonstrando como o Ocidente criou discursivamente o Oriente como seu oposto. Nessa condição de ‘outro’ ele se transforma em uma ficção de tudo que o Ocidente não é. Uma ficção que serve principalmente para reforçar uma concepção de superioridade moral que o Ocidente tem de si mesmo: civilizado, moderno, democrático, progressista. O Orientalismo se torna uma ferramenta de desumanização e subjugação, uma vez que o Oriente surge como um lugar estático e imutável no tempo, cultura e sociedade, estando sempre a reboque do Ocidente (Said, 2011, 2012). Não é difícil perceber a reprodução, consciente ou não, desse tipo de pensamento em discursos atuais sobre as produções asiáticas e seu sucesso. Apesar desse fenômeno já ter sido estudado em relação ao k-pop, especialmente dentro do contexto estadunidense (Gibson, 2019; San Diego, 2018), ainda foi pouco analisado como essa mesma retórica funciona aplicada à recepção do sucesso de outros produtos culturais sul-coreanos, sobretudo no Brasil.

### **A Construção do Discurso Orientalista sobre K-Dramas na Mídia Brasileira**

Portanto, nesse texto será realizada uma análise da recepção dos k-dramas no Brasil, com foco em notícias e artigos de veículos tradicionais e sites de entretenimento como: Folha de São Paulo, Estadão,

UOL, *Jacobin*, *Rolling Stone*, Omelete. Quais discursos são reafirmados e ao mesmo tempo construídos, não só sobre esse tipo de produção cultural sul-coreana, mas também o legado orientalista que acabam sendo perpetuados. Quais tipos de relação serão produzidos a partir desses discursos? Especificamente, iremos analisar três notícias publicadas nas edições digitais da Folha de São Paulo, *Rolling Stone* e *Jacobin*. No caso do artigo publicado na *Jacobin*, é importante observar que se trata de uma matéria originalmente veiculada na versão americana da revista e posteriormente traduzida para o português. Esse aspecto é de interesse particular, pois permitirá uma análise de como um discurso inicialmente produzido nos Estados Unidos em relação aos k-dramas (Lyan, 2023) é replicado de forma semelhante por publicações brasileiras.

É relevante destacar que, embora sejam apenas três matérias, é fundamental reconhecer como esses artigos são amplamente republicados em uma variedade de sites, perfis e redes sociais, alcançando um público muito maior do que aquele da publicação original. Isso cria um efeito cascata notável, como será demonstrado, que tem o potencial de gerar uma série de ‘verdades’ sobre os k-dramas e influenciar a forma como eles serão recebidos pelo público brasileiro.

Uma notícia que exemplifica de forma abrangente as dinâmicas discutidas até o momento em relação aos k-dramas pode ser encontrada na seção ‘Ilustrada’ da Folha de São Paulo, assinada pelos jornalistas Nathália Durval e Pedro Martins, datada de 4 de julho de 2022. Começando pelo título e subtítulo: ‘Por que doramas e k-dramas, as novelas conservadoras da Ásia, viraram febre no Brasil: País é o segundo maior consumidor do mundo destas produções, com paixões platônicas, sem



sexo ou pegação’ (Durval & Martins, 2022a)<sup>4</sup>. Eles já enquadram como o leitor deve entender essas produções e são taxativos em descrever os k-dramas como ‘novelas conservadoras’. A única dúvida que resta é sobre o motivo de fazerem tanto sucesso no Brasil.

Logo de início é feita essa relação entre k-dramas e novelas – que no Brasil são um tipo bastante específico de produção e que tem as mulheres como público-alvo – e em seguida define-se essas narrativas como ‘romancezinho bobinho’ (Durval & Martins, 2022a). No entanto, é notável que, apesar do título sugerir que o artigo abordaria o sucesso dos k-dramas no Brasil, grande parte do conteúdo é dedicada à análise e entrevistas relacionadas à produção de ‘doramas brasileiros’. Estes são programas de televisão que estão sendo produzidos no Brasil, mas que afirmam buscar inspiração nos k-dramas – e no hype em torno deles – como base para suas narrativas. De qualquer forma é interessante, pois através disso acabam definindo o que é e o que caracterizam essas produções de acordo com sua interpretação.

Uma das entrevistadas foi Georgia Costa, a principal executiva responsável pela série ‘Além do Guarda Roupa’ (HBO, 2023). Segundo ela ao perceber o potencial inexplorado de fãs de k-dramas no Brasil contratou uma dramaturga para assistir ‘os dez doramas de maior sucesso e mapear quais elementos se repetiam nas narrativas, para aprender o que deveria fazer e o que deveria evitar’ (Durval & Martins, 2022a).

---

4. Uma das jornalistas que assina a matéria, Nathalia Durval, apresenta um histórico de reportar conteúdo asiático dessa mesma forma. Anteriormente ao apresentar o sucesso de realities shows asiáticos o teor do texto é bastante similar com o que vimos no caso dos k-dramas: ‘BBB sem sexo e com caso de suicídio, reality shows da Ásia são sucesso do formato: Programas como Terrace House e Casamento às Cegas Japão também não têm as brigas de costume’ (Durval & Martins, 2022b).

“Cada etapa de um romance é muito intensa”, diz. “É comum, na ficção brasileira, pôr o casal para se beijar ou para transar logo no primeiro encontro, mas nos doramas isso destrói o arco narrativo do romance.” Uma das poucas subversões é que, no seriado da HBO Max, há um casal gay, algo que a própria roteirista nunca tinha visto nos dramas asiáticos. “Era uma grande vontade nossa, mas fizemos com todo o cuidado, para que ficasse fofo e não saísse do padrão.” Seja em romances, seja em comédias, seja em suspenses, é comum, entre os doramas produzidos na Ásia, puxões de braços, beijos forçados e protagonistas femininas que têm sua privacidade invadida pelos homens. São questões que, se por um lado podem parecer conservadoras demais para parte do público, por outro são um espelho da cultura coreana, na avaliação do escritor Nick que acaba de vender um k-drama para a Gullane, outra produtora paulistana. (Durval & Martins, 2022a, pars. 13-16)

É comum notar que essas referências são feitas sempre de maneira genérica, sem mencionar especificamente quais k-dramas possuem essas características, ou se elas realmente representam a totalidade da produção sul-coreana para a televisão. Isso é algo que será recorrente na forma como o conteúdo midiático sul-coreano será reportado também em outras notícias. Fica subentendido que não é necessário identificar esses títulos, pois é algo que se presume ser de ‘conhecimento comum’ sobre aquele país e região do mundo. Vemos essa mesma afirmação em diversas outras publicações sobre os k-dramas como no caso da veiculada no jornal O Globo, ‘Para os amantes dos K-dramas, alguns detalhes já são muito conhecidos, como as tão aguardadas cenas de beijo dos protagonistas nas séries românticas, que costumam acontecer na metade da história ou, às vezes, só no final’ (Queiroga, 2022, par. 2).

De cara já temos uma oposição categórica em relação à ficção brasileira (algo que vai se repetir em outras matérias sobre o gênero),

o casal já se beija ou transa logo no primeiro encontro, mas será que é assim mesmo? Em *Pantanal*, novela da Globo transmitida em 2022 e que teve a maior audiência da emissora nos últimos anos, o casal protagonista só vai se beijar no capítulo 34, depois de 20% da novela transmitida, depois disso a primeira transa acontecerá apenas no episódio 85 já na metade da trama que conta com 167 capítulos. Aliás esse tipo de construção é extremamente comum dentro de narrativas de romance (mas não apenas nelas), muitas vezes o ‘*will they, won’t they*’ é o que leva a trama por várias temporadas. No entanto, isso não é levado como um exemplo de conservadorismo ou puritanismo por partes dessas produções. Mesmo em séries com conteúdo sexual explícito como *Bridgerton*, os protagonistas só terão o primeiro beijo na metade da série no caso da primeira temporada e no penúltimo capítulo da série na segunda temporada. Ao analisarem os k-dramas, especialmente os de romance, o gênero ao qual pertencem é simplesmente ignorado. Assim, muito do que é comum a esse gênero em si e que pode ser encontrado igualmente em narrativas românticas feitas no mundo inteiro é visto como uma característica intrínseca dos “k-dramas” por refletirem a “cultura sul-coreana”<sup>5</sup>.

Outra afirmação categórica feita por uma das roteiristas entrevistadas é que apesar de ela ter seguido à risca os supostos ‘clichês’ vistos nos k-dramas, a produção brasileira bravamente quis subverter apenas um deles, isto é, colocar um casal gay na narrativa, algo que a

---

5. *Emily in Paris* (NETFLIX, 2020) foi um dos romances mais vistos recentemente e não tem cenas de sexo explícito. As séries de canais abertos nos EUA também não, mas nada disso é considerado como algo que diz respeito ao que os EUA são como país, mas sim resultado das regras que regem a indicação de faixa etária. No caso sul-coreano tudo é único e um reflexo da sociedade tradicional e conservadora da qual os todos os coreanos fazem parte e compartilham.

roteirista diz ‘nunca tinha visto nos dramas asiáticos’. E aqui chama atenção que a afirmação é categórica não apenas para os k-dramas, mas para todo conteúdo produzido na Ásia.

Novamente não é preciso dar detalhes ou mesmo perguntar se de fato essa afirmação é verdadeira, afinal o senso comum dita que isso seria algo que ‘todo mundo sabe sobre o oriente’. Os jornalistas poderiam facilmente checar que essa afirmação é falsa. Personagens LGBTQIA+ marcam presença nos k-dramas há muito tempo<sup>6</sup> e quando expandimos o olhar para a Ásia vê-se que existe há décadas um gênero voltado apenas para narrativas de romance entre dois homens ou mulheres<sup>7</sup>. Claro que isso não nega a homofobia existente nesses países. Porém, o mesmo pode ser dito de outros lugares que produzem conteúdo LGBTQ+ como Brasil e EUA.

Junto disso percebe-se mais uma coisa comum nesses discursos que é o fato das narrativas asiáticas, por melhor que sejam, precisarem ser ‘consertadas’ ou ‘melhoradas’, seja pelo Ocidente, seja nesse caso pela produção do tal ‘dorama brasileiro’. Só assim serão capazes de se desvencilhar de suas raízes misóginas e homofóbicas, espelho da cultura

---

6. Essa é uma pequena lista que mostra alguns k-dramas antigos e recentes que possuem personagens LGBTQIA+: *Life Is Beautiful* (SBS Plus 2010), *Secret Garden* (SBS, 2010), “*Seonam Girls’ High School Investigators* (JTBC 2014), *Prison Playbook* (tvN, 2018), *O drama da minha vida* (JTBC, 2019), *Reply 1997* (tvN, 2012), *Amor com Falhas* (MBC, 2019), *Inspector Koo* (JTBC, 2021), *Itaewon Class* (JTBC 2020), *Apesar de tudo Amor* (JTBC 2021).

7. *Boys Love* é um gênero particularmente asiático que teve origem nos anos 1970 no Japão e que trata do amor/relacionamento entre homens. No geral são romances e trazem os lugares comuns e estruturas narrativas próprias do gênero, porém aplicadas a relações homoeróticas. Porém de lá pra cá o gênero cresceu muito, continua se transformando e atingiu um sucesso gigantesco por todo leste e sudeste asiático. Além disso, cada país traz suas especificidades e estilos próprios para os BLs produzidos. A Tailândia desde 2014 vem se tornando um dos principais expoentes das séries e filmes BLs (Baudinette, 2023).

coreana especificamente e da asiática em geral. Isso vai ser importante para a análise do papel da Netflix na criação e difusão dos k-dramas por parte da mídia e do público.

A jornalista em questão, Nathalia Durval, continua a perpetuar um padrão de discurso sobre a Ásia e a Coreia do Sul ao abordar o grupo de K-pop *Blackpink*. ‘A quebra de regras que ditam o gênero também está nas roupas. Nádegas aparecem nos cliques de “Pink Venom” e “Shut Down”, algo chocante para o público conservador e machista sul-coreano’ (Durval, 2022, par. 08). Uma observação crítica a ser feita é a falta de fundamentação para tal afirmação, a qual parece ser principalmente baseada nos estereótipos pessoais da jornalista. Interessante notar que a mesma autora, em um artigo anterior publicado no mesmo jornal, caracterizou os k-dramas como ‘novelas conservadoras’ e agora utiliza essa afirmação como uma citação para justificar sua nova declaração de que o uso de roupas curtas pelas *idols* é percebido como chocante pelo público sul-coreano. Este exemplo ilustra uma espécie de lógica circular presente na abordagem das produções sul-coreanas e asiáticas em geral, que contribui para a disseminação de um discurso orientalista sobre o país. Mesmo que seja comum que *idols* e mulheres sul-coreanas usem shorts e saias muito curtas, essa informação se torna irrelevante, pois não se encaixa nos estereótipos preconcebidos sobre o país<sup>8</sup>.

---

8. Inclusive a youtuber do canal Coreaníssima já falou sobre o choque que teve após vir morar no Brasil por conta das roupas curtas. ‘Quando cheguei no Brasil não sabia direito como devia me vestir, então usava roupas no estilo coreano: aqui é normal usar vestidos e saias bem curtas! (...)saí na rua com as mesmas roupas de verão da Coreia! Mas comecei a reparar que muita gente buzina! (...) E não era só buzina era assovio também. Como não era a imagem que eu queria passar comecei a usar roupas no estilo brasileiro (Coreaníssima, 2017, 2:55 à 4:09).

Para que não haja dúvidas sobre como essas matérias circulam e acabam criando e reforçando um discurso orientalista sobre a Coreia do Sul é bastante interessante ver como esses argumentos acabam sendo usados e repetidos em discussões que não tem absolutamente nada a ver com k-dramas ou mesmo com seu país de origem. Em um *tweet* do perfil de Pelech (@lanadeholanda) que tem mais de 45.000 seguidores ela diz estar vendo uma ‘onda de puritanismo (...) muito estranha entre os adolescentes. Querem um botão para pular cenas de sexo nas séries e filmes. Alguém sabe se é algo global ou exclusivo do Brasil?’ (*Tweet 1*, figura 1). A própria autora do perfil será a primeira, mas não a única a trazer as produções coreanas para o debate: ‘também vi gente na gringa falando que o k-pop é mega conservador no comportamento, apesar da estética, e isso pode talvez estar influenciando.’ (Pelech, 2022). Foi prontamente respondida pelo perfil *tweet 2* que afirma ‘Acho que tem mais a ver com os vários doramas ultraconservadores que adolescentes têm consumido atualmente’ (*Tweet 2*, figura 02) e mais diretamente pelo perfil *tweet 3*: ‘não lembro se ouvi em podcast ou li em jornal uma notícia falando de produção de novelas estilo coreano aqui no Br e que elas são beem mais recatadas, assim como o kpop. Talvez essa tendência coreana tenha ressoado com o conservadorismo br...’ (@mustajuli, figura 03). Isso demonstra de maneira eficaz como essas notícias e o discurso associado aos k-dramas disseminado por meio delas conseguem alcançar o público brasileiro em geral e também influenciar a forma como essas pessoas irão consumir ou interagir com esse conteúdo. É importante reafirmar que, embora haja frequentes debates sobre os k-dramas sendo classificados como ‘ultraconservadores’, raramente

são fornecidos exemplos concretos que ilustrem quais produções se enquadram nessa categorização.

Resumindo, segundo a matéria veiculada pela Folha de São Paulo, k-dramas são romances caracterizados por uma narrativa misógina, puritana e homofóbica que reflete perfeitamente a cultura sul-coreana. Isso em oposição ao que é produzido no Brasil ou fora da Ásia. Apesar de todas essas afirmações, tanto das partes entrevistadas quanto dos próprios jornalistas, parecem não perceber um paradoxo dentro do texto apresentado. Logo de início o leitor é apresentado às últimas produções de sucesso vindas da Coreia do Sul, na época se tratavam de *Round 6* (Netflix, 2022) e o filme *Parasita* (Jong Bong Ho, 2019). Chama atenção o fato de que ambas as produções parecem contradizer completamente as afirmações feitas ao longo da matéria. Elas não se alinham com o estereótipo de romances leves, ao contrário, apresentam conteúdo sexual explícito, exploram críticas contundentes à sociedade coreana e incorporam cenas de violência extrema.

Curiosamente, esses elementos parecem não ter impacto na persistente caracterização da produção sul-coreana como conservadora, machista e puritana na sua totalidade. Nem mesmo na relação que justifica ela ser assim por ser um perfeito reflexo do que é a sociedade coreana. Quando os títulos são mencionados, isso geralmente ocorre para fazer uma distinção, enfatizando que um k-drama em particular é ‘diferente de todos os outros’. Em grande parte, essas listas consistem em exemplos excepcionais, como poderá ser observado em seguida nas matérias do site da *Jacobin* e da *Rolling Stones*. Essas duas matérias defendem algo em comum. Assim como no caso da Folha de São Paulo partem do pressuposto de que o que define a televisão sul-coreana e

suas produções são romances, que tem um viés conservador, puritano e higienizado e mostram uma sociedade perfeita e sem conflitos. No entanto essas duas matérias trarão um ponto novo. A ideia de que a Netflix, e por consequência a influência ocidental, estaria de alguma forma mudando esse cenário para melhor e trazendo narrativas críticas e realistas onde antes não havia nenhuma.

A matéria da *Rolling Stones* já traz no título e subtítulo uma série de afirmações categóricas sobre os k-dramas: ‘Extracurricular: como drama coreano +18 na Netflix foge de todos os padrões de séries adolescentes do país. Os doramas são conhecidos pelas histórias de amor puras e inocentes, mas Extracurricular entrega violência, prostituição e assédio’ (Guimarães, 2020). Novamente diz que os k-dramas são conhecidos pelas histórias de ‘amor puro e inocentes’. É o tipo de frase que como foi abordado anteriormente se tornou um aposto invariável sempre que os k-dramas são citados. Ainda que nesse caso, como na maior parte deles, não será abordada nenhuma dessas supostas narrativas ‘tão comuns’, mas sim uma que supostamente quebra com as tendências desse meio. Logo em seguida, a autora dessa matéria vai complementar aquilo que já vimos no título: ‘A Coreia do Sul pode estar décadas na frente dos outros países no quesito tecnológico, mas ainda é muito ultrapassada em certas questões sociais’ (Guimarães, 2020, par. 01). Essa posição está longe de ser única, ao contrário, é mais um dos lugares comuns que podem ser destacados nas notícias sobre os k-dramas e vai ao encontro do chamado tecno-orientalismo. O termo ‘tecno-orientalismo’ foi cunhado por Kevin Morley e David Robins em 1995 no texto *Japan Panic* (Morley & Robins, 1995). É um conceito criado a partir daquele originalmente proposto por Said em



Orientalismo, mas que investiga o fenômeno de imaginar a Ásia e os asiáticos em termos hiper tecnológicos em representações literárias, cinematográficas e de novas mídias. Também examina criticamente o estereótipo dos asiáticos como sendo ao mesmo tempo tecnologicamente avançados e intelectualmente primitivos, necessitando desesperadamente da conscientização ocidental para se desenvolverem’ (Roh et al., 2015). E as comparações não param de ser feitas:

As séries adolescentes sul-coreanas são conhecidas pelo conservadorismo nas relações amorosas, apresentando uma visão de mundo inocente e pura. Se o casal protagonista der um beijo no último episódio, considere-se sortudo, pois alguns terminam apenas com um abraço ou uma caminhada de mãos dadas. (Guimarães, 2020, par. 03)

No entanto, Extracurricular prova que as coisas estão mudando. O dorama (como são chamados os dramas coreanos) trata de questões sociais importantes, muitas vezes colocando o espectador em uma posição desconfortável e estimulando um debate moral sobre quem é vilão e quem é vítima. (Guimarães, 2020, par. 04)

Aqui se unem tanto uma visão misógina sobre o conteúdo dos romances ou aquele voltado para o público feminino quanto orientalista<sup>9</sup>. A ideia não é apenas contrapor-se à noção difundida como verdade absoluta de que os k-dramas coreanos são isentos de violência extrema (algo que na realidade é bem comum nessas produções) ou conteúdo

---

9. Para quem estava acostumado com personagens femininas tímidas e manipuláveis, Extracurricular é chocante. A série não poupa nos xingamentos e MinHee e GyuRi estão entre as mais agressivas. (Guimarães, 2020, par. 16). Quem estaria acostumado? A autora parte do pressuposto de que é uma característica definidora dos k-dramas esse tipo de representação feminina mesmo não oferecendo nenhum exemplo. Um dado importante e nunca mencionado em todas essas reportagens é o fato de que mais de 90% das roteiristas dos k-dramas são mulheres e como isso pode influenciar as narrativas produzidas por lá (Broadcast Writers Union, 2018).

sexual (menos comuns, porém existentes), mas de que essas duas coisas de alguma forma signifiquem, como é geralmente entendido, que uma produção é mais crítica, ‘realista’, séria ou melhor por conta de possuir esses conteúdos. Caso fosse verdade, Hollywood seria hoje a maior produtora de mídia socialmente crítica do mundo. Inclusive muitas vezes, pode-se até dizer que em grande parte delas, o uso da violência extrema e conteúdo sexual explícito pode estar relacionado a produções francamente conservadoras e mesmo reacionárias.

Por que esse conceito de tecno-orientalismo, apesar de ter surgido nos anos 90 continua hoje fundamental para pensar nas representações do leste-asiático no Ocidente e nas suas áreas de influência? O termo surgiu justamente em um momento em que o Japão ocupava um lugar de destaque no mundo, na expectativa de superar os EUA como maior economia e com uma presença cultural também marcante. Com esse conceito queriam explorar porque ‘naquele momento histórico esse “Outro” em particular deveria ocupar tanto espaço e uma posição ameaçadora no imaginário Ocidental’ (Morley & Robins, 1995. p. 147).

O mesmo pode ser dito atualmente sobre a Coreia do Sul. Não do ponto de vista econômico, mas da capacidade que sua indústria cultural está tendo em penetrar em um campo antes completamente dominado pela hegemonia cultural americana. As palavras usadas para descrever naquele período os japoneses são muito parecidas com o que hoje usam para descrever a indústria cultural coreana como um todo. A ideia de robôs sem alma ou imaginação simplesmente seguindo ordens e numa eterna repetição, tudo isso envolto pela aura sinistra dos inúmeros textos sobre ‘o lado escuro do k-pop’, mas que também vale para os k-dramas.

Isso fica bastante explícito na matéria publicada na revista Jacobin. Com o título ‘A televisão coreana está no meio de um renascimento radical’ (Jeong, 2022), o autor propõe a tese de que a entrada maciça da Netflix na produção de k-dramas mudou completamente o cenário estagnado que caracterizaria esse meio até então<sup>10</sup>.

As ligações inextricáveis entre a televisão e seus interesses comerciais reduziram o meio a um melodrama onde os personagens são simétricos, a violência é sem sangue e o amor é sem luxúria. O elenco para shows raramente é meritocrático, mas sim uma porta giratória de cantores e celebridades em voga (referidos como *idols* na Coreia). Com produtos patrocinados por grandes marcas, os *idols* representam uma imagem da televisão como uma extensão do espírito capitalista coreano (Jeong, 2022, par. 9).

A Netflix e outros serviços de streaming removeram o albatroz da regulamentação estatal da televisão coreana contemporânea. Uma mudança da cultura pop higienizada, refletindo como o Estado coreano deseja apresentar seu país, acompanhou esta mudança da tela de celular ao notebook. O resultado é o florescimento de narrativas mais radicais que confrontam as realidades da nação (Jeong, 2022, par. 4).

Se é verdade que a TV sul-coreana tem uma série de limitações sobre o que pode ou não ser mostrado, aliás limitações que podem mudar de acordo com o local, mas que existem em quase todos os países do

---

10. É importante notar que essa matéria da Jacobin é a única que não vê o suposto ‘conservadorismo’ dos k-dramas como algo ‘intrínseco’ à sociedade coreana. ‘A forma previsível e o estilo polido dos K-dramas não são uma expressão natural da cultura coreana, eles são produtos de rígidas leis da censura de transmissão’. (Jeong, 2022, par.10). Mesmo assim as afirmações e conclusões feitas ao longo do texto são idênticas as que chegaram os outros jornalistas e com um adendo: colocar a Netflix como a grande libertadora das produções do país.

mundo, e é altamente regulada e que o governo sul-coreano tem um grande interesse em favorecer certas narrativas sobre o país, assim como acontece no resto do mundo sendo um dos maiores exemplos as relações entre governo americano e Hollywood (Alford & Secker, 2017). Isso não quer dizer que não se tenha produzido até hoje uma infinidade de seriados altamente críticos, subversivos e contestadores e que isso não tenha sido uma constante há muito tempo, reiterando que não há relação entre ser crítico e a quantidade de violência ou sexo contidas nessas produções como o autor da publicação da Jacobin parece inferir. Isso porque a indústria cultural sul-coreana também é um espaço de disputas no qual existem uma miríade de posições diferentes e contraditórias.

Podemos, por exemplo, falar sobre *Coffee Prince* (MBC, 2007) que se tornou um clássico dos k-dramas e fez um imenso sucesso não só na Coreia do Sul, mas em toda a Ásia e que trouxe uma discussão sobre homossexualidade, questões de gênero e de classe que se mantém interessante ainda hoje. Ou de *Vida Incompleta* (TVN, 2014) que retrata a vida dos trabalhadores de escritório e é uma ótima reflexão sobre como a meritocracia não passa de uma fantasia usada para justificar as desvantagens estruturais e a exploração do trabalho, ou *Pinochio* (SBS, 2014) uma comédia romântica que é também uma das melhores análises sobre mídia de massa, opinião pública, controle da mídia e os interesses econômicos que as determinam. Assim como outro romance, *A Historiadora* (MBC, 2019), k-drama de época que traz belas discussões sobre o lugar da mulher na sociedade, sem esquecer também das questões de classe. *King of Pigs* (TVING, 2022), um thriller sobre as consequências do bullying extremo e de como é um problema sistêmico que tem consequências duradouras. Ou recentemente “Na Beira da Insanidade”

(MBS, 2021) que sem possuir uma única gota de sangue consegue ser mais violento que *Round 6* (Netflix, 2021) ao expor sem metáforas toda a crueldade da exploração capitalista e seu funcionamento. Esses são apenas poucos exemplos, que obtiveram amplo sucesso de audiência na Coreia do Sul, das inúmeras produções semelhantes, tanto antigas quanto recentes, produzidas e transmitidas por canais coreanos e que, independente do gênero a qual pertencem, trouxeram uma abordagem altamente crítica da sociedade e que expõem a falácia dos discursos reducionistas que se tornaram senso comum sobre os k-dramas.

É talvez ainda mais complicado, para não dizer apologético e falso, afirmar que grandes corporações midiáticas americanas como a Netflix são lugares de liberdade criativa e não possuem restrições, censuras e que oferecem o que a TV sul coreana não pode oferecer devido ao “intervencionismo” a qual está sujeita. É o velho discurso liberal de que o mercado e as grandes corporações (ocidentais) são as únicas que podem oferecer verdadeira liberdade criativa e sem amarras, uma grande falácia que esconde as amarras bastante apertadas do capitalismo. E não deixa de ser irônico que tal posição venha a ser veiculada justamente em uma revista que diz ser ‘a voz destacada da esquerda radical no mundo’. Quando se faz essa comparação, inevitavelmente fica implícito que a mídia produzida no Ocidente tem um grau de liberdade e neutralidade maior que jamais poderá ser atingido fora dele.

No entanto é curioso que essa liberdade tão falada nas matérias e artigos sobre os seriados coreanos produzidos exclusivamente pela

Netflix<sup>11</sup> não apareça em nenhuma declaração ou comentário feito pelos responsáveis diretos dessas produções, isto é, pelos diretores e roteiristas sul-coreanos. Nas inúmeras entrevistas dadas nenhum deles cita uma maior liberdade de criação na Netflix daquela já possuída anteriormente. Recentemente o CEO da *Astory*, uma das maiores produtoras da Coreia do Sul e dona do último sucesso mundial da plataforma, “Uma Advogada Extraordinária” (ENA, 2022), disse em entrevista (*TheKoreaTimes*, 2022, par. 2) que recusou a oferta de ter essa série como um original Netflix. Segundo ele a perda dos direitos autorais da obra, que é obrigatória no caso das produções originais da plataforma americana, fez com que a empresa escolhesse uma rede de TV local (ENA) que permite contratos mais flexíveis, e apenas vendesse os direitos internacionais de transmissão mantendo controle total sobre a propriedade intelectual do k-drama. Curiosamente ao ouvir o que os diretores sul-coreanos que trabalharam com a Netflix estão dizendo o panorama que se forma é bem diferente. Em um artigo bastante interessante, publicado pelo *Daum.net*, um dos portais de internet mais populares da Coreia vários diretores falam sobre a experiência de trabalhar com a Netflix. E as declarações não poderiam ser mais diferentes do que aquelas reproduzidas sobre a plataforma de *streaming* americana na mídia brasileira.

A matéria do *Daum.net* enfatiza que a Netflix é famosa por supostamente não interferir na produção das séries depois de liberar sua produção, mas diz que isso vale apenas enquanto os custos do projeto estão dentro do esperado (Kim, 2022, par. 2). Segundo essa mesma

---

11. Como nesse trecho da revista *Cosmopolitan*, ‘(...) outra coisa que se percebe nos originais Netflix é a liberdade criativa que vem com a sua produção. Os personagens podem xingar à vontade e a série pode mostrar sangue e gore que são de outro nível’ (Tamondong, 2022, par. 3).

reportagem, observa-se que, diferentemente das produtoras coreanas que usam fundos reserva para cobrir os custos e preservar a visão dos diretores, a Netflix adota uma abordagem que impõe multas significativas no caso dessas produções ultrapassarem o limite previsto. Isso leva a uma série de consequências. O diretor Yoon Jong-bin, de *Narcos-Saints* (Netflix, 2022), precisou gravar muitas cenas sem mesmo terem sido ensaiadas antes para poder manter o custo inicial de produção e não ter prejuízo (Kim, 2022). Ao contrário do diretor de *All of Us Are Dead*, (Netflix, 2022) que preferiu pagar a multa da Netflix e lucrar apenas 300,000 won<sup>12</sup> segundo o jornal ‘por ter um coração mole e não precisar cortar as tramas dos personagens secundários da narrativa’. (Kim, 2022, par.6). Contrariando mais uma vez a narrativa consensual vista na imprensa ocidental e brasileira um CEO de uma companhia de filmes disse ser necessário ‘promover mais o apoio à visão criativa dos diretores sob pena de logo perderem a qualidade tão conhecida do k-dramas’ (Kim, 2022, par. 8). O que reforça a ideia de que toda a exaltação do caráter libertário da Netflix tem muito mais a ver com uma auto idealização e chauvinismo ocidentais e a reprodução de discursos estereotipados e preconceituosos acerca do Oriente.

## Conclusão

Com o sucesso cada vez maior de produções asiáticas numa escala global surge a possibilidade de outras narrativas que fogem da lógica ocidental e que vão além daquelas forjadas sob o domínio do

---

12. Valor que equivale a menos de \$250,000 dólares. Considerando que esse k-drama foi mais uma das grandes revelações da plataforma e se tornando a quinta série em língua estrangeira mais vista da história da Netflix.

imperialismo cultural americano. Com isso há também o potencial para questionar os discursos e mitos propagados junto dessa hegemonia que são naturalizadas e se tornam verdades absolutas sobre o mundo (Albuquerque & Cortez, 2015). No entanto viu-se que um maior interesse nos k-dramas não gerou necessariamente um empenho similar em conhecer melhor a cultura e história daquela sociedade, suas disputas e contradições. Isso só poderá acontecer caso a interação com essas produções rompa com os discursos orientalistas que ainda dominam a recepção dos k-dramas e das produções asiáticas em geral.

Para reafirmar, não se trata aqui de argumentar que não haja críticas a serem feitas às produções coreanas ou mesmo que elas não estejam permeadas das problemáticas apresentadas nesse artigo, sejam elas interesses econômicos, pressão estética, interferência governamental, machismo, etc., mas de recusar a forma abertamente racista de tratá-las como se fossem a totalidade dessas produções ou questões específicas ao país e das produções asiáticas e não próprias da indústria cultural como um todo.

É fundamental, superar e se contrapor à uma visão orientalista de mundo que supõe que o Ocidente seja o único capaz de produzir e criar um ambiente propício à produção de obras críticas, inovadoras e radicais. E seja capaz de olhar as produções asiáticas de uma forma não condescendente e que ao mesmo tempo tenha uma visão menos ingênua em relação às produções ocidentais. Fugindo da armadilha liberal e rompendo com mitos e discursos de seu excepcionalismo que funcionam ainda hoje como uma das formas de dominação e hegemonia ocidentais e que ainda são corriqueiros mesmo dentre aqueles críticos à essa visão e até mesmo na academia.



## Referências

- Albuquerque, A., & Cortez, K. (2015). Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo-Oriente. In *Cultura Pop* (pp. 247-268). Editora Edufba.
- Alford, M. & Secker, T. (2017). *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood*. Editora CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Almeida, N. (2019). *O Fenômeno Hallyu e as Práticas Interacionais dos Fãs Brasileiros no Contexto do Processo do Soft Power da Coreia Do Sul* [Tese de Mestrado, UFPB].
- Baudinette, T. (2023). *Boys Love Media in Thailand: Celebrity, Fans, and Transnational Asian Queer Popular Culture*. Bloomsbury Publishing.
- Broadcast Writers Union. (2018, 28 novembro). 2018 Conduct of fact-finding survey on maternal rights for broadcast writers: “94.6% of broadcast writers are women, but what about maternal rights ...?!”. [http://www.writersunion.kr/bbs/board.php?bo\\_table=news1&wr\\_id=16&sfl=wr\\_content&stx=94.6&sop=and](http://www.writersunion.kr/bbs/board.php?bo_table=news1&wr_id=16&sfl=wr_content&stx=94.6&sop=and)
- Cann, V. (2015). Girls and Cultural Consumption: ‘Typical Girls’, ‘Fangirls’ and the Value of Femininity. In H. Savigny, & H. Warner (Eds.), *The Politics of Being a Woman: Feminism, Media and 21st Century Popular Culture* (pp. 154-174). Palgrave Macmillan.
- Coreaníssima. (2017, 18 maio). *Andar Pelado, Fio Dental e Buzinada: Coisas que me chocaram no Brasil* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=X0kMyJyDsic&t=182s>

- Drama Beans (missvictrix). (2021, 28 agosto). *D.P.: Episodes 1-2 (Review)*. <https://www.dramabeans.com/2021/08/d-p-episodes-1-2-review/>
- Durval, N., & Martins, P. (2022a, 04 julho). Por que doramas e k-dramas, as novelas conservadoras da Ásia, viraram febre no Brasil. *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/07/por-que-doramas-e-k-dramas-as-novelas-conservadoras-da-asia-viraram-febre-no-brasil.shtml>
- Durval, N., & Martins, P. (2022b, 05 maio). BBB sem sexo e com caso de suicídio, reality shows da Ásia são avesso do formato. *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/05/bbb-sem-sexo-e-com-caso-de-suicidio-reality-shows-da-asia-sao-avesso-do-formato.shtml>
- Durval, N. (2022, setembro 19). Como Blackpink tem se afastado do k-pop com palavras em ‘Born Pink’. *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/09/como-blackpink-tem-se-afastado-do-k-pop-com-palavroes-em-born-pink.shtml>
- Gerrard, Y. (2022). Groupies, Fangirls and Shippers: The Endurance of a Gender Stereotype. *American Behavioral Scientist*, 66(8), 1044–1059.
- Gibson J. (2019). How K-pop Broke the West: An Analysis of Western Media Coverage from 2009 to 2019. *International Journal of Korean Studies*, XXII(2), 24-46.
- Guimarães, C. (2020, 11 julho). Extracurricular: como drama coreano +18 na Netflix foge de todos os padrões de séries adolescentes do país. *Rolling Stone*. <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/>

extracurricular-como-drama-coreano-18-na-netflix-foge-de-todos-os-padroes-de-series-adolescentes-do-pais/

Jeong, J. (2022, abril 08). A televisão coreana está no meio de um renascimento radical. *Jacobin Brasil*. <https://jacobin.com.br/2022/04/a-televisao-coreana-esta-no-meio-de-um-renascimento-radical/>

Kim, B. (2022, 12 setembro). Is Netflix truly educating Korean directors? *In the news*. <https://v.daum.net/v/20220912150043697?f=m>

Lyan, I. (2023). Shock and Surprise: Theorizing the Korean Wave Through Mediatized Emotions. *International Journal of Communication*, 17, 29-51.

Morley, D. & Robins, K. (2002). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Taylor & Francis e-Library.

Park J. Y., & Lee A. (2019). *The Rise of K-Dramas: Essays on Korean Television and Its Global Consumption*. McFarland & Company, Inc.

Pelech, L. H. (@lanadeholanda). (2022, 19 julho). *Pode ser. Também vi gente na gringa falando de que o k-pop é mega conservador no comportamento, apesar da estética, e isso pode talvez estar influenciando* [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/lanadeholanda/status/1549001377870929920?t=M8bNzG6aCaHaBdzhM7NHC-g&s=09>

Queiroga, L. (2022, janeiro 30). Confira 20 K-dramas mais assistidos no Brasil em 2021. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/cultura/confira-20-dramas-mais-assistidos-no-brasil-em-2021-25373421>

- Radway, J. (1991). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. University of North Carolina Press.
- Roh, D., Huang, B., & Niu, G. (2015). *Techno-Orientalism: Imagining Asia in Speculative Fiction, History, and Media Series: Asian American Studies Today*. Rutgers University Press.
- Rosa, D. (2019). *O que os K-dramas querem?* UFRS/Instituto de Artes. Porto Alegre.
- Said, E. (2011). *Cultura e Imperialismo*. Companhia de Bolso.
- Said, E. (2012). *Orientalismo: O Oriente como Invenção do Ocidente*. Companhia de Bolso.
- San Diego, A. (2018). *K-Pop Orientalism: US Cultural Imperialism in Korean Popular Music from 1954 to 2018*. Department of East Asian Studies University of Alberta.
- Tamondong, H. (2022, 24 abril). The \*Very Best\* Netflix Original K-Dramas That You Shouldn't Skip. *Cosmopolitan*. <https://www.cosmo.ph/entertainment/netflix-original-korean-dramas-a4575-20220424-lfrm>
- TheKoreaTimes. (2022, 31 agosto). *Extraordinary Attorney Woo 'studio rejects Netflix's offer for original series*. [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/09/688\\_335344.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/09/688_335344.html)
- Voss, M. (2015, 14 janeiro). South Korean soap operas more popular than telenovelas in Cuba. *CGTN*. <https://america.cgtn.com/2015/01/14/south-korean-soap-operas-more-popular-than-telenovelas-in-cuba>

## Figuras

### Figura 1

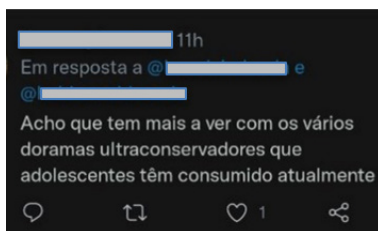
#### *Tweet 1*



*Nota.* Usuário 1 – 18/07/22

### Figura 2

#### *Tweet 2*



*Nota,* Usuário 2 – 18/07/22

## Figura 3

### *Tweet 3*



*Nota.* Usuário 3 – 18/07/22

# A CREDIBILIDADE DO TELEJORNAL POSTA À PROVA: ANÁLISE DA REPERCUSSÃO DE UM TESTEMUNHO NO QUADRO “AQUI DENTRO”, DO JN

*Luciana Moraes<sup>1</sup>*  
*Cláudia Thomé<sup>2</sup>*

O atual ecossistema midiático, desde a *web 2.0*, provocou uma mudança de comportamento do indivíduo, alterando seu papel na lógica comunicacional, de um lado emissores e do outro receptores, agora ocupando as duas posições, permitindo que a produção da informação seja participativa, tanto no telejornal quanto para sites de notícias e redes sociais, o que não exclui que seja realizado um filtro por parte do profissional.

- 
1. Doutoranda em Comunicação no PPGCOM/UFJF.  
[luciana.morais@estudante.ufjf.br](mailto:luciana.morais@estudante.ufjf.br)
  2. Pós-doutora em Comunicação e Cultura (pelo PPGCOM/UFRJ).  
Professora associada da Facom/UFJF e prof. permanente do PPGCOM/UFJF.  
[cthomereis@gmail.com](mailto:cthomereis@gmail.com)

Em sua obra, “*We, the media*”, Dan Gilmor relata a participação do público, em seus *weblogs*, com publicações sobre o 11 de setembro nos EUA, atuando como jornalistas-cidadãos, pessoas sem formação técnica em jornalismo. Além deste mega acontecimento, outros fenômenos também tiveram adesão de indivíduos atuando como jornalistas, como o caso da Mídia Ninja no Brasil, em 2013, em meio às manifestações de junho contra o aumento das tarifas do transporte público. Com o advento tecnológico, qualquer pessoa com um sinal de internet e suporte de publicação interfere no processo comunicativo.

A avalanche informativa que advém desse modelo tecnológico traz uma nova configuração na produção e no consumo de conteúdo noticioso. Segundo Castilho e Fialho (2009), antes da internet a imprensa se configurava como meio de conhecimento, porém, como os autores pontuam, depois da crescente quantidade de informação gerada, compartilhada e consumida, “a imprensa deixou também de ser referência obrigatória em matérias de notícias” (Castilho & Fialho, 2009, p. 128). Entretanto, segundo Becker (2016) “os telejornais ainda são uma extraordinária e poderosa fonte de informação, mesmo sob os impactos da convergência e das redações integradas” (Becker, 2016, p. 31).

No caso do telejornalismo, vemos o quanto a transmidialidade e a convergência (Jenkins, 2009) alteraram as coberturas, com participação mais ativa dos profissionais se utilizando de opinião, revelando a intimidade daqueles que fazem a notícia (Musse, 2015; Musse & Thomé, 2016; Thomé & Miranda, 2016). A estratégia de subjetivação no telejornalismo (Becker & Thomé, 2022; Thomé, 2021) se fez presente de forma intensa durante a cobertura da pandemia da Covid-19: “Ao oferecer informações confiáveis para o enfrentamento da pandemia



baseadas na ciência, o jornalismo televisivo passou a intensificar o uso de emoção, vivências e testemunhos de jornalistas e de cidadãos anônimos como atributos de autenticidade”. (Becker & Thomé, 2022, p. 14)

Durante a cobertura da pandemia, o Jornal Nacional, da Rede Globo, adotou estratégias de aproximação com o público, incluindo em suas edições relatos pessoais em testemunhos carregados de emoção (Thomé, 2021), tanto de profissionais quanto de anônimos. No dia 11 de maio de 2020, o JN estreou o quadro “Aqui Dentro”, no qual profissionais da área da saúde testemunharam, em vídeo produzido por eles, e enviados à emissora de forma colaborativa<sup>3</sup>, como era a rotina de trabalho e suas percepções sobre a pandemia da Covid-19.

Durante a exibição deste quadro, o JN cometeu um erro (corrigido após tomar conhecimento do ocorrido) ao apresentar uma médica emergencista. O âncora, ao introduzir quem era a profissional que daria o depoimento, não deixou nítido ao telespectador que a profissional apenas prestava serviço e não era funcionária do hospital de onde foi gravado o vídeo, além disso seu testemunho não era direcionado a instituição quando ela mencionou a falta de equipamentos de proteção individual (EPIs). Tal situação deu a entender que a unidade hospitalar não tinha os EPIs. Porém, em nenhum momento a médica, ao relatar a falta de instrumentos de proteção, fez referência àquele local. Desta forma, o hospital se pronunciou em suas redes de comunicação dizendo que o depoimento dado ao telejornal nacional não correspondia à verdade. A partir disso, sites de notícias e redes sociais de políticos ligados à

---

3. Os jornalistas das praças afiliadas da Rede Globo conseguiam esse produto audiovisual por meio de uma solicitação ao profissional da área da saúde e depois enviava o vídeo em seu formato bruto para o Jornal Nacional. A edição do vídeo, ou seja, o que seria exibido era decidido pelo telejornal da rede.

extrema direita no Brasil repostaram esse fato, aproveitando a brecha para outras interpretações e apontando o Jornal Nacional como mentiroso.

Em vista disso, o corpus de análise deste artigo compreende duas edições do Jornal Nacional, dos dias 22 e 25 de maio de 2020, a partir da Análise Televisual (Becker, 2016). Busca-se entender de que forma um erro na divulgação de uma informação deste quadro potencializou que sites de notícias e redes sociais aproveitassem para dar uma outra conotação sobre o noticiado, fomentando a divulgação de *fake news* (Bucci, 2022) e a desinformação na internet. O presente trabalho é fruto de pesquisa acadêmica no PPGCOM da UFJF, realizada em paralelo com uma observação direta do caso, uma vez que a primeira autora atua como produtora e editora de Rede da TV Integração, afiliada da Rede Globo.

### **O testemunho no quadro “Aqui Dentro” do Jornal Nacional**

Conforme amplamente reconhecido, os telejornais locais têm um sistema organizacional da informação, visto que um dos seus objetivos é “atender as demandas da sua localidade e a partir do momento que determinado acontecimento pode afetar pessoas para além da região abrangente, a notícia deixa de ser local” (Morais, 2022, p. 18). A partir deste conceito, a TV Globo trabalha de forma hierarquizada com suas afiliadas, visto que o jornalismo das praças atende a rede nacional compondo um Núcleo de Rede, contribuindo para que notícias locais e regionais tenham alcance e visibilidade em outras localidades. Nos primeiros dois meses da pandemia, o Brasil era o segundo país com mais casos confirmados de Sars-Cov-2, atrás apenas dos Estados Unidos.

A pedido do JN, o Núcleo Rede da TV Integração de Juiz de Fora contribuiu com a seleção<sup>4</sup> de vídeos de médicos, enfermeiros, nutricionistas, apoio administrativo, profissionais de limpeza, entre outros, testemunhando como eram suas rotinas em meio a situação pandêmica para o quadro “Aqui Dentro”, veiculado no JN, conforme já citado. O material audiovisual enviado ao telejornal por e-mail, em sua íntegra, tinha duração de até um minuto, além de dados adicionais contendo o nome completo, função, hospital de atuação e estado do profissional que era apresentado. Essas informações eram exibidas anteriormente ao vídeo pelos apresentadores e, em seguida, entrava uma vinheta do quadro e o testemunho. Leiroz e Sacramento (2021), em relação especificamente a esta produção do JN, afirmam que “o testemunho, ao impregnar a narrativa pessoal com a lógica da exemplaridade, configura sua autenticidade pela própria experiência narrada” (Leiroz & Sacramento, 2021, p. 395).

Por um lado, o testemunho com o poder de contextualizar o que significava sair de casa em um momento conturbado do ponto de vista sanitário, não foi exibido de forma linear, isto é, a produção audiovisual recebeu cortes de edição em determinados trechos, adequando as limitações de tempo do telejornal. A gravação feita pela médica relatando o que ela presenciava foi feita de um hospital localizado na cidade da Paraíba do Sul, no estado do Rio de Janeiro, onde ela realizava plantão. Além da gravação foi enviada à rede nacional as informações de atuação da médica.

---

4. A rede nacional demanda o Núcleo Rede das afiliadas com pedidos de materiais e neste caso, a seleção dos vídeos foi uma contribuição para o quadro “Aqui Dentro”.

Nesse âmbito, o objetivo do quadro era informar o telespectador sob o ponto de vista do testemunho. A luz deste pensamento, Ribeiro e Sacramento (2020) expõem sua ligação com as tecnologias da cultura da mídia, na qual as narrativas pessoais imperam cada vez mais em diversos programas, como os televisivos. Para os autores, “mais do que apenas um instrumento político usado pelos indivíduos, o testemunho é uma prática que cria novas preocupações, compromissos e identidades” (Ribeiro & Sacramento, 2020, p. 60). Ademais, os pesquisadores elucidam que o testemunho se torna um instrumento para que emissoras de televisão explorem as narrativas em primeira pessoa, trazendo o telespectador para mais perto da notícia, possibilitando uma familiaridade entre ambos.

O encontro da experiência narrada com a experiência vivida numa mesma pessoa e a revelação pública em detalhes dos acontecimentos conferem autenticidade a essa narrativa, acrescido, no caso da televisão, - e isso não é trivial à presença corpórea do enunciador pela audiovisualidade. A entrevista audiovisual permite que o espectador ouça e veja alguém falar, seu corpo, olhar, gestos, semblante, voz. Nesse sentido, a televisão produz efeito de presença, de proximidade e intimidade. (Ribeiro & Sacramento, 2020, pp. 130-131)

Neste sentido, o telejornal utilizou como estratégia narrativa a participação do telespectador como forma também de certificação jornalística (Reis, 2015; Thomé, Piccinin & Reis, 2020), em um momento de tantos ataques à imprensa, da cobertura que vinha sendo feita, com crescente número de casos notificados e mortes pela doença. A situação era de extrema gravidade, afinal com pouco mais de sessenta dias de pandemia, o Brasil contabilizava mais de 29 mil mortos, e o jornalismo

precisava noticiar e ainda provar que tudo isso era verdade, frente a discursos que desacreditavam o noticiário e relativizavam a doença.

Antes mesmo da pandemia, Musse e Thomé (2016) já detectavam a presença da narrativa em primeira pessoa no telejornalismo como uma consequência da transformação tecnológica, na qual a própria relação dos profissionais de TV se alterava com o público, sobretudo nas redes sociais. Tal reconfiguração da narrativa jornalística perpassa uma série de fatores tais como relações trabalhistas, conduta editorial, pesquisas de audiência, fatores que fazem com que o enquadramento da notícia seja mais subjetivo, editorializado e engajado (Reis & Thomé, 2022). Apesar destes apontamentos se referirem à condição do profissional e sua atuação direta com o público, refletem também as novas construções dos produtos televisivos, permeados pela subjetividade, emoção, confissões no telejornalismo (Becker & Thomé, 2022; Reis & Thomé, 2022; Thomé, 2021).

Como aponta Castilho e Fialho (2009) a produção colaborativa de informação remonta desde o período da imprensa e a informação contemporânea não é mais vista como espelho da realidade cotidiana, pois a evolução tecnológica trouxe a possibilidade da circulação da notícia, tirando a condição da imprensa o poder de custódia da informação, o que implica dizer que “não existe mais a objetividade absoluta e que, portanto, a imprensa não pode mais se apresentar como a guardiã dessa objetividade” (Melucci, 1996, p. 226). Adicionalmente ao que esclarecemos sobre essa abordagem jornalística, o desencadeamento a seguir preconiza a importância da divulgação da informação e a teorização do conceito de desinformação, que por muitas vezes foi amplamente utilizado como sinônimo de *fake news* no auge da Covid-19.

## **O equívoco na edição do JN e o efeito dominó que alimentou as fake news**

No dia 22 de maio, como explicado no início do artigo, o quadro “Aqui Dentro” veiculou o depoimento de uma médica emergencista sobre sua percepção em relação à rotina de trabalho durante os primeiros meses de pandemia, que em muitas cidades brasileiras e do mundo foram marcadas pelo isolamento social. Em depoimento a médica contou

Hoje eu vivo um dos momentos mais difíceis da minha profissão, sem sombra de dúvidas, eu já perdi pacientes meus, que me doeu muito, tenho medo de perder mais. É uma coisa que foge das minhas mãos, claro. Mas que machuca muito. É muita falta de informação ou excesso de informação errada que atrapalha muito nosso serviço também sem sombra de dúvidas. Lido com a dificuldade dos equipamentos de proteção individual, que continua, que estão em falta, que falta pra mim, por vezes falta para os enfermeiros, pros técnicos. Não tem como a gente não pensar no outro nesse momento, não sofrer pelo outro nesse momento. Por isso eu peço que se cuidem, tô aqui sempre por vocês, espero que esteja aí por mim. Um beijo. (JN, 2020)

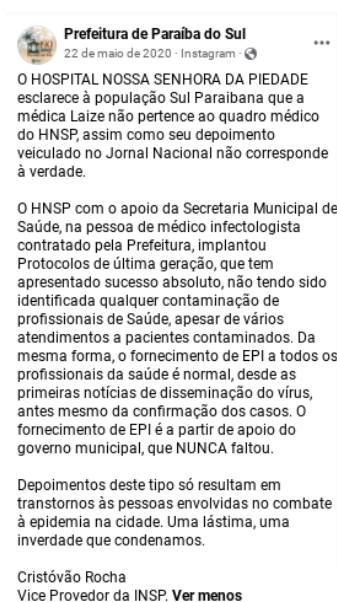
Em vista disso, o hospital o qual ela prestava serviço postou uma nota afirmando que os apontamentos não condiziam com a realidade do hospital e que ela não fazia parte do quadro de funcionários. Entretanto, a profissional relatou de forma genérica as condições de trabalho nesse período pandêmico. Nesse sentido, sites de notícias e políticos postaram que o quadro do telejornal veiculou uma informação falsa. Com todos esses rumores, o Jornal Nacional se pronunciou em nota na edição seguinte

Todo dia nós dizemos aqui que o nosso objetivo é oferecer um espaço para que os profissionais falem de si, do que eles sentem, do que eles tem feito pelos pacientes. Enfim, para que eles dividam essa experiência intensa com todos os brasileiros. Mas na última sexta-feira nós cometemos um erro na edição deste quadro. Porque a médica Laize Andrade que nos deu depoimento aquele dia contou que ela e colegas enfrentam problemas com a falta de equipamentos de segurança. A doutora Laize é emergencista, ela atende pacientes em diversos hospitais dos estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais também. Quando ela gravou o depoimento dela por exemplo, ela estava em plantão no hospital Nossa Senhora da Piedade que fica em Paraíba do Sul, que fica no estado do Rio. É um hospital para o qual ela estava prestando serviços naquele dia como emergencista. Ela não é funcionária fixa de lá. Mas a médica falava dos problemas de forma genérica, ela não estava falando especificamente daquele hospital como nós demos a entender. O problema que desde o início desta série a gente sempre apresenta o nome do profissional vinculado ao local de trabalho dele. E foi o que a gente fez na sexta-feira. Só que, como eu disse, a doutora Laize trabalha em vários lugares diferentes e especificamente aquele hospital em que ela gravou não tem os problemas que foram relatados. E esse foi o nosso erro. É por essa razão que o Jornal Nacional pede desculpas à doutora Laize é claro, ao Hospital Nossa Senhora da Piedade e a todos os telespectadores (Nota de retratação lida pelo apresentador William Bonner, disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8579329/>, a partir da minutagem 31:34).

A partir desta conjuntura, no momento que a médica emergencista foi apresentada não é exposto ao público que ela apenas prestava serviço naquela instituição, gerando um equívoco por parte do telejornal, permitindo que fosse compreendido que a profissional tinha um contrato de trabalho com a instituição, o que não era fato. O hospital se pronunciou em suas mídias como mostra a Figura 1 e a partir disso, sites de notícias e políticos se aproveitaram da situação para criar uma mentira sobre o caso.

## Figura 1

### *Publicação da instituição hospitalar sobre o testemunho da médica*



Prefeitura de Paraíba do Sul (2020).

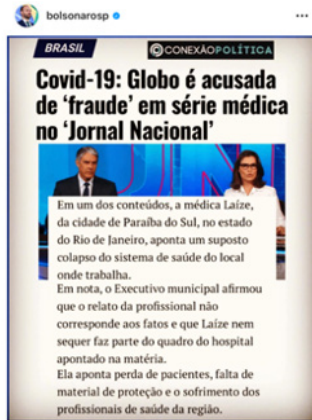
A informação errada foi corrigida dois dias depois<sup>5</sup>, porém, deu espaço para propagação de *fake news* e, conseqüentemente, gerar desinformação nas redes sociais e sites de notícias, como vemos nas Figuras 2 e 3. Segundo Bucci (2022) a desinformação “envolve como conceito a má intenção, o projeto de obter vantagem indevida, econômica ou política, lesando direito de outras pessoas” e acentua que ela é “o perfeito oposto de tudo aquilo que entendemos por informação”.

5. O caso ocorreu numa sexta-feira, dia 22/05, e na edição seguinte do telejornal, segunda-feira, dia 25/05 foi feita a retratação.



## Figura 2

*Post apontando o Jornal Nacional como divulgador de notícias falsas*



Bolsonaro (2020).

## Figura 3

*Sites de notícias publicaram sobre o testemunho da médica*



Oliver (2020).

Bucci (2022) alerta que, ao referirmos sobre o conceito de desinformação, temos como pressuposto o que seria informação, um

conector com a verdade dos fatos. Nesse âmbito, quando pensamos na informação, presumimos algo que não é falso. Por essa via, nos momentos em que uma notícia não é verdadeira, a sociedade se utiliza em sua maioria do termo *fake news*. Porcello e Brites (2018) ressaltam que se temos uma notícia ela não pode ser falsa, “uma vez que se uma informação não é verídica, ela não pode ser notícia. Isso porque para ela existir precisa ser verdadeira, verificável, checada e chancelada por um jornalista” (Porcello & Brites, 2018, p. 3).

Assim, mesmo partindo da premissa que não existe notícia falsa, é compreensível de certa forma dizer que um telejornal pode publicar um erro, mas nunca uma *fake news*, uma “falsificação de forma” ou “aquilo que parece uma notícia, mas não é” (Bucci, 2022). Recuero e Anatoliy Gruzd (2019) detalham três oportunidades em que as *fake news* se tornam prevalentes: 1) o componente de uso da narrativa jornalística e dos componentes noticiosos; (2) o componente da falsidade total ou parcial da narrativa e (3) a intencionalidade de enganar ou criar falsas percepções através da propagação dessas informações na mídia social. (Recuero & Gruzd, 2019, p. 33). Bucci (2022) complementa visto que

Se a informação invoca a razão no sujeito, a desinformação anestesia ou desativa a razão. Se a informação precisa da velocidade para ser eficaz, seguindo com isso os preceitos da modernidade, a desinformação se vale da velocidade para desfazer os fundamentos do que é o moderno e para desfazer a esfera pública. (Bucci, 2022)

Desta maneira, temos que a partir da narrativa realizada pelo telejornal uma lacuna foi aberta devido a falta de uma informação explicando que ela não era funcionária do hospital, mas por atuar como

plantonista, o depoimento da médica era relevante, pois estava frente na luta contra a doença. Ainda, houve a interpretação por parte do hospital de que ela estaria afirmando que faltava equipamentos protetores para a saúde dela e de colegas naquela unidade, o que de fato não procede. Porém, esses aspectos contribuíram para o conflito de informação. A seguir, a Análise Televisual (Becker, 2016) visa detalhar como foram os enquadramentos e como o Jornal Nacional, que preza pela informação correta, se retratou perante o ocorrido.

### **Análise Televisual do quadro “Aqui Dentro” do JN**

O presente artigo utilizou da proposta metodológica quanti-qualitativa de Becker (2016), que se estrutura a partir de três etapas. A primeira consiste na contextualização/descrição do produto audiovisual. No item anterior descrevemos o intuito do quadro intitulado “Aqui Dentro” pelo Jornal Nacional e a situação que envolveu a médica emergencista. Na segunda parte, trabalhamos com a Análise Televisual (AT), composta por uma parte quantitativa e outra qualitativa. Por fim, como última etapa para análise, decorre a interpretação dos resultados alcançados. O corpus de análise para essa pesquisa compreende duas edições do Jornal Nacional, disponibilizadas na íntegra na plataforma Globoplay, nos dias 22/05/2020<sup>6</sup> e 25/05/2020<sup>7</sup>, como mencionado anteriormente.

A etapa quantitativa consiste na observação do material a ser analisado a partir de seis categorias propostas: 1) Estrutura: como

---

6. Edição do Jornal Nacional do dia 22/05/2020. <https://globoplay.globo.com/v/8574484/>.

7. Edição do Jornal Nacional do dia 25/05/2020. <https://globoplay.globo.com/v/8579329/>.

o produto é organizado e exibido; 2) Temáticas: sobre o que são os conteúdos, quais são as editorias; 3) Enunciadores: quem são os atores sociais da narrativa; 4) Visualidade: quais e como são os cenários e os recursos gráficos utilizados; 5) Sons: qual é a banda sonora que compõe a narrativa; 6) Edição: como o produto é montado.

O Jornal Nacional, da Rede Globo, é o telejornal de maior audiência do país, com duração aproximada de 70 minutos, dividido em 3 blocos, que varia de acordo com a programação diária da emissora. Durante a pandemia, o JN exibiu um quadro chamado “Aqui Dentro” com vídeos de profissionais da área da saúde contando sobre a situação pandêmica, narrados em primeira pessoa. Na plataforma Globoplay, há 106 vídeos com testemunhos veiculados no quadro. Antes da produção audiovisual ser veiculada, um dos apresentadores que compõem a bancada fazia uma introdução identificando o nome do profissional, de onde ele era e em qual hospital trabalhava.

O telejornal do dia 22/05, sexta-feira, teve uma edição com estrutura atípica, com 1 hora e 11 minutos de duração em virtude dos assuntos do dia serem de grande repercussão, pois envolviam vários políticos como o Ministro do STF Celso de Mello que tinha derrubado o sigilo do vídeo da reunião ministerial do dia 22/04. O objetivo era comprovar se o ex-ministro Sérgio Moro tinha razão ou não ao afirmar que o presidente Jair Bolsonaro tentou interferir politicamente em investigações da Polícia Federal. Logo, um jornal com desdobramentos políticos conflituosos e, sendo assim, atrairia muitos olhares para o que seria exibido. A escalada do jornal desta edição durou 3 minutos e 37 segundos, o que em dias normais teria a metade do tempo. Além dessa temática que tomou grande parte do tempo do jornal, temáticas

que envolviam a pandemia da Covid-19 compunham parte do cardápio noticioso. Já a edição do dia 25/05, segunda-feira, contou com 58 minutos de produção, trazendo a notícia que a OMS suspendeu testes com hidroxiclороquina contra a Covid, e a que o Brasil, pelo segundo dia consecutivo, estava na condição de país com mais mortes no mundo. O JN noticiou naquele dia ainda que uma cidade paraense estava com um quarto dos moradores infectados com Covid-19. Muitos temas voltados para a pandemia, mas também assuntos sobre política. Neste dia, um dos fatos noticiados foi sobre a Polícia Federal ter recolhido câmeras e cartões de memória que registraram a reunião ministerial do dia 22/04, citada na edição anterior, de sexta-feira. Em um pouco de um minuto e meia de escalada, foram apresentados os principais assuntos.

Em relação aos enunciadores, na edição do dia 22/05 faziam parte da bancada os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos. O âncora anunciou o quadro, dizendo “Aqui no Jornal Nacional profissionais de saúde contam o que estão vendo, que estão vivendo nessa pandemia. Hoje é a vez da médica Laize Andrade, da emergência do Hospital Nossa Senhora da Piedade em Paraíba do Sul, estado do Rio”. Em seguida, entrou o vídeo da médica, em tom de desabafo, já transcrito neste artigo. Já na edição do dia 25/05, mediante os casos de *fake news* e desinformação citando o quadro do Jornal Nacional, o jornalista William Bonner fez a retratação da situação por meio de nota.

Em relação ao tempo de participação, a vinheta de abertura do quadro continha 5 segundos. Referente a edição do dia 22/05, a apresentação do âncora William Bonner sobre quem seria o profissional teve 15 segundos e o depoimento da médica 50 segundos. Já a edição do dia que foi realizada a retratação em nota pelo profissional teve 1 minuto e

39 segundos, após outro profissional do quadro “Aqui Dentro” prestar seu testemunho.

Quanto à visualidade, a produção audiovisual se passa no estúdio do JN, onde os apresentadores comandam o telejornal. Atrás dos jornalistas, um painel passava fotos de brasileiros que infelizmente morreram com a doença. Em relação ao quadro “Aqui Dentro”, uma vinheta de abertura de 5 segundos mostrava imagens de profissionais com luvas, máscaras, óculos de proteção, entre outras cenas que retratam um ambiente hospitalar. Já o vídeo amador gravado pela profissional médica a pedido do telejornal foi feito com celular, e em virtude disso, deparamos com imagens não profissionais.

#### Figura 4

*Imagem da vinheta do quadro “Aqui Dentro”*



Reprodução do Jornal Nacional.

Em relação à produção sonora, temos a vinheta de abertura do quadro que se assemelha a uma unidade cirúrgica, com sons de aparelhos. Os outros áudios são a fala do apresentador que não tem nenhum ruído e também o depoimento da médica, que mesmo sendo um vídeo caseiro, traz um áudio sem problemas. Por mais que o telejornal seja ao vivo, as matérias e assuntos exibidos passam por uma seleção e filtragem antes de ir ao ar. O vídeo da médica emergencista da edição do dia 22/05 foi exibido no primeiro bloco do telejornal, seguido de temáticas relacionadas com a Covid-19. A retratação do caso foi exibida no segundo bloco da edição do dia 25/05, após outro vídeo do quadro ser veiculado.

Após a realização desta categorização quantitativa, o próximo passo da metodologia consiste na análise qualitativa, articulada a partir de três princípios de enunciação que formam categorias com o objetivo de investigar a linguagem utilizada no telejornal: 1) Fragmentação: como são articulados os discursos e narrativas dentro do telejornal; 2) Dramatização: como se estabelecem dialogias entre a cobertura jornalística e a dramaturgia; 3) Definição de Identidades e Valores: como são qualificados e julgados os conflitos apresentados pela narrativa do telejornal.

Como o telejornal é dividido em blocos, observamos a fragmentação pela importância dos assuntos do telejornal, o qual abre sua edição com assuntos relacionados com a pandemia da Covid-19 e ao longo dos outros blocos, entre outras temáticas. Como neste dia o JN trouxe assuntos políticos que estavam gerando conflitos na esfera federal, estes ficaram para exibição no último bloco. Além disso, quando o telejornal vai para o repositório da Globoplay, observamos um outro tipo de fragmentação, no qual a retratação do caso da médica emergencista do dia

25/05 é incluída na edição do dia 22/05, como forma de ficar registrada a correção junto à edição que gerou a desinformação.

A análise mostrou ainda que, no caso da retratação feita pelo âncora e editor, William Bonner se utiliza de um tom sério, com imposição das palavras e reforçando o equívoco por parte do telejornal. Quanto às identidades e valores, no material aqui analisado, apreendemos que o telejornal tomou as medidas para que a desinformação fosse sanada, sem mais prolongamento sobre o assunto, assim como os pedidos de desculpa a todos os envolvidos, e que um erro na edição ganhou repercussão por alimentar a indústria de *fake news* em outros espaços, em um momento de grande polarização política no país, com ataques ao jornalismo e à ciência.

### **Considerações finais**

O caso proposto neste artigo visou analisar como um equívoco no telejornal de maior audiência do Brasil, o Jornal Nacional, gerou uma série de *fakes news* e como a partir disso, um fato pode ser distorcido, gerando desinformação. As tecnologias permitem hoje acesso ao conteúdo de forma imediata em várias mídias e desta forma, se por parte da edição jornalística houve um erro, este seria reparado visto a serenidade da informação certificada. No entanto, em um contexto de polarização política e ataques à imprensa, o erro se tornou munição e alimentou a produção de *fake news*. Nesse mesmo sentido, a desinformação fica armazenada na internet, local de fácil acesso quando são feitas buscas sobre determinados assuntos. Isso implica que mesmo o telejornal tendo feito a correção da informação e prezado por se desculpar com todos os envolvidos, as distorções ainda se encontram mesmo depois de tanto



tempo em redes sociais e sites de notícias, mostrando como as *fakes news* e a desinformação ainda têm um grande poder e alcance.

A Análise Televisual foi importante para corroborar o ato do telejornal que, ao identificar o erro, fez a correção de forma clara e objetiva, se utilizando até de mais tempo do que foi dado no quadro “Aqui Dentro”. Para fazer a retratação, o apresentador gastou 1 minuto e 39 segundos, contra os 1 minuto e 14 segundos de apresentação de todo o quadro com depoimento, tempo de vinheta, fala do âncora. Foi possível observar ainda que há uma produção de sentido que extrapola as telas, e que está inserida em um contexto político, em que o telejornalismo se posiciona e atua como agente com potencial de informar, mas também de elucidar equívocos e combater as *fake news*.

## Referências

- Becker, B. (2016). *Televisão e Telejornalismo: Transições*. Estação das Letras e Cores.
- Becker, B., & Thomé, C. (2022). Subjetivação como estratégia do telejornalismo na defesa da ciência. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 21(47), 03-18.
- Bolsonaro, E. [@bolsonarosp]. (2020, maio 25). *O Jornal Nacional exibiu matéria com calamidades sobre a pandemia em Paraíba do Sul/RJ, mas as informações eram FALSAS* [Fotografia]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CAn\\_DikFjM2/?igshid=MXBoMWVteGEydHU4dQ==](https://www.instagram.com/p/CAn_DikFjM2/?igshid=MXBoMWVteGEydHU4dQ==)
- Bucci, E. (2022, 08 setembro). *Ciências da Comunicação contra a Desinformação* [Vídeo]. YouTube. <https://youtu.be/rilIS5AGih8>

Castells, M. (2003). *A galáxia da Internet*. Zahar.

Castilho, C., & Fialho, F. (2009). O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias. In C. Rodrigues (Org.), *Jornalismo Online: modos de fazer* (1 ed., Vol.1, pp. 119-145). Ed. PUC-Rio; Editora Sulina.

Gillmor, D.(2006). *We the Media*. O'Reilly.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Editora Aleph.

JN. (2020, maio 22). Aqui Dentro: ‘Vivo um dos momentos mais difíceis da minha profissão’. *GloboPlay*. <https://globoplay.globo.com/v/8574203/>

Leiroz, F., & Sacramento, I. (2021). Cronotopias da Intimidade Catastrófica: testemunhos sobre Covid-19 no Jornal Nacional. *Estudos Históricos*, 34(73), 384-404. <https://www.scielo.br/j/eh/a/PLmXJtsSzkSWNRqJYw8GypK/?format=pdf&lang=pt>

Morais, L. (2023). *A produção jornalística da TV Integração de Juiz de Fora exibida no Jornal Hoje* [Dissertação de Mestrado, UFJF]. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/15250>

Musse, C. (2015). “Em Pauta”: o comentário renova a prática telejornalística em horário nobre. *Revista Vozes e Diálogos*, 14(1), 77-90.

Musse, C., & Thomé, C. (2016). *Telejornalismo e redes sociais: as narrativas do “eu” e a customização da notícia no “GloboNews*

*em Pauta*” [Trabalho apresentado]. 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Palhoça, SC, Brasil.

Oliver. (2020, maio 26). Relato sobre Covid no Jornal Nacional é desmentido pela própria médica. *SensoIncomum*. <https://sensoincomum.org/2020/05/26/globo-fraude-laize>

Porcello, F., & Brittes, F. (2022). *Verdade x Mentira: A ameaça das fake news nas eleições de 2018 no Brasil* [Trabalho apresentado]. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, SC, Brasil.

Prefeitura de Paraíba do Sul. (2020, maio 22). *O Hospital Nossa Senhora da Piedade esclarece à população Sul Paraibana que a médica Laize não pertence* [Imagem anexada]. Facebook. <https://encurtador.com.br/IJMO9>

Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). *Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter*. Galáxia.

Reis, M. (2015). Crise leva o jornalismo impresso do Rio a reinventar seu negócio. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 34(17), 219-234.

Ribeiro, A., & Sacramento, I. (2020). *Televisão e Memória: entre testemunhos e confissões*. Mauad X.

Thomé, C. (2022). *Emoção e testemunho no Jornal Nacional: estratégias narrativas no mês das 500 mil mortes pela Covid-19* [Trabalho

apresentado] 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, PE, Brasil.

Thomé, C., & Reis, M. (2022). O narrador dialógico na reconfiguração do Jornalismo pós-guinada subjetiva. *Rizoma*, 11(2), pp. 27-48.

Thomé, C., & Reis, M. (2022). *Emoção editorializada como estratégia narrativa no telejornalismo* [Trabalho apresentado] 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, João Pessoa, PE, Brasil.

Thomé, C., Piccinin, F., & Reis, M. (2020). Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In E. Cárlica, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas* (1ª ed., Vol. 9, pp. 159-196). Editora Insular.

Thomé, C., & Miranda, P. (2016). *GloboNews Em Pauta em duas telas: análise do uso e da interação do telejornal nas redes sociais* [Trabalho apresentado]. 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil.

## **PARTE 2 - DO TRADICIONAL AO CONTEMPORÂNEO**

# O MERCADO EDITORIAL ESPECIALIZADO EM TV E A CULTURA DE FÃS DOS ANOS 1960 NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA SEÇÃO 'ENTREVISTE SEU ÍDOLO' DA REVISTA INTERVALO

*Talita Magnolo<sup>1</sup>  
Daiana Sigiliano<sup>2</sup>*

De acordo com Jenkins (2012), ao se tornar fã de algo, o público passa a se envolver tanto emocional quanto intelectualmente com o conteúdo, convocando várias habilidades críticas e criativas. Sandvoss (2005) e Jenkins (2015) afirmam que os fãs são um ponto de referência nas discussões sobre a produção e o consumo no atual ecossistema de conectividade. No Brasil, apesar de serem minoritários, os estudos da

- 
1. Doutora em Comunicação pelo PPGCOM/UFJF.  
Professora Substituta na FACOM/UFJF.  
[talita.magnolo@ufjf.br](mailto:talita.magnolo@ufjf.br)
  2. Mestre em Comunicação. Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.  
[daianasigiliano@gmail.com](mailto:daianasigiliano@gmail.com)

cultura de fãs no campo da Comunicação estão em expansão e abrangem contextos relacionados, por exemplo, a identidade, a política e ao consumo (Amaral et al., 2022). Entretanto, as pesquisas se concentram nos fenômenos contemporâneos, principalmente os norteados pelas plataformas digitais.

No cenário nacional, Intervalo (1963-1972) foi uma das pioneiras ao inserir o fã em suas publicações. A revista foi um produto editorial da Abril e é considerada uma das mais importantes publicações especializadas em TV da década de 1960, em virtude de sua ampla cobertura da programação televisiva, sua qualidade editorial e a criação de diversas seções fixas que estabeleceram diferentes relações com seus leitores. O estudo com as publicações especializadas em TV da década de 1960 comprovou a criação de uma identidade própria, que fazia com que os leitores se identificassem e se acostumassem com o seu “jeito”, formato, estilo, seções fixas e seu design (Magnolo, 2023).

Os artigos e reportagens ajudavam o público a compreender os fatos que afetavam suas vidas e, ao folhear suas páginas, eles deparavam com o que não conheciam, ou encontravam o que nem imaginavam que quisessem saber. Como um amigo ou amiga, a revista era como uma pessoa, que estava ali para trazer informação, divertimento, fazer companhia, distrair, estabelecendo com o leitor ou leitora uma relação – familiar, íntima, envolvente e afetiva – que se renovava a cada edição. As novidades e descobertas nas páginas da revista educaram e ensinaram o leitor sobre a TV e seu mundo e, conseqüentemente fomentou e fortaleceu a cultura de fãs da época.

De acordo com Bergamo (2010), o contexto social, cultural e tecnológico das décadas de 1950 e 1960 fez com que a imprensa

especializada evoluísse e criasse estratégias para falar de um novo meio de comunicação que há pouco chegara no Brasil. Todos estes aspectos, de certa forma, desenvolveram o olhar do telespectador para este novo dispositivo midiático e fizeram com que o público abraçasse a televisão enquanto meio de comunicação. Nas seções fixas, por exemplo, observamos um espaço onde os leitores tinham a oportunidade de participar de forma ativa, gerando, conseqüentemente, maior interação entre a revista e seu público. Chamou-nos a atenção o convite que a revista fez ao leitor para que ele ocupasse um lugar de interlocução, de participação, e que dialogasse com a Intervalo.

Com base nessa discussão, este artigo tem como objetivo analisar a seção ‘Entreviste seu Ídolo’, da revista Intervalo, uma amostra ainda pouco explorada nos estudos da cultura de fãs no país. A partir do levantamento e análises das edições publicadas entre 1968 e 1969 pretendemos discutir questões relacionadas ao perfil de fã escolhido para participar da seção, o segmento de atuação do ídolo e o contexto das perguntas respondidas pelo entrevistado.

## **O contexto televisivo e o surgimento das revistas especializadas em TV**

O desenvolvimento da cultura de massa no Brasil ganhou corpo e força com o início da televisão, em 1950, ocasionando diversas mudanças tanto na forma de produzir conteúdos midiáticos, como de consumi-los. Enquanto meio de comunicação, a TV criou hábitos em seus telespectadores - antes leitores e ouvintes - e, enquanto tecnologia e experiência cultural, se apresentou à sociedade como um lugar de negociação e diferentes práticas comunicativas (Williams, 2016).



Do ponto de vista econômico, a televisão brasileira se tornou uma indústria (Hoineff, 1996), prosperando em taxas sistematicamente superiores à maioria das indústrias do país. A televisão, enquanto meio de comunicação de massa e inovação tecnológica, trouxe a comodidade para que as pessoas a assistissem de suas casas, ou seja, aquilo que se passava no mundo “ficaria ao alcance do público em imagens” (Barbosa, 2013, p. 268). Sobre isso, Augé (1998) aponta que além da imagem ter mudado – do estático para o movimento – as condições de circulação entre o imaginário individual e coletivo também mudaram. Augé (1998) afirma que talvez sejam as maneiras de olhar e de se encontrar que mudaram, ou seja, o consumo de bens simbólicos, mas também de representações associadas com as tecnologias, a globalização e a aceleração da história.

A década de 1960 foi um momento-chave para o mundo da TV no país, que passava por mudanças drásticas na ordem social, cultural, política e econômica<sup>3</sup>. Para Bergamo (2010), é neste período que se consolidaram as práticas de “como fazer televisão”, assim como outras, que tinham suas raízes ainda no rádio e que foram esquecidas ou modificadas. A televisão fez parte da vida cotidiana da população, contribuindo desde a estrutura dos gostos destes indivíduos até a organização do dia e tempo para não perder nenhum programa. A partir do momento em que modifica os hábitos diários das pessoas, a TV impôs

---

3. A década de 1960 teve seu início marcado pela transferência da capital da república para Brasília, marcando a chegada de tempos mais modernos que se anunciaram promissores, porém, que acabaram se revelando sombrios. Entre os anos de 1964 e 1985, o Brasil viveu um de seus períodos mais duros e violentos de sua história. Durante o período militar brasileiro, o país foi comandado por generais militares e sofreu duras consequências, especialmente no âmbito da comunicação, expressões artísticas e educação (cf. Magnolo. 2018).

uma nova cultura, novos parâmetros de comportamento e inovou a linguagem dos brasileiros.

De acordo com Sodré (2010), a televisão buscou apagar as diferenças individuais e transformar o telespectador em massa, ou seja, a TV passou a apoiar-se na família como grupo-receptor necessário, onde o que importava eram as relações primárias – cara a cara – e princípios morais específicos. A tendência da cultura de massa era de ocultar as circunstâncias de sua produção e sua recepção:

O moderno fenômeno da *cultura de massa* só se tornou possível com o desenvolvimento do sistema de comunicação por *media*, ou seja, com o progresso e a multiplicação vertiginosa dos veículos de massa – o jornal, a revista, o filme, o disco, o rádio e a televisão. Como causas subjacentes necessárias, mencionam-se os fenômenos da urbanização crescente, da formação de públicos de massa e do aumento das necessidades de lazer. Portanto, o que se convencionou chamar *cultura de massa* tem como pressuposto, e como suporte tecnológico, a instauração de um sistema moderno de comunicação (os *mass-media*, ou veículos de massa) ajustado a um quadro social propício. (Sodré, 1975, p. 13)

O telespectador e fã dos anos 1960 percebia as mensagens como algo ‘natural’ e ‘leve’ em seu momento de lazer e divertimento. A imagem difundida pela TV foi capaz de englobar seus interlocutores no mundo do entretenimento e a invasão da cena familiar pela TV, facilitada “em razão da “intimidade” familiar inerente à linguagem do vídeo, a figura do apresentador ou do animador tem sido essencial à mensagem televisiva, [...], encarregado de introduzir ou ‘pontuar’ um programa, ou então de criar um clima especial para o programa” (Mattos, 2010, p. 60).

A TV passou também a controlar o ritmo para evitar a saturação de seu telespectador e utilizar quadros simples, com familiaridade na apresentação e clareza nas imagens exibidas. Segundo Barbosa (2010), a televisão transformou suas imagens numa função da imaginação do público, através das quais o telespectador percebe um lugar distante, mas que através de sua imaginação se torna próximo de uma imagem potencial de “onde gostaria de estar”. Além disso, a TV se impôs diante da sociedade mostrando o que ela queria mostrar, como, por exemplo, a criação e imposição da grade de programação pelas emissoras brasileiras durante os anos 1960, e o significativo desenvolvimento da indústria do entretenimento televisivo, que se baseou no entendimento de seu público-alvo consumidor, consolidou a TV como canal de distribuição de informações obtendo forte penetração no mercado, e conseguindo, a partir daquele momento, desenvolver competências para criar a diferenciação de seus produtos.

Podemos dizer que a história da televisão no Brasil perpassou todos os setores de nossa sociedade, mas principalmente criou uma forma de cultura de consumo e disseminou a cultura popular brasileira, materializada em programas televisivos. De acordo com Williams (2016), os meios de comunicação atuam em um determinado contexto e, sendo assim, colaboram, alimentam, criam hábitos e estabelecem diálogos, que, por sua vez, são respostas aos estímulos midiáticos, em um contexto social e cultural em que estão inseridos.

É neste contexto que surgem as primeiras revistas especializadas em TV no Brasil. De forma muito significativa, a televisão brasileira ocupou o imaginário dos brasileiros, ganhou forma e invadiu, aos poucos, os lares das famílias (Barbosa, 2010). A partir deste momento,

não era mais necessário sair de casa para saber o que acontecia no mundo das celebridades e dos ídolos, que até então só ocupavam as páginas das revistas, mas que agora estavam ali, na tela da TV. O meio impresso acompanhou de perto essa mudança, desde as ondas do rádio até os programas de humor e competições musicais, que passaram a ser transmitidos por algumas emissoras de TV daquele período.

A revista *Intervalo*, da Editora Abril, foi lançada em 1963 e ficou em circulação até 1972. É considerada uma das mais significativas da época por ter trazido a proposta da cobertura da TV em âmbito nacional, ou seja, enquanto surgiam revistas locais sobre televisão - entre elas *TV Semanal*, *TV Programas* e *7 dias na TV* - o semanário da Abril investiu em um jornalismo completo de TV, amplo e diversificado.

### **A revista *Intervalo* e a seção ‘Entreviste seu Ídolo’**

Sabemos que, não somente a revista *Intervalo*, mas também as demais revistas especializadas em TV criadas nos anos 1950 e 1960, tiveram importante papel de apresentar e construir a televisão enquanto aparelho e meio de comunicação ao público telespectador que estava sendo formado naquele período. Ao investigar a participação do fã, levamos em conta que a sua relação com a revista não partia, necessariamente, da compreensão sobre o conteúdo televisivo ou do repertório midiático que possuíam, mas também da vontade/necessidade de fazer parte dessa experiência televisiva, o que nos leva ao próximo aspecto.

Estudos anteriormente realizados (Magnolo, 2023), mostram que ‘poder participar’ era um dos motivadores/estímulos do envio das cartas, críticas, elogios, perguntas, entre outras informações por parte dos leitores e fãs, que, de certa forma, inseriram-se na experiência coletiva

de assistir à TV e se sentiram pertencentes. Nesse sentido, autores como Todd Gitlin (2006) defendem que o público sempre teve uma ‘voz’, já que podia comentar sobre os conteúdos das diferentes mídias com seus familiares, vizinhos e amigos mais próximos. Entretanto, de acordo com o mesmo autor, as revistas deram visibilidade a estes leitores, permitindo que eles fizessem parte do conteúdo que iria para suas páginas.

Reforçamos que a visibilidade também é algo selecionado e estratégico por parte de decisões editoriais dos impressos, fazendo parte do contrato de leitura, ali estabelecido. Sobre isso, Storch (2013, p. 132) afirma que a leitura se elabora em relação às dinâmicas sócio-históricas e culturais, ou seja, esse fenômeno deve ser compreendido como algo constitutivo do processo de comunicação. Sendo assim, um texto “só existe porque se sabe da existência de um outro, de um leitor que vai lhe atribuir sentido”.

Nesta perspectiva, é possível afirmar que a revista *Intervalo*, alimentou e construiu os interesses de seus leitores e, do mesmo modo, ao se deparar com as páginas impressas, o fã busca por elementos que definem a proposta editorial e, assim, procuram por pistas que permitam o seu reconhecimento como leitor daquela revista (Magnolo, 2023). Todo este reconhecimento bem como a construção de relações entre os meios impressos e seus leitores é possível devido à organização em torno do contrato de comunicação, onde, através de uma relação inter-subjetiva, revista e leitor se relacionam com as expectativas socialmente compartilhadas sobre o que consta nas páginas do impresso.

Ao reconhecer seu leitor, a revista passou a conhecer também seus hábitos de leitura, suas preferências, suas curiosidades, seus desejos e curiosidades e, com isso, as estratégias editoriais que seriam

necessárias para alavancar as vendas e fortalecer a relação com o seu público. Propomos que a relação que a revista Intervalo construiu com seu leitor foi muito além do que uma simples oferta de informação, já que a leitura,

como qualquer outra relação, envolve mais do que conteúdos impressos em páginas empilhadas. As revistas também são bonitas. E, soma-se à leitura o prazer de folhear as belas páginas e de se reconhecer nos traços e cores das ilustrações, nas imagens e nas texturas do papel. A fruição estética é uma competência da leitura, e as escolhas gráficas da publicação têm função fundamental na construção de sua identidade editorial. (Storch, 2013, pp. 139-140)

Ao longo de sua história, a revista Intervalo criou inúmeras seções fixas. O mapeamento, através da leitura cuidadosa das 441 edições digitalizadas na Hemeroteca Digital, mostrou que foram, pelo menos<sup>4</sup>, 111 seções de diferentes formatos e temáticas. Foram 13 as seções categorizadas como aquelas que, de alguma forma, estabeleceram relações com o leitor, totalizando 13 seções fixas (Magnolo, 2023). Os primeiros anos da revista foram essenciais para que ela conseguisse apresentar a TV ao seu telespectador e conseguisse iniciar a cobertura do mundo televisivo, traduzido, principalmente, na impressão da programação televisiva. A seção “Programas” era o guia principal, onde o telespectador consultava e se inteirava sobre tudo o que estava acontecendo nas emissoras.

---

4. Não há como precisar a quantidade de seções fixas, pois o acervo da revista Intervalo não está completo na Hemeroteca Digital, já que o semanário teve, ao total, 501 edições durante sua existência.

Figura 1

Página da seção “Programas”, 1966, p. 37

**Intervalo** PROGRAMAS RIO DE JANEIRO

As informações constantes desta programação são fornecidas pelas emissoras, sendo de sua inteira responsabilidade as eventuais alterações.

Semana de 10 a 16 de abril

d	s	t	a	q	s	
10	11	12	13	14	15	16

**10 de abril DOMINGO**

10.00 **CONCERTOS PARA A JUVENTUDE** — Música clássica.

11.00 **MISSA DOMINICAL**  
● **CLUBE DO GURI** — Musical infanto-juvenil.

11.30 **DESENHOS.**

11.45 **CANAL 100** — Variedades.

12.00 **OS VIRINGS** — Filme.  
● **TELE-CAÇE** — Infantil com distribuição de prêmios.  
● **FUTEBOL** — Videofita de um jogo importante. (Provisão).

● **CINE TV-13** — Filmes-documentários.

12.30 **SENTIMENTAL DE MAIS** — Musical com Altair D'Assis em representação.  
● **JORNAL DOMINICAL.**

13.00 **VALE A PENA VER DE NOVO** — Empastamento o musical de Flávio Cavakapi. "UM INSTANTE, MAESTRO".  
● **TELEGIORNO ESPORTIVO.**

● **JORNADA ESPORTIVA** — Videofita completa de um jogo de futebol.

13.15 **PRESENCIA** — Entrevistas.

● **CANAL 100** — Documentário.

13.30 **OPERAÇÃO LONDRES-66** — Esportivo.  
● **FUTEBOL** — Videofita completa.

13.40 **CINEMINHA GUELANDIA.**

13.45 **MATINEE EXCELSOR** — Filme de longa metragem.

14.00 **DOMINGO DE COMÉDIAS** — Filmes variados.

● **GRANDE VESPERAL ANTARCTICA** — Teatro infantil.

14.55 **DESENHOS.**

15.00 **FUTEBOL E NO DOIS** — Videofita completa.  
● **BANG-BANG SHOW** — Filmes de faroeste.

15.05 **FESTIVAL CHARLES CHAPLIN** — Filmes clássicos com Carlinos.

15.30 **ATUALIDADES** — Filmes-documentários.

15.50 **FESTIVAL DO CINEMA BRASILEIRO** — Filme de longa metragem. HOJE: "EU SOU O TAL". Comédia com Vagarezza, Mara De Carlo, Nanci Vanderlei, Chico Antão, Juca Chaves.  
● **VARIEDADES JOSÉ MESSIAS** — Musical variado.

16.45 **ELZA, MELTINHO E SAMBA** — Musical em representação.

17.00 **DOMINGO DE AVENTURAS** — Filme de longa metragem.

17.15 **QUANTO MAIS QUENTE MELHOR** — Humorístico com Castrinho e Teresinha Elias.

37

Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. *Revista TV Intervalo*, 4(170), p. 37. <https://bit.ly/3FugWcg>

Quando a revista passou a divulgar a programação das diversas regiões do Brasil, esta seção se tornou um grande diferencial (T. S. Corrêa, comunicação pessoal, 2017). Defendemos que a importância da revista *Intervalo* para a sociedade brasileira está muito além da divulgação da programação televisiva, mas também na criação de diversas seções fixas que fortaleceram os laços e criaram diálogos com o leitor. Para este trabalho, propomos uma análise sobre a seção ‘Entreviste seu Ídolo’ (1968 - 1969).

Quem nunca sonhou em se encontrar com seu ídolo? Imagine poder entrevistá-lo? A seção “Entreviste seu Ídolo” foi muito similar à

seção pioneira ‘Chico Anísio Responde’<sup>5</sup>, já que também propunha que o leitor entrevistasse o seu ídolo, porém, existem algumas diferenças. A primeira delas é que a cada seção um ídolo diferente era entrevistado. Outra diferença está na participação do leitor, já que enquanto a seção de Chico Anísio trazia diversas perguntas de vários leitores, nesta um único e sortudo leitor tinha este privilégio. A entrevista acontecia presencialmente e era registrada pela equipe da revista, ou seja, ao tempo que a seção de 1963 mantinha o distanciamento dos leitores com o humorista, nesta seção o leitor poderia ir à casa da personalidade, seu ateliê, local de ensaio, cenários de programas, entre outros.

No exemplo a seguir, o estudante carioca Cosme Damião, de 18 anos, entrevista a cantora Rosemary, estrela da TV Tupi e apresentadora do programa ‘Menina Moça’. A primeira página – como aconteceu com a maioria das edições – trouxe uma foto do estudante conversando com a cantora e foi seguida do seguinte texto introdutório:

Cosme gosta muito de tocar violão. Prefere música popular, ao ié-ié-ié. Apesar disto, é fã de Rosemary, que considera uma das cantoras mais bonitas da atualidade. Foi por isso que escreveu para INTERVALO, pedindo para entrevistá-la. Sua carta foi escolhida, entre muitas outras, e numa tarde de quarta-feira, Cosme Damião, juntamente com os repórteres de INTERVALO, foi entrevistar a cantora em sua casa, no Flamengo, Rio de Janeiro. Terminada a entrevista, Cosme Damião e Rosemary

---

5. A seção propunha que os fãs do artista se colocassem no lugar do repórter e fizessem perguntas, no formato de entrevista, para Chico Anísio, que as respondia. Chamamos a atenção para alguns fatos curiosos, o primeiro deles o porquê de escolherem Chico Anísio: o ator e humorista estava em alta naquele momento com seu programa “Chico Anísio Show” (1960-1963) na TV Rio onde interpretava diversos personagens. Também participou de filmes para o cinema. Sendo assim, nos pareceu providencial, por parte da revista, ter a figura dele para ser entrevistado, proporcionando aos leitores respostas leves e divertidas (Magnolo, 2023, p. 140).



aproveitar uma tarde de sol para um passeio pelo Aterro do Flamengo, diante da casa da cantora. (Fernandes, 1968, p. 19)

Até onde pudemos investigar, as entrevistas traziam perguntas gerais relacionadas aos gostos e preferências dos artistas, seus projetos futuros e sonhos. No nosso entendimento, essa seção retratava as curiosidades dos leitores/telespectadores que tinham ‘um contato’ com o famoso pela televisão, mas que, ainda assim, possuíam dúvidas mais latentes e curiosidades.

## Figura 2

*“Entreviste seu Ídolo”, Nº310, pp. 18-20 - 1968<sup>6</sup>*



Fernandes (1968, p. 18).

6. A transcrição na íntegra da seção pode ser acessada através do link: <https://bit.ly/3RTExdR>

Na edição Nº330, de 1969, aconteceu uma mudança, que foi anunciada pela revista:

A partir deste número, a seção “Entreviste Seu Ídolo” estará colaborando com os colégios de São Paulo. As entrevistas passarão a fazer parte das atividades extracurriculares, devendo as melhores serem classificadas mensalmente, para estímulo dos alunos participantes. No fim do ano, será escolhida a melhor de todas, com entrega de pergaminho e medalha de ouro ao seu autor. Os contatos com os colégios vêm sendo feitos através de nosso colaborador Geraldo Rodrigues, a quem compete a distribuição de formulários (Intervalo, Nº330, 1969, sem página).

### Figura 3

“Entreviste seu Ídolo”, Nº330, sem página - 1969”



José (1969, p. ).

7. A transcrição na íntegra da seção pode ser acessada através do link: <https://bit.ly/3ZMZ6KR>

Como pode-se observar na imagem a seguir, a primeira entrevistadora selecionada foi Ana Luiza, aluna da 3ª série do Ginásio Riachuelo. A estudante escolheu o ator Jô Soares, que a recebeu no Teatro-Record Centro, São Paulo, durante os ensaios da ‘Família Trapo’.

Uma das inquietações que fez surgir esta pesquisa, foi a curiosidade de descobrir sobre qual ou quais temas seriam as perguntas feitas pelos leitores aos seus ídolos. Uma de nossas hipóteses, baseada nos estudos sobre cultura de fãs de Duffett (2013), era que, pelo fato de o fã desenvolver essa relação afetiva com os astros da TV, localizaríamos perguntas de cunho extremamente pessoal, como no exemplo a seguir, em que um fã perguntou à cantora Marthinha sobre casamento:

José - Você se casaria com fã? Marthinha - Casaria, desde que ele tivesse os requisitos que exige um homem. O principal deles é uma completa sensibilidade. José - Você já tem algum nome marcado em seu caderninho? Marthinha - Ter um nome no caderninho não quer dizer que se tenha a própria pessoa. José - Recebeu muitas propostas de casamento? Marthinha - De casamento, algumas. De namoro, muitas. José - Deixaria sua carreira por um grande amor? Marthinha - Acredito que a profissão acabe. Amor, não. Pensando assim, concluo que um dia deixarei de cantar, mas nunca de amar. (*Intervalo*, 1969, N°325, sem página)

Uma seção que promoveu uma grande interação entre revista e leitor foi a seção de cartas. Várias publicações especializadas em TV das décadas de 1950 e 1960 tinham esta seção em suas edições. Pesquisas, anteriormente realizadas (Magnolo, 2023), mostraram que os estudos das cartas de leitores conseguem fornecer informações importantes como, por exemplo, o gênero, localidade e perfil dos leitores das revistas e como participavam desta seção. Como um verdadeiro fã, o

leitor sentia-se à vontade para opinar sobre determinada celebridade, acontecimento, conteúdo ou programa televisivo. No exemplo a seguir, da revista 7 dias na TV, é possível perceber a indignação do leitor diante do comportamento das fãs no programa ‘Jovem Guarda’:

ANTÔNIO CARLOS – SÃO PAULO: “... graças a Deus eu vou indo muito bem, transviado como sempre... por quê os programas do iê-iê-iê são em geral dedicados a um artista somente... no “Jovem Guarda” só dá o nome de Roberto Carlos... seu nome é gritado com insistência pelas fãs... que falta de educação, afinal os outros artistas também não merecem o mesmo tratamento? No programa Rádio América, o negócio é só na base dos Beatles e por aí a fora... acho que todos merecem o mesmo tratamento e deveria ser proibido um programa dedicado a um só ídolo...” (7 dias na TV, 1966, N°732, p. 9)

A seção de cartas de leitores da revista *Intervalo*, intitulada ‘Intervalo para Conversa’, também demonstrou e apresentou diferentes perfis e tipos de fãs. Além disso, é relevante dizer que, para aumentar o nível de interação com seu público, o semanário tinha o hábito de responder os leitores. No exemplo a seguir, a revista, além de responder à carta, apelida as fãs de “pidonas”, numa espécie de humor ácido, para retratar as exigências por elas feitas:

Vimos à presença de V. Sas. para solicitar seja feita uma reportagem mais ampla com o famoso Dr. Kildare e, se possível, colocá-lo na capa. Somos estudantes, as primeiras 21 cursando o Instituto de Educação Anhanguera e as demais, alunas do Colégio Campos Saltas. (Segue-se um abaixo-assinado, [...] - São Paulo)  
Sinatra, meu velho, a coisa está preta para o seu lado. Esse Dr. Kildare parece que vai deixá-lo longe em matéria de “desmaios” femininos. (Outro dia apanhamos nossas quatro arquivistas mexendo no cofre-forte, onde guardamos as preciosas fotos do moço. Tivemos que substituir as quatro por homens

— com óculos escuros). E aqui estamos nós, atendendo “as pidonas” com capa e nova série de reportagens sobre “êle”. Apenas uma pergunta (que dá samba): o que é que o americano tem? (*Intervalo*, 1963, Nº 34, pp. 8-9)

Na carta a seguir, não é possível afirmar, com certeza, sobre a idade da leitora, entretanto, analisando o trecho de sua carta, encontramos pistas que nos permitem inferir sobre sua postura mais conservadora e, possivelmente, advinda de uma pessoa de mais idade. A leitora critica a capa e uma ‘reportagem tão negra’ que a revista fez com uma ‘macaca de auditório’ junto com um ‘ídolo da juventude’:

Fazer uma reportagem com uma macaca de auditório! Pôr na primeira página junto com o ídolo da juventude! O que nos interessa esta reportagem? O que temos a ver com suas maluquices e bobearias? Seria melhor deixar as páginas em branco do que pôr uma reportagem tão negra! - YOLANDA P.C. SAO PAULO, SP. A reportagem chamou sua atenção não é, Yolanda? Mostrou um aspecto da vida de uma fã que você não conhecia. Talvez por isso você ficou chocada. Mas este era o nosso objectivo: Mostrar, sem nada esconder, até que ponto pode ir a paixão por um ídolo. (*Intervalo*, 1968, Nº275, p. 24).

## **Os estereótipos da Cultura de Fãs**

Conforme pontuam Duffett (2013), Gray et al. (2017) e Booth (2018) os estudos da cultura de fã é norteado por três ondas. A primeira onda tinha como questões centrais as reflexões sobre o gênero e a sexualidade e as relações de poder dos fãs (fãs e o conteúdo midiático; fãs e produtores). Os trabalhos, que em sua maioria apresentavam um enquadramento metodológico voltado para os estudos da recepção, e

analisaram a influência econômica gerada pelo público ávido, a afetividade, as lógicas sociais e políticas das comunidades, além da mediação do computador na produção e mobilização do público.

Segundo Gray et al. (2017) os pesquisadores tais como Hellekson, Busse, Jenkins e Baym contribuíram para a legitimação do campo, apesar de partirem do enquadramento metodológico dos estudos culturais britânicos, os autores reforçam nos estudos iniciais as especificidades das práticas da cultura de fãs. No início dos anos 2000 a segunda onda reforçava a aproximação entre os fãs e os produtores, aprofundando a relevância econômica deste público. Pesquisadores como, por exemplo, Hills, Sandvoss e Coppa desenvolveram estudos que destacavam a complexidade e a multidimensionalidade das práticas e das comunidades de fãs, pautadas por diversas formas de participação e graus de engajamento (Sandvoss et al., 2017). Assim, se na primeira onda os autores tinham como objetivo a legitimação do campo, a segunda se dedica a análise de questões mais específicas.

Por fim, a terceira onda é marcada pela valorização dos fãs perante a indústria e a popularização das práticas dos *fandoms*, reforçando a inter-relação entre a cultura, a sociedade e a tecnologia e também as novas lógicas comerciais da indústria do entretenimento. Sandvoss et al. (2017) afirmam que as pesquisas de Hills, Booth e Duffett exploram as nuances das comunidades em rede, das motivações pessoais dos fãs, além da relação com a identidade.

Entretanto, além das reflexões epistemológicas do campo são também são norteadas pela constante refutação da estigmatização do fã. De acordo com Jenson (1992), Jenkins (2015), Duffett (2013) o viés negativo e estereotipado pode ser observado em vários âmbitos, desde

as bases epistemológicas da palavra fã até o modo como a subcultura era retratada pelos meios de comunicação de massa. O termo fã (*fan* em inglês) parte de uma abreviação de fanático (*fanatic* em inglês). A palavra geralmente estava associada ao entusiasmo excessivo, a devoção, a possessão, a insanidade e as falsas crenças ligadas a religião e a política. Conforme afirma Jenkins (2015) mesmo o termo fã sendo usado pela mídia no final do século XIX e, principalmente, pela imprensa esportiva, as conotações pejorativas e estigmatizadas continuaram sendo reproduzidas .

A patologização dos fãs pode ser observada em diversos âmbitos da cultura pop tais como a televisão, o cinema e a literatura. Exibida em 1960 a esquete da atração humorística *Saturday Night Live* (1975- atual, NBC) materializa de forma clara o tom pejorativo com que a mídia representava os fãs. A cena mostrava os *trekkies* fazendo perguntas a William Shatner (Capitão Kirk). Incomodado com a especificidade dos fãs, que questionavam pontos do universo ficcional como, por exemplo, os títulos dos episódios, a senha do cofre de Kirk, entre outros detalhes, William grita com a platéia: *Olha só, pelo amor de Deus! Foi só um programa de TV!* A atitude do ator deixa os *trekkies* visivelmente magoados e constrangidos, como se o seu envolvimento emocional e intelectual com *Star Trek* (1966-1969, NBC) se restringisse há uma obsessão por trivialidades.

O estigma que reforçava a suposta dificuldade dos fãs em distância a ficção da realidade também outras representações pejorativas como, por exemplo, no jornalismo e no cinema. De acordo com Jenkins (2015, pp. 32-33), “as matérias jornalísticas caracterizavam os fãs como psicopatas cuja frustração na intimidade fantasiosa com as estrelas ou

insatisfação do desejo de conquistar o estrelato tomam rumos violentos ou misantrópicos”. Isto é, a representação estereotipada do público ávido era norteadada por uma perspectiva argumentativa ligada a imagem de um sujeito emocionalmente instável, infantilizado e fora da realidade. O arquétipo do fã ‘descontrolado’, segundo Jenkins (2015) e Duffett (2013), serviu de inspiração para vários filmes. Lançado em 1981, *O Fã - Obsessão Cega* (*The Fan*, no original), tem como premissa central o amor doentio de Douglas Breen (Michael Biehn) por Sally Ross (Lauren Bacal). Na história, o ‘fã’ frustrado por não ter sua paixão correspondida sequestra o ídolo e a ameaça de estupro e morte. Contextos semelhantes podem ser observados em *Escuridão da Morte* (*Fade to black*, no original - 1980) e *Louca Obsessão* (*Misery*, no original - 1992).

No gênero da comédia o estereótipo do fã era pautado por personagens solitários, sempre à margem das situações. Tais como nos longas *Ali Babá é boa bola*, de 1937, (*Ali Baba Goes to Town*, no original) e *Sonhos de um sedutor*, de 1972 (*Play it Again, Sam!*, no original). Como afirma Jenkins (2015, p. 34) “Assim como seus opostos nos filmes dramáticos, esses homens levam vida ingrata, têm poucos laços sociais, relacionamentos românticos frustrados ou perigosos, emprego caótico ou humilhante, geralmente na periferia do *show business*”. Já a figura feminina era retratada pela mídia a partir de um enquadramento machista e sexista (Duffett, 2013). Ao contrário do fã psicótico e do fã cômico, geralmente associados ao gênero masculino, o fã erotizado era explorado através das *groupies*. Assim, o arquétipo da fã orgástica sexualiza a mulher, que além de estar sempre à disposição da estrela pop, proporcionava um espetáculo erótico para o público masculino.



No contexto da imprensa brasileira da década de 1960, a estigmatização do fã por ser observada no termo macaca-de-auditório. De acordo com o dicionário Aurélio, macaca-de-auditório “é a mulher entusiasta de cantores de rádio ou de televisão e que frequenta os programas de auditório”; o Michaelis define: “mulher que é grande admiradora de cantores de rádio e televisão e que frequenta assiduamente os programas de auditório” (Aguiar, 2007, p. 31). O termo foi criado por Nestor de Holanda para definir um certo tipo de participantes nos programas de rádio das décadas de 1940 e 1950. De acordo com Werneck (2013), às palavras macaca e macaco são termos pejorativos para definir de modo ofensivo e inferiorizante a pessoa negra. Assim, ao usar essa palavra, o leitor, estaria-se aceitando as regras do racismo para definir as mulheres negras e seus modos de participação como consumidoras de produtos culturais. “Destacam-se os excessos – de gesticulação, de ruídos, de expressão – buscando destacar o seu oposto, a falta: de modos, de recato, de elegância, de contenção, prescritos às “boas” mulheres da época (Werneck, 2013, p. 1).

## **Os fãs na Intervalo**

Conforme discutimos anteriormente, a seção que nos chamou mais atenção e que é fonte da maioria de nossos questionamentos e inquietações é a ‘Entreviste seu Ídolo’, eleita para ser analisada em profundidade neste artigo. Desde o início do desenvolvimento deste estudo, havíamos enxergado nela oportunidades para entender não somente as estratégias criadas pela revista *Intervalo* para estabelecer uma relação com o seu leitor, mas também e, principalmente, entender

como o leitor participou desta interação e qual foi o perfil deste fã, escolhido para realizar as entrevistas.

Partindo, portanto, desta curiosidade sobre o perfil deste fã que ganhou espaço na revista, elencamos estudar esta seção pela possibilidade de podermos quantificar e qualificar os dados necessários para a análise. Como já exposto, houve um levantamento anterior de todas as seções para que pudéssemos compreender a complexidade e variedade destas estratégias por meio da criação das seções fixas (Magnolo, 2023). O levantamento foi realizado através do acervo digitalizado na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, entre os dias 10 de janeiro de 2021 e 28 de julho de 2021. Optamos por trabalhar com o programa Microsoft Excel, que possibilitou a organização das informações e sua posterior categorização. A análise foi realizada entre os dias 01 de setembro de 30 de setembro de 2023.

A técnica de análise escolhida foi a Análise de Conteúdo (Herscovitz, 2007; Krippendorff, 2004; Sampaio & Lycarião, 2021), método muito pertinente para a área da Comunicação, com inúmeras possibilidades. A Análise de Conteúdo é um conjunto de técnicas de pesquisa voltado para análise sistemática de conteúdos. Além disso, é considerado um método fundamentado na empiria; exploratório no processo; preditivo e inferencial (Krippendorff, 2004). A inferência, portanto, permite extrair conhecimentos sobre os aspectos da mensagem analisada e a apreensão dos elementos subjacentes da mensagem, comportamento, texto, prática comunicativa. Sendo assim, o pesquisador pode fazer suposições sobre os dados de acordo com o contexto histórico, por exemplo.

Para este artigo, os contextos histórico, social e cultural apresentados anteriormente, nos ajudaram a compreender não somente nosso objeto, mas o conteúdo que será analisado. Seria impossível, por exemplo, pensar as seções fixas sem o entendimento de todas as mudanças que a TV trouxe para o Brasil ou a compreensão da necessidade de se criar revistas especializadas na programação televisiva ou mais, a percepção da mudança de comportamento dos leitores e fãs.

Desejamos investigar o perfil do fã que foi escolhido para participar da seção ‘Entreviste seu Ídolo’. Para tanto, foi necessário elencar quais seriam nossas unidades de análise e nos deparamos com uma infinidade de possibilidades conforme apontam Sampaio e Lycarião (2021):

Uma das decisões mais importantes para o desenho da pesquisa da Análise de Conteúdo é a definição da unidade de análise e de possíveis subunidades de análise. Em outras palavras, qual é a unidade de conteúdo sendo investigada (são posts de uma rede social? Editoriais de jornais? Prontuários de pacientes?) e exatamente como o conteúdo está sendo analisado, ou seja, cada palavra está sendo avaliada, ou são frases, ou ainda parágrafos? Ou a unidade de análise é o texto como um todo? (Sampaio & Lycarião, 2021, p. 51)

Nossa unidade de análise, portanto, foram os textos da seção. Para isso, inicialmente, foi feita a transcrição de todas as edições e isso possibilitou, por exemplo, o mapeamento de termos e palavras na análise. Herscovitz (2007) esclarece sobre as possibilidades e os percursos de aplicação da Análise de Conteúdo no campo do jornalismo, defendendo que este método pode ser empregado em diversos estudos que possam expor tendências, interesses, ideologias, entre outros. Sendo assim, é possível definir a análise voltada para produtos jornalísticos como:

método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (Herscovitz, 2007, p. 126)

Uma vez que identificamos a revista Intervalo como nosso principal objeto e a seção ‘Entreviste seu Ídolo’ como nosso *corpus*, a Análise de Conteúdo nos ajudou a organizar e categorizar a grande quantidade de informações que estávamos propondo. Optamos por seguir a aplicação clássica, entendendo que esta atenderia às nossas questões de pesquisa. Propomos que a análise seja restrita à construção da mensagem, focada apenas no texto e suas aplicações culturais e sociais, sem mensurar os efeitos de mídia (Nagy & Gillespie, 2015). Esta decisão está pautada no fato de o veículo não existir mais e de não termos informações o suficiente sobre circulação, público leitor, equipe que lidava com as cartas dos leitores e, por estes e outros motivos, não conseguirmos mensurar os efeitos que as cartas possam ter tido na revista e na sociedade. A seguir, apresentamos a primeira tabela gerada pela análise, contemplando informações básicas sobre cada edição:

## Tabela 1

### Seção 'Entreviste seu Ídolo'<sup>8</sup>

Seção "Entreviste seu Ídolo"						
Nº	Ano	Gênero	Faixa etária	Entrevistado	Ramo de atividade	Local da entrevista
306	1968	Mulher	18 anos	Antonio Marcos	cantor, compositor, humorista e ator	Não menciona
307	1968	Mulher	17 anos	Sílvio César	cantor, compositor	Não menciona
308	1968	Mulher	16 anos	Ronnie Von	cantor, compositor	Casa do cantor
309	1968	Mulher	18 anos	Edgar Franco	ator	Estúdios da TV Excelsior
310	1968	Homem	18 anos	Rosemary	cantora	Casa da cantora
311	1968	Homem	17 anos	Wanderléa	cantora	Casa da cantora
312	1968	Mulher	17 anos	Jerry Adriani	cantor e ator	Não menciona
313	1969	Mulher	16 anos	Wilson Simonal	cantor, compositor	Casa do cantor
314	1969	Mulher	15 anos	Cláudio Marzo	ator	Estúdio
315	1969	Mulher	13 anos	Ted Boy Marino	ator, humorista, lutador	Casa da fã
316	1969	Mulher	15 anos	Leno	cantor	Não menciona
317	1969	Mulher	15 anos	Os Incríveis	banda	Casa do cantor
318	1969	Mulher	18 anos	Wanderley Cardoso	cantor e ator	Não menciona
320	1969	Homem	19 anos	Glória Menezes	atriz	Não menciona

8. É relevante dizer que tiveram algumas edições da revista que não foram contempladas com a seção 'Entreviste seu Ídolo'. São elas: Nº319, Nº321, Nº346, Nº348, Nº350, Nº351, Nº353, Nº359, Nº360 e Nº363.

322	1969	Mulher	29 anos	Aginaldo Timóteo	cantor	Não menciona
323	1969	Mulher	21 anos	Aginaldo Rayol	cantor	Não menciona
324	1969	Homem	23 anos	Gal Costa	cantora e compositora	Casa da cantora
325	1969	Homem	16 anos	Marthinha	cantora	Casa da cantora
326	1969	Mulher	15 anos	Moacyr Franco	cantor	Não menciona
327	1969	Mulher	10 anos	Paulo Sérgio	cantor	Colégio da fã
328	1969	Mulher	22 anos	Francisco Cuoco	ator	Não menciona
329	1969	Homem	22 anos	Vanusa	cantora e compositora	Escritório do empresário
330	1969	Mulher	13 anos	Jô Soares	ator, humorista	Não menciona
331	1969	Homem	Não tem	Manoel de Nóbrega	ator, humorista	Não menciona
332	1969	Homem	Não tem	Luís Gustavo	ator	Cenário de gravação
333	1969	Mulher	14 anos	Juca	cantor	Casa do cantor
334	1969	Mulher	7 anos	Ed Carlos	cantor, compositor	Não menciona
335	1969	Homem	16 anos	Maria Della Costa	atriz	Estúdios da TV Tupi
336	1969	Homem	10 anos	Ronald Golias	humorista	Bastidores da Família Trapo
337	1969	Mulher	13 anos	Carlos Alberto Badan	humorista	Estúdio Praça da Alegria
338	1969	Mulher	10 anos	Cidinha Campos	atriz, apresentadora	Casa da atriz
339	1969	Mulher	17 anos	Kalil Filho	radialista, apresentador, diretor	Estúdio TV Record
340	1969	Homem	17 anos	Silvinha	cantora	Não menciona
341	1969	Mulher	15 anos	Geraldo D'El Rey	ator	Não menciona
342	1969	Mulher	12 anos	Demétrius	cantor e compositor	Não menciona

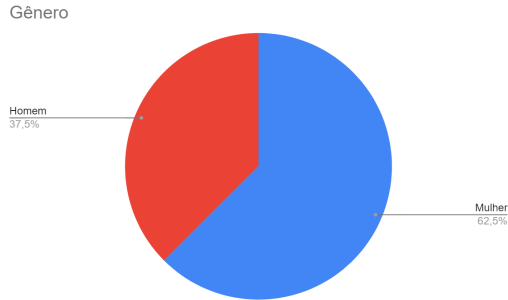
343	1969	Homem	20 anos	Ângela Maria	cantora	Casa da cantora
344	1969	Mulher	10 anos	Erasmus Carlos	cantor e compositor	Casa do cantor
345	1969	Homem	10 anos	Walter D'Ávila	ator, humorista	Estúdio Praça da Alegria
347	1969	Homem	8 anos	Topo Gigio	personagem infantil	Estúdio do programa
349	1969	Homem	15 anos	Elizabeth	cantora	Casa da cantora
352	1969	Mulher	15 anos	Marília	atriz	Casa da atriz
354	1969	Mulher	15 anos	Stênio Garcia	ator	Estúdio TV Record
355	1969	Homem	19 anos	Plínio Marcos	ator	Bastidores Beto Rockefeller
356	1969	Homem	13 anos	Regina Duarte	atriz	Estúdio TV Excelsior
357	1969	Mulher	17 anos	Gian Carlo	ator	Não menciona
358	1969	Mulher	16 anos	Eva Wilma	atriz	Estúdio TV Tupi
361	1969	Mulher	10 anos	Paulo Figueiredo	ator	Estúdio TV Tupi
362	1969	Homem	9 anos	Silvio Santos	apresentador	Teatro Tupi

Tabela elaborada pelas autoras.

Em relação ao gênero dos fãs que integraram a seção, 62,5% são mulheres e apenas 37,5% são homens. As métricas ressaltam não só o perfil do consumidor ávido dos conteúdos abordados pela *Intervalo* como também vai ao encontro de outros estudos sobre a cultura de fãs. De acordo com Jenkins (2015), de modo geral os fandoms são compostos em maioria por mulheres.

## Gráfico 1

*Porcentagem de gênero dos fãs que participaram do 'Entreviste seu Idolo'*



Elaborado pelas autoras.

Este levantamento dialoga diretamente com pesquisas anteriores, que comprovaram que o público da revista Intervalo era majoritariamente feminino (Magnolo, 2023). Isso nos mostra que a revista optou, nesta seção, satisfazer e atender a esta demanda do gênero feminino. Entretanto, é importante ressaltar, através da Tabela 1, a abrangência da faixa etária das leitoras que participaram da seção. Mesmo não sendo uma publicação infantojuvenil, várias meninas entre 10 e 15 anos entrevistaram os seus ídolos.

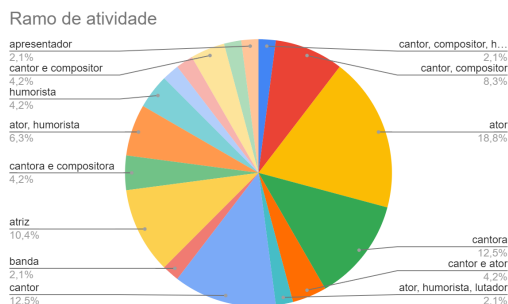
Obedecendo um padrão já estabelecido (Magnolo, 2023), a maioria das entrevistas aconteceram nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, locais em que havia sucursais da revista. Isso, muito possivelmente, dialogou com a estrutura da TV naquela época, onde os mais importantes e assistidos programas eram gravados nos grandes estúdios das capitais.



Ao pensar sobre a classe social, levamos em conta que a revista tinha leitores que possuíam aparelho de TV em casa, sendo, portanto, pertencentes à classe média, mas, também, atingia um público que, por vezes, assistia televisão na casa de algum familiar ou vizinho ou era leitor de Intervalo através de algum estabelecimento, como salões de beleza, por exemplo.

## Gráfico 2

*Gráfico referente ao ramo de atividade dos artistas*



Elaborado pelas autoras.

Em relação ao ramo de atividade dos artistas que foram entrevistados por seus fãs é possível perceber a predominância das artes cênicas, em específico de atores (18,8%) e de atrizes (10,4%). Isso dialoga com o fato de a maioria dos leitores da revista, ao participarem da seção de cartas, se referirem à TV enquanto meio de comunicação, ou seja, escreviam sobre programas, artistas, cantores, filmes, telenovelas, entre outros. Isso é evidenciado no gráfico a seguir:

Ao analisar sobre os interesses dos leitores, é possível observar uma distinção. Segundo Magnolo (2023, p. 209), ‘enquanto os homens

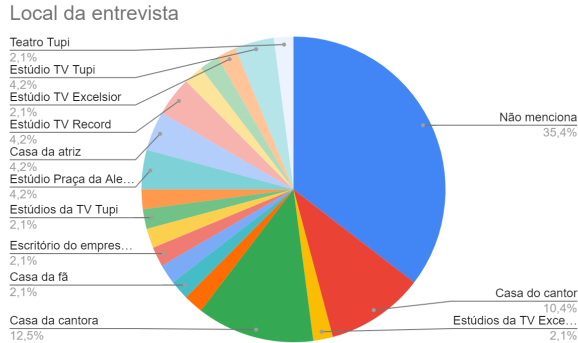
tiveram mais interesse nos festivais de música, programas humorísticos e outros gêneros, as mulheres tiveram maior curiosidade sobre os programas musicais, de auditório, telenovelas, telejornais, filmes e séries'. Os temas abordados foram variados. Isso nos leva a inferir, por exemplo, que essa diversidade de programas presentes nos trechos das cartas ao longo dos anos dialogou com as mudanças feitas pela própria TV (Bergamo, 2010), mas também com a nova realidade tecnológica e cultural da época (Williams, 2016).

De acordo com Jenkins (2015), no âmbito da ficção, ao conhecer as informações dos bastidores o espectador tem a opção de assistir as cenas com a suspensão da descrença ou com respeito renovado pela perícia e competência técnica que tornava a cena crível. Deste modo, ao visitar o seu ídolo no estúdio em que o programa era gravado os fãs passavam a ter uma nova perspectiva da atração e se sentiam mais próximos dos artistas. Durante os anos de 1968 e 1969 o maior interesse dos leitores estava nas séries, telenovelas, filmes e programas de auditório (Magnolo, 2023).

Além disso, a revista Intervalo sempre deixou claro, desde sua primeira edição, que sua função era ser essa companheira e amiga do leitor, trazendo o que havia de mais recente e curioso no mundo da televisão brasileira (Magnolo, 2023). A seguir, é apresentado o gráfico que mostra os locais em que as entrevistas foram realizadas. Chamamos a atenção para a grande quantidade de ocorrência de encontros que foram promovidos nos estúdios das emissoras de TV.

### Gráfico 3

*Gráfico referente ao local em que as entrevistas foram realizadas*



Elaborado pelas autoras.

A partir da amostra também realizamos a busca por termos relacionados à palavra fã. Além de reforçar a relação passional com o conteúdo midiático, as recorrências dialogam com a forma como os fãs eram representados na mídia. O estigma é pautado pelo viés do fanatismo, em que o público não conseguem separar a realidade da ficção e tem uma relação tóxica com o ídolo.

As maiores ocorrências foram com os termos ‘Público’, com 31 aparições e ‘Fã’, com 19. Isso reflete o modo como a revista definiu os entrevistados e os apresentou na seção. Na maioria dos casos, o texto deixou claro que aqueles jovens que estavam realizando a entrevista eram, de fato, fãs daquelas personalidades. No caso da mulher, podemos observar a constante associação do gênero a questões ligadas ao casamento e ao âmbito amoroso. Indo ao encontro do arquétipo das

*groupies*, mulheres não são capazes de manter um distanciamento crítico da imagem, elas querem tomá-la para dentro de si, querem fazer parte.

**Tabela 2**

*Busca por termos relacionados aos estereótipos dos fãs*

Termo	Recorrências
Fã(s)	19
Fan	0
<del>Tiete</del>	0
Admirador (a)	2
Adorador (a)	0
Apreciador (a)	0
Apaixonado (a)	8
Fanático (a)	4
Aficionado (a)	0
Maniaco (a)	0
Obcecado (a)	0
Entusiasta	0
Fascinado (a)	2
Groupie	0
Auditório	7
Platéia	0
Público	31
Telespectador (a)	0
Fã-Clube	0

Elaborado pelas autoras.

## Considerações Finais

A análise apresentada apoiou-se fortemente no caráter interacionista do Jornalismo, entendendo como que a revista *Intervalo* teve

de interagir com o seu leitor, principalmente com a criação das seções fixas e, no caso deste trabalho, através da seção “Entreviste seu Ídolo”. Além disso, é possível dizer que essa forma de comunicação promovida pela revista foi possível graças à reciprocidade desenvolvida com seus leitores, mas também a alimentação da cultura de fã, através da realização de um sonho.

Desde os anos iniciais, a televisão trabalhou com a linguagem audiovisual, tornando possível, por exemplo, que o telespectador percebesse as sutilezas como expressões e gestos dos apresentadores que potencializavam a apreensão de traços afetivos presentes nas informações. Já a revista Intervalo, por exemplo, oferecia recursos limitados ao texto e à fotografia para criar a interação com o leitor, porém, o que pudemos comprovar é que o semanário explorava seu conteúdo através da descrição rica dos personagens, lugares, sensações e, principalmente, a criação das seções fixas, que traziam palavras e situações que faziam parte de um universo de experiência coletiva.

## Referências

Amaral, A., Mombach, B. A., & Muller, S. F. (2022). Estudos de fãs no Brasil: levantamento de artigos publicados em periódicos na área de Comunicação. *Revista Temática*, 18(12), 185-200.

Augé, M. (1998). *La guerra de los sueños*. Gedisa.

Barbosa, M. (2010). Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In A. P. Goulart Ribeiro, I. Sacramento, & M. Roxo (Orgs.), *História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje* (pp. 15-37). Contexto.

- Barbosa, M. (2013). *História da comunicação no Brasil*. Vozes.
- Bergamo, A. (2010). A reconfiguração do público. In A. P. Goulart Ribeiro, I. Sacramento, & M. Roxo (Orgs.), *História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje* (pp. 59-85). Contexto.
- Booth, P. (Ed.). (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. John Wiley & Sons.
- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom - An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Bloomsbury.
- Fernandes, C. D. (1968). Que acha dos protestos? (Seção Entreviste seu Ídolo). *inTerValo*, (310), 18-20. <https://bit.ly/46GHQJU>
- Fischer, S. R. (2006). *História da Leitura*. Editora UNESP.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, L. (Eds.). (2017). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York University Press.
- Herscovitz, H. G. (2007). Análise de conteúdo em jornalismo. In C. Lago, & M. Benetti (Eds.), *Metodologia de pesquisa em jornalismo* (pp. 123-142.). Vozes.
- Hoineff, N. (1996). *A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes*. Comunicação Alternativa.

- Jenkins, H. (2015). *Invasores do Texto - Fãs e cultura participativa*. Marsupial Editora.
- Jensen, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In L. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience* (pp. 9-29). Routledge.
- José, A. L. (1969). “Que você acha da juventude atual?” (Seção Entreviste seu Ídolo). in *TerValo*, VII(330), 18-20. <https://bit.ly/46BwKWq>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Magnolo, T. S. (2018). *A construção narrativa do Festival de MPB de 1967 nas páginas da revista “Intervalo”* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6634>
- Magnolo, T. S. (2023). “Intervalo para Conversa”: a carta do leitor de revista e a formação do público da TV brasileira nos anos 1960 e 1970 [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. Repositório da Universidade Federal de Juiz de Fora. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/15208>
- Mattos, S. A. S. (2010). *História da Televisão Brasileira – uma visão econômica, social e política*. Editora Vozes.
- Nagy, R., & Gillespie, E. (2015). Representing Reconciliation: a new frame analysis of print media coverage of Indian residential schools. *Transitional Justice Review*, 1(3), 1-39.

- Sampaio, R. C., & Lycarião, D. B. S. (2021). *Análise de Conteúdo Categorical: Manual de Aplicação*. ENAP.
- Sandvoss, C. (2005). *Fans: The Mirror of Consumption*. Polity Press.
- Sandvoss, C., Gray, J., & Harrington, C. L. (2017). Introduction: Why Still Study Fans? In J. Gray, C. Sandvoss, & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* (pp. 1-26). New York University Press.
- Sodré, M. (1975). *A comunicação do grotesco*. Editora Vozes.
- Sodré, M. (2010). *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Editora Vozes.
- Storch, L. (2013). Revista e Leitura: sujeitos em interação. In F. M. B. Tavares, & R. Schwaab (Eds.) *A revista e seu jornalismo* (pp. 132-145). Penso Editora Ltda.
- Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. PUCMinas.



# **A NARRATIVA SOBRE POVOS ORIGINÁRIOS E O (DES)CASO DOS YANOMAMI EM SITES DA WEB: UM ESTUDO DE FRAMING**

*Jorgelene dos Santos Oliveira<sup>1</sup>*

Crime de genocídio ou mero descaso. O que levou o povo Yanomami que vive na região Norte do Brasil a chorar a morte de quase 600 crianças que poderiam estar vivas, se tivessem sido atendidas em suas necessidades mais básicas? Os crimes contra os povos originários vêm sendo cometidos ao longo de quase seis séculos, desde que os primeiros desbravadores europeus adentram na Amazônia nos Séculos XVI e XVII. As narrativas a respeito desses povos eram construídas por meio de relatos oficiais. Atualmente a imprensa cumpre parte desse papel.

---

1. Doutora em Jornalismo e Estudos Mediáticos pela Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal).  
Jornalista na Universidade Federal do Oeste do Pará (Ufopa)  
[jorgelene.oliveira@ufopa.edu.br](mailto:jorgelene.oliveira@ufopa.edu.br)

Esta investigação tem como objetivo geral analisar as narrativas sobre os povos originários, construídas a partir de textos noticiosos publicados em portais da web, tomando como base os casos das mortes sofridas pelo povo Yanomami, que vive na Terra Indígena (TI) Yanomami, em Roraima, na Amazônia Brasileira, que foram publicados durante fins do mês de janeiro e início de fevereiro do ano de 2023, no contexto da denúncia de invasão das terras indígenas, por garimpeiros, feita pelo então recém empossado presidente do Brasil Luiz Inácio Lula da Silva, ao visitar aquelas terras onde essa população sobrevive.

Os textos, selecionados por meio de pesquisa aleatória em sites que produzem conteúdo em diferentes regiões do Brasil serão analisados com base nas teorias de Semetko e Valkenburg (2000), que definiram quatro tipos de enquadramento (interesse humano, conflito, consequências econômicas e responsabilidades); Oliveira (2022) que, ancorada na teoria anterior, criou um quinto tipo de enquadramento (consequências ambientais); Soares (2019) que ajuda a definir os sentidos de enquadramento, em textos noticiosos e Orlandi (1995) e sua teoria do silêncio fundador.

A presente investigação está estruturada em duas partes: inicialmente um tópico teórico em que se apresenta o Jornalismo como elemento de percepção e construção de uma realidade sobre os povos originários. Esse debate ancora-se numa perspectiva histórica. Considera-se a relevância desses textos (jornalísticos) na construção de sentido sobre essas populações. O silêncio constitutivo e o sentido do silêncio (Orlandi, 1995) no extermínio dos povos originários são debatidos à luz do caso das mortes e doenças enfrentadas pelos Yanomami. Nesse tópico, apresenta-se uma contextualização sobre essa população.

Na segunda parte, discute-se os aspectos teóricos-metodológicos, descreve-se o caminho percorrido para alcançar o objetivo geral que é o de analisar as narrativas sobre os povos originários em textos noticiosos tomando como base o caso dos Yanomamis, faz-se uma caracterização dos veículos selecionados e detalha-se a construção do corpus da pesquisa. Aqui também, são apresentados os pormenores das análises dos textos selecionados, seguida da caracterização dos tipos de enquadramentos adotados e as abordagens enfatizadas, bem como as narrativas construídas sobre o tema, à luz das teorias elencadas.

### **Jornalismo e a construção de sentidos sobre os povos originários: uma perspectiva histórica**

A partir do estudo de textos noticiosos é possível entender como as notícias são importantes ferramentas de construção de sentido na atualidade, cuja análise possibilita a verificação da existência ou não de estereótipos construídos sobre as populações indígenas.

A imprensa no Pará surge em 22 de maio de 1822, com a criação do jornal ‘O Paraense’. Esse fato foi estudado por Seixas et al. (2021), seus questionamentos abrangem como os jornais do Pará, na segunda metade do século XIX, apresentavam a região para seus leitores.

As polifonias do discurso presentes naqueles periódicos apresentam vozes que representam atores sociais que, por sua vez, revelam pelos ditos narrativos, ali em variados gêneros jornalísticos, em que a classe dominante se estabelece pela luta do controle das hierarquias e da hierarquização. Em síntese, inserido nessa dinâmica as fracções sociais dominantes que possuem um capital econômico se impõem como legitimadoras das práticas do cotidiano. Tudo isso registrado pela imprensa

que promove uma seleção argumentativa da realidade a partir da objetividade de mundo de tais classes. (Seixas, 2021, p. 167)

Para Barbosa (2016 *cit. in* Munaro, 2021), o jornalismo, em qualquer tempo, é um lugar de produção de memórias. É por meio da revisitação a essas narrativas que se inicia o processo de compreensão dos sentidos, que hoje nos parecem dados de forma aleatória, como é, por exemplo, o nome do rio Amazonas.

A questão que vale a pena se perguntar, a partir desta constatação inicial, é como esta evocação relativa às “amazonas”, as indígenas que lutaram aguerridamente contra os espanhóis, passou a ser utilizada por letrados regionais na forma de uma Amazônia razoavelmente bem delineada no tempo e no espaço, dotada de inteligibilidade própria, de memória e identidade capazes de situá-la como um ente individualizado dentro da nação brasileira. (Munaro, 2021, Introdução)

De um lado, as informações publicadas nos jornais; de outro, os intelectuais, a sociedade. O jornalismo é o mediador, a sociedade (intelectuais) se apropria dessas informações e cria uma espécie de pertencimento ao compartilhar as mesmas ideias.

O uso da expressão Amazônia aparece bem sólido nos anos 1880 em Belém do Pará, com intelectuais como José Veríssimo, Inglês de Sousa, Marques de Carvalho e Bispo Macedo da Costa, sempre a partir de um diálogo que se esboça nos jornais publicados em Belém. O mesmo não se pode dizer da imprensa em Manaus, muito mais preocupada com a delimitação do espaço provincial do Amazonas, já que a província do Amazonas possuía então apenas 30 anos de existência. (Munaro, 2021, p. 12)

Munaro et al. (2021) propõem-se a entender a formação de uma ‘consciência regional amazônica, por meio do estudo dos jornais impressos no período de 1880 a 1930, que corresponde ao ciclo da borracha na Amazônia até a gestão do então presidente da República Getúlio Vargas. Os autores problematizam questões vinculadas à memória e à consolidação da identidade regional, a partir das narrativas dos jornais regionais, que integram o todo da nação e ajudam a espelhá-lo para o interior do país (Munaro, 2021).

Os lugares amazônicos, na medida em que crescentemente habitados por uma mescla de povos indígenas, europeus ou africanos, foram se tornando um “centro de significados” a partir do qual experiências híbridas foram narradas, verbalizadas e disponibilizadas em documentos escritos. (Munaro, 2021, p. 9)

Considerando a argumentação de Munaro (2021), em que é possível entender a formação de uma “consciência regional” amazônica, com base nos estudos dos jornais impressos, notadamente do século XIX, e com base nos estudos de Seixas et al. (2021), podemos entender que a partir desses estudos a formação da ideia de uma Amazônia moderna se deu de forma diversa em diferentes localidades, pondo em oposição capital (Belém) e interior (regiões fora do eixo central do estado do Pará).

Na tese dos autores citados acima os atos enunciativos dos jornais, mesmos os menores, no século XIX, iniciaram o processo de construção de sentidos sobre a região amazônica. Seus habitantes, à época os povos originários, não foram excluídos desse escopo. É disso que se ocupa esta investigação.

## ***O (des)caso das mortes entre os Yanomamis: uma contextualização***

De acordo com dados que vem sendo registrados desde a década de 1990 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a comparação dos ritmos de crescimento para as categorias de cor ou raça nos dois períodos, 1991/2000 e 2000/2010, permitiu detectar mudanças significativas nas quantidades de pessoas que se declararam indígenas. Em 2000, as declarações indígenas aumentaram substancialmente em relação a 1991, enquanto, em 2010, mantiveram-se em patamares similares a 2000.

<b>População indígena, por situação do domicílio, segundo a localização do domicílio – Brasil - 2010</b>			
Localização do domicílio	População indígena por situação do domicílio		
	Total	Urbana	Rural
Total	896 917	324 834	572 083
Terras Indígenas	517 383	25 963	491 420
Fora de Terras Indígenas	379 534	298 871	80 663

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010.

*Nota.* Adaptado de Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010).

O Censo pelo IBGE feito em 2010, por meio de parceria com a Fundação Nacional do Índio que teve em 2023, a sua nomenclatura alterada, a partir da criação do Ministérios dos Povos Originários, para Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI), contabilizou 17 mil indígenas Yanomami, em 300 comunidades. Há registros de Yanomami

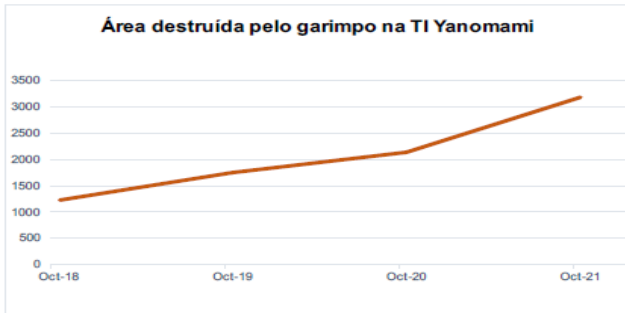
também em áreas na Venezuela. O líder indígena Davi Kopenawa (Brasil) alerta para a destruição na natureza, a partir da sua cosmovisão.

A terra-floresta só pode morrer se for destruída pelos brancos. Então, os riachos sumirão, a terra ficará friável, as árvores secarão e as pedras das montanhas racharão com o calor. Os espíritos xapiripê, que moram nas serras e ficam brincando na floresta, acabarão fugindo. Seus pais, os xamãs, não poderão mais chamá-los para nos proteger. A terra-floresta se tornará seca e vazia. Os xamãs não poderão mais deter as fumaças-epidemias e os seres maléficos que nos adoecem. Assim, todos morrerão. (Yanomami, s.d., par. 2).

A invasão de garimpeiros nas terras indígenas é hoje um dos principais problemas enfrentados pelos povos originários. Cerca de 20 mil garimpeiros estavam dentro da TY, em janeiro de 2023. Muitos deles, chegaram até a TIY com o aval do, então presidente Jair Bolsonaro, que flexibilizou as regras de exploração de ouro em terras indígenas. De acordo com dados do relatório intitulado “Yanomami sob ataque: garimpo ilegal na terra Yanomami e estratégia para combatê-lo”, divulgado em abril de 2021 e que demonstra os piores momentos de invasão das Terras Indígenas. Em um período de quatro anos, entre 2016 e 2020, o garimpo na TIY cresceu 3.350%.

No gráfico abaixo, a linha crescente mostra os números da invasão entre os anos de 2018 e 2021.

## Gráfico 1



*Nota.* Área destruída pelo garimpo na TIY de outubro de 2018 a outubro de 2021. Hutukara Associação Yanomami e Associação Wanasseduume Ye'kwana. (2022, p. 9).

Essa invasão - de garimpeiros na TIY - é considerada, por especialistas, como um dos principais fatores que levaram ao alto índice de doenças e mortes entre os Yanomami.

Em 2021 a destruição provocada pelo garimpo na TIY cresceu 46% em relação a 2020. Houve um incremento anual de 1.038 hectares, atingindo um total acumulado de 3.272 hectares. Esse é o maior crescimento observado desde que iniciamos o nosso monitoramento em 2018, e, possivelmente, a maior taxa anual desde a demarcação da TIY em 1992. (Hutukara Associação Yanomami, & Associação Wanasseduume Ye'kwan, 2022, p. 15)

As crianças estão entre as mais atingidas. De acordo com os dados do Instituto Sócio Ambiental (ISA), cerca de 570 crianças morreram de causas evitáveis, como por exemplo, a doença de kwashiorkor, conhecida popularmente como desnutrição. Reconhecido pelos indígenas, o



problema da falta de alimentação agravou-se pela invasão garimpeira na terra indígena.

Segundo relatam indígenas da região, com o aprofundamento das relações com o garimpo, muitas famílias deixaram de cultivar suas rocas e tornaram- -se dependentes de trocas desiguais com os garimpeiros. Alguns trabalham como carregadores em troca de pagamento em dinheiro ou ouro para depois comprar nas cantinas dos acampamentos, onde 1 quilo de arroz ou um frango congelado custam 1 grama de ouro ou 400 reais. (Hutukara Associação Yanomami, & Associação Wanasseduume Ye'kwana, 2022, p. 83)

Em 2019, relatório do UNICEF já denunciava a desnutrição de crianças Yanomamis o que levou o Supremo Tribunal Federal (STF) a determinar, em 2021, que o então que Jair Bolsonaro, presidente do Brasil à época, explicasse, em cinco dias, a situação dos indígenas da etnia Yanomami. O ministro do STF Luís Roberto Barroso exigiu que o governo informasse a situação nutricional, o acesso à água potável e a serviços de saúde e medicamentos. Mais uma vez, o então Governo silenciou. O caso chegou a ser noticiado na imprensa, porém não ganhou repercussão.

Em janeiro de 2023, o recém empossado presidente do Brasil Luiz Inácio Lula da Silva, fez uma visita aos Yanomami. O fato ganhou repercussão nacional e até internacional na imprensa. A partir de então, meios de comunicação brasileiros e estrangeiros passaram a divulgar o caso de mortes e doenças e falta de alimentação entre os Yanomami. A repercussão dessa visita demonstrada por meio da publicação de várias reportagens denunciando o caso é o objeto principal do qual se ocupa esta investigação.

### ***O silêncio constitutivo e o sentido do silêncio no extermínio dos povos originários à luz do caso dos Yanomami***

Não é de hoje que os povos originários são atingidos diretamente por ações governamentais e políticas de ocupação dos seus territórios que levam, além da expulsão de suas terras, à morte e consequente extermínio. Não há um consenso entre os autores, porém estima-se que nos séculos XVI e XVII na época da ocupação do território amazônico pelos europeus, viviam nessas terras de 15 milhões de indígenas.

A Amazônia é uma realidade complexa e ameaçada, marcada por contrastes entre riqueza e pobreza; entre o grande patrimônio ambiental e a propriedade privada entre os principais projetos de mineração, a silvicultura e as centrais hidrelétricas, e o abandono dos povos cultivos perenes e à sobrevivência da agroecologia das comunidades tradicionais. (Boing, 2022, p. 36)

Um número incalculável de índios morreu com as doenças introduzidas pelo branco, outros refugiaram-se nas matas do interior subindo rios e igarapés; outros ainda, talvez a maioria, foram aprisionados e levados para o trabalho servil. Com o despovoamento das margens do Amazonas começou o *descimento* [grifo adicionado] dos índios do interior (Porro, 2020, p. 10).

No período de quatro anos (2018 a 2022), o Conselho Indigenista Missionário (CIMI), que em 2023 tinha então como presidente, Luiz Ventura Fernandes, fez cerca de 6 mil postagens em suas redes sociais denunciando o caso de doenças e morte entre os Yanomami. Essas postagens (denúncias) não tiveram repercussão na grande imprensa.

Não é de hoje que isso ocorre. O silenciamento dos povos originários é uma prática adotada, desde o início da ocupação da Amazônia

pelos europeus, o que persiste até os dias atuais. Esse ‘apagamento’ pode ser explicado a partir da afirmação de que “Impor o silêncio não é calar o interlocutor, mas impedi-lo de sustentar outro discurso (Orlandi, 1995, p. 105). Ao deixar de publicar informações sobre eventos da vida e do cotidiano desses povos, ouvindo-os como fontes a mídia impõe um certo tipo de silenciamento, mesmo essas informações sendo disponibilizadas em canais específicos de comunicação que pertencem às organizações que reúnem esses povos.

Ao organizar a experiência e produzir sentidos de maneira tão específica, o noticiário torna-se “mitologia”: uma produção simbólica ritualizada, tal qual a religião, a ciência e a arte, que procuram dar sentidos a um mundo frágil e contraditório (Costa, 2021 pp. 4-5).

Essa maneira específica pode ser interpretada como esses eventos extremos que atingem essas populações. Nesse caso notadamente, foi a morte de 570 crianças causadas pela invasão de garimpos e consequente falta de assistência do Estado. Em outros períodos, refere-se às queimadas, desmatamentos ou até recentemente à estiagem que assola a região amazônica em setembro e outubro do ano de 2023.

### **Aspectos dos procedimentos teóricos-metodológicos**

A partir das ideias defendidas por Orlandi (1995), a construção de sentido pode ser analisada à luz da semiótica, considerando o conceito de silêncio fundador, que norteia toda significação, como sendo a condição da produção de sentido.

A autora diferencia o conceito de silêncio fundador do conceito de implícito. “O silêncio não é o vazio, o sem sentido; ao contrário, ele é o indício de uma totalidade significativa. Isto nos leva a compreensão

do ‘vazio’ da linguagem como um *horizonte* e não como uma *falta*’, (Orlandi, 2015, p. 70), ou seja, o silêncio é entendido como uma ideia de significação. O silêncio não se constitui por meio da ausência de palavras pois elas podem vir carregadas de silêncio quando implicam em rupturas significativas na relação de sentido (Orlandi, 1995).

Para cumprir o objetivo geral de identificar os Enquadramentos (Soares, 2009) que levam à construção de sentidos (Orlandi, 1995) sobre os povos originários em notícias publicadas por sites progressistas na internet, com forte atuação regional, foram selecionados textos sobre o tema elencado publicados nos meses de janeiro e fevereiro de 2023 nos seguintes portais de notícia: Brasil de Fato (BdF), sede regional de São Paulo, pois foi nesta sede que ocorreram as publicações, Amazônia Real e Sumaúma. Este último, foi o primeiro a publicar as denúncias.

Os textos elencados para a análise foram publicados por ocasião da denúncia feita pelo Governo Federal do Brasil ao visitar a TIY no estado de Roraima (RR). Foram analisados textos publicados no período de janeiro e fevereiro de 2023, datas imediatamente posteriores à denúncia, quando ocorreu a maior repercussão do fato.

Os textos, selecionados por meio de pesquisa aleatória, foram analisados com base na teoria de Semetko e Valkenburg (2000). As autoras falam de quatro tipos de enquadramentos (interesse humano, conflito, consequências econômicas e responsabilidades); Oliveira (2022) identifica um quinto tipo de enquadramento (consequências ambientais). Esse quinto tipo de enquadramento criado pela autora para analisar as reportagens sobre a Amazônia no telejornalismo brasileiro e português Oliveira (2022). As análises são pautadas em Motta (2007) e Soares (2019).

O site Sumaúma, foi o primeiro a publicar o assunto. Essa publicação ocorreu no dia 20 de janeiro de 2023, a partir da denúncia de uma “fonte indígena”. Após esta data, os outros veículos de comunicação, incluindo os portais de internet, publicaram o caso exaustivamente, motivados pela visita então recém eleito presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva e sua comitiva, que estiveram na TIY, no dia 21 de janeiro de 2023.

As análises partem de um quadro no qual constam: a identificação do veículo, o título e subtítulo da reportagem, o enunciado (primeiro parágrafo) a categoria seguida da representação e em seguida o enquadramento predominante a partir da classificação das autoras Semetko e Valkenburg (2000).

Além de títulos e subtítulos foram selecionados para análise os enunciados do primeiro parágrafo da reportagem, ou seja, o *Lead* (guia) que é o texto que responde às seis perguntas básicas a respeito do assunto (Que, Quem, Quando, Onde Como e Por quê?), e serve como guia para o leitor. Pela regra da escrita jornalística, o restante do texto deve ser escrito em formato de pirâmide invertida, ou seja, do aspecto mais recente para o menos recente e do mais importante para o menos importante por isso, acredita-se que ao analisar esses trechos elencados tem-se uma ampla descrição do assunto abordado.

Após uma leitura flutuante (Bardin, 1977), foram elencadas as seguintes categorias para a análise 1) prestação de socorro, que foi subdivida em outras três sub categorias: ação do governo, ação da justiça, ação de saúde. A outra categoria foi: 2) invasão dos garimpeiros, seguida de 3) população atingida, sub categoria crianças atingidas e 4) genocídio.

O enquadramento com maior ocorrência foi o de “responsabilidade” atribuída ao Governo do então presidente do Brasil Jair Bolsonaro (2018-2022), seguido de “interesse humano”.

O BdF, sede regional de São Paulo, que publicou o maior número de reportagens, no período analisado, no total foram cinco textos, classificou o fato como “tragédia humanitária”: “Governo cria comitê interministerial para enfrentar tragédia Yanomami” foi o título de reportagem veiculada no dia 21 de março de 2023 na qual ressalta a criação de um “comitê” para enfrentar a crise. Entre os dias 21 e 27, seguiu publicando texto na qual ressalta “o apagão de dados’ sobre as doenças que atingiam a população yanomami, a “inação” do então Governo brasileiro para com aquela população.

“Doenças curáveis”, “negação de mais de cem pedidos de ajuda”, “padeciam” foram os termos priorizado pelo veículo em suas reportagens. Seguindo a tendência de enquadrar o fato como “responsabilidade” o BdF publicou: “Nos últimos anos, as comunidades vêm sofrendo com a presença do garimpo ilegal, falta de comida, contaminação da água e o descaso ao longo da gestão de Jair Bolsonaro (PL)” (BdF, 21/01/2023).

No site Amazônia Real que definiu o ocorrido como uma “guerra”, enquadrando o caso no interesse humano, com um relato que dramatiza a reportagem foram dois publicações no período. Palavras como “cena”, “rostinho frágil” e comparação com a cenas de cinema até chegar ao relato reproduzido a seguir:

A cena parecia de cinema, mas aconteceu diante dos olhos da médica Gabriela Mafra. Ao tentar dar um remédio contra a malária, a doutora segurou o rostinho de uma criança e achou que ela estava se engasgando. A frágil Yanomami se contorcia. E aí Gabriela viu algo na boca dela. “Era um verme, um verme

muito grande. As crianças estavam com vermes saindo pela boca”, relembra, num relato chocante. (Lima, 2023b, par. 2)

Outros termos que apareceram nas reportagens do site Amazônia Real foram: “Cenário de guerra”, “enfrentamento” e “crise humanitária”. Aqui, o enquadramento também foi de responsabilidade: “Crianças yanomami foram as maiores vítimas”. A palavra vítima refere-se à falta de ação do então governo brasileiro.

O titular da Secretaria de Saúde Indígena (Sesai), Ricardo Weibe Tapeba, concedeu uma entrevista coletiva na manhã desta terça-feira (24), em Boa Vista (RR), para falar sobre os trabalhos de enfrentamento da crise humanitária e sanitária que envolve o povo Yanomami. Na ocasião, Tapeba anunciou a construção de hospital de campanha, em Boa Vista, para receber os indígenas, e comparou o cenário encontrado ao de uma “guerra”. (Lima, 2023a, par. 2).

O portal Sumaúma publicou três textos no período analisado, um deles com o seguinte título: “Não estamos conseguindo contar os corpos”, um dia antes da visita do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O primeiro parágrafo da reportagem complementa o título: Dados obtidos por SUMAÚMA apontam que, nos 4 anos de governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), 570 crianças com menos de 5 anos morreram no território Yanomami pelo que as estatísticas chamam de “mortes evitáveis” (Machado et al., 2023, par. 2).

Daí em diante, Sumaúma classifica o fato como: “Genocídio” e segue publicando a repercussão: “Yanomami gera primeiro movimento humanitário de reconstrução do Brasil”, acerca da força-tarefa deflagrada pelo Governo Brasileiro para atender a população. Termos

como “genocídio”, “horror provocado”, “refém” “manipulação do ódio” são utilizadas nos textos seguintes, reforçando o enquadramento de responsabilidade atribuído ao governo do então presidente do Brasil Jair Bolsonaro (PL).

## **Conclusão**

A narrativa sobre os povos originários brasileiros vem sendo construída há pelo menos cinco séculos, desde que os primeiros navegadores europeus desembarcaram na Amazônia nos séculos XVI e XVII. Esse papel, na atualidade, cabe aos veículos noticiosos.

Para compreender as narrativas sobre os povos originários que vem sendo construída pela imprensa buscou-se analisar as notícias publicadas em portais da web sobre o caso de mortes e abandono dos indígenas Yanomami, denunciado em janeiro de 2023 pelo Governo Brasileiro, com grande repercussão tanto na imprensa brasileira quanto internacional.

Os resultados apontam para uma cobertura com diferentes temas que apontam para: genocídio, crise humanitária, desnutrição, carência de saúde e até uma guerra. O principal enquadramento identificado foi o de “responsabilidade”, atribuída ao Governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, seguido de interesse humano.

Nas reportagens analisadas, identificou-se a utilização de opiniões e imagens de fontes indígenas, ainda que em menor número. Ainda assim, as abordagens apresentadas contribuem muito pouco para ampliar o conhecimento sobre as populações tradicionais da Amazônia brasileira, já que só focam nessas populações em situações extremas, não mostrando suas ações e atividades na floresta, principalmente, na preservação da



vida e do ambiente. Com isso, reforçam noções estruturadas ao longo de cinco séculos e ainda reafirmar estereótipos construídos desde então.

## Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Boing, J. (2022). *Amazônia e o modelo desenvolvimentista: resistência e participação comunitária na Transamazônica e na BR-163 – Santarém Cuiabá*. Editora NAEA.

Costa, V. M. T. A Amazônia “nossa” de cada dia no jornalismo de televisão. *Intexto*, (52), e-91822. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.91822>

Hutukara Associação Yanomami, & Associação Wanasseduume Ye'kwana. (2022, abril). *Yanomami sob ataque: garimpo ilegal na Terra Indígena Yanomami e propostas para combatê-lo*. Instituto Socioambiental.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). Principais resultados. *IBGE*. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9677&t=destaques>

Lima, L. (2023a, janeiro 24). Yanomami: “É um cenário de guerra”, diz Sesai. *Amazônia Real*. <https://amazoniareal.com.br/yanomami-cenario-de-guerra/>

Lima, L. (2023b, janeiro 30). Crianças Yanomami foram as maiores vítimas. *Amazônia Real*. <https://amazoniareal.com.br/criancas-yanomami-2/>

- Machado, A. M., Bedinelli, T., & Brum, E. (2023, janeiro 20). ‘Não estamos conseguindo contar os corpos’. *Sumaúma*. <https://sumauma.com/nao-estamos-conseguindo-contar-os-corpos/>
- Mota, L. G. (2007). Análise pragmática da narrativa. In C. Lago, & M. Benetti (Orgs.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Vozes.
- Oliveira, J. S. (2022). *Das narrativas das Descobertas aos textos jornalísticos atuais: um estudo da Amazônia que é notícia em telejornais de Portugal e do Brasil (2020)* [Tese de doutorado, Universidade Fernando Pessoa].
- Soares, M. C. (2006). Análise de Enquadramento. In A. Barros, & J. Duarte (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação* (pp. 450-465). Atlas.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109.
- Yanomami. (s.d.). Recuperado de <https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Yanomami>

# TELEJORNALISMO LOCAL E POSSÍVEIS MANIFESTAÇÕES DO QUINTO PODER: EXPERIÊNCIAS DO MG1 E DO JRR1

*Gustavo Teixeira de Faria Pereira<sup>1</sup>*  
*José Tarcísio da Silva Oliveira Filho<sup>2</sup>*

Essa pesquisa busca trazer contribuições críticas para pensar a aplicação dos conceitos de quarto poder (imprensa) e quinto poder (mídias sociais) ao contexto sociocultural brasileiro na análise do telejornalismo local. A partir da pergunta: “Como o quinto poder tem sido apropriado pelo telejornalismo local?”, recorre-se à análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018) para investigar como os possíveis sentidos desse “quinto poder” emergem em dois telejornais locais de

- 
1. Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Professor no Centro Universitário Governador Ozanam Coelho. [gustavo\\_tfp@yahoo.com.br](mailto:gustavo_tfp@yahoo.com.br)
  2. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Federal de Roraima. [jose.tarcisio@ufrr.br](mailto:jose.tarcisio@ufrr.br)

afiliadas da Rede Globo: *JRRI* (Rede Amazônica de Roraima); e *MGI* (TV Integração Zona da Mata/Minas Gerais).

Assumimos em nosso trabalho o jornalismo como quarto poder, compreendido como um poder simbólico (Bourdieu, 1987) - não institucionalmente constituído - que ganha diferentes aplicações: fiscalizador/moderador ou *superpoder*. Porém, a partir dos avanços tecnológicos e das transformações dos meios e dos formatos de comunicação, somados a uma falha da imprensa em fiscalizar os demais poderes, Dutton (2009) traz a ideia do “quinto estado/poder” que teria a função de supervisionar tanto o “quarto poder”, como também os outros poderes, além de ser o guardião da notícia e tradutor de realidades, denominações anteriormente vinculadas à imprensa.

Refletindo sobre as potencialidades do quinto poder, somado a um cenário de interação, integração e disputas entre meios de comunicação e novas mídias digitais, identifica-se novas relações de poder. De um lado, a imprensa busca dar continuidade ao seu poder de guardião da informação. Em contrapartida, os usuários na internet passam a criar seus próprios conteúdos, de forma segmentada, e também participam e co-produzem.

Entretanto, ao invés de um cenário de rivalidade entre os poderes, observa-se também diálogos e contribuições. Utilizando como estudo o telejornalismo local, muito tem-se discutido sobre a importância do telejornalismo na constituição das identidades locais por meio do processo de produção e consumo da notícia (Batista & Rizzotto, 2016). As dinâmicas concedem cor ao local e demonstram as identidades, individuais e coletivas, o que reforça a importância do telejornalismo em reconhecer as vozes e os posicionamentos presentes nas mídias

digitais como os oriundos do quinto poder, tanto nas notícias, como em uma constituição mais inclusiva do telejornal.

Para refletirmos sobre a emergência do quinto poder pelo telejornalismo local, são elaborados três eixos de análise: a) *Complementariedade x adversidade*; b) *Sujeitos de fala e dramaturgia*; e c) *Participação do usuário e senso de lugar*. Como recorte, estabelecemos a semana do dia 19 a 24 de junho de 2023, totalizando 12 edições dos telejornais tomados como objetos de análise.

### **Entre Quarto e Quinto Poderes**

Para iniciar o debate sobre o quinto estado/poder, como defende Dutton (2009), assumimos a existência de quatro poderes, sendo três deles ligados ao Estado (Executivo, Judiciário e Legislativo) e o quarto poder, um poder simbólico e que seria representado pela mídia (Albuquerque, 2009; Sodré, 1999).

Ao trabalhar com a concepção de quarto poder, Albuquerque (2009) traça um comparativo entre o jornalismo no Brasil e nos Estados Unidos, destacando que o cenário brasileiro se distingue do ideal estabelecido nos Estados Unidos, em que o jornalismo está intrinsecamente ligado à objetividade, imparcialidade, representação dos cidadãos frente ao Estado e manutenção do equilíbrio entre os três poderes. Outro fator ressaltado é o financiamento do jornalismo, que no Brasil nasce comercial, ainda que sob concessões públicas - no caso de TVs e rádios -, se recusa a assumir o financiamento e se apresenta como “isenta”, “objetiva” e “imparcial”.

Segundo Traquina (2000), a mídia noticiosa foi e continua a ser definida como um quarto poder<sup>3</sup>. O argumento era o de que os meios de comunicação teriam um papel fundamental: de ser o guardião dos cidadãos, defendendo o povo da tirania e ao mesmo tempo “municiar” os cidadãos de informações de modo que lhes garantisse o gozo do exercício de seus direitos, para além de ser o “guardião da notícia”.

Em sentido contrário ao que propõe Traquina (2000), Charaudeau (2012) destaca que os meios de comunicação possuem sentidos e propósitos que são definidos desde a produção até a veiculação da notícia, processos que retiram a ideia de um jornalismo que fiscaliza e exerce influência sobre os poderes instituídos por lei (Legislativo, Executivo e Judiciário).

Além disso, Charaudeau (2012) afirma que o jornalismo promove a cobertura de temas relevantes da sociedade através da opinião e do argumento sobre os fatos que ocorrem cotidianamente, mas deve-se levar em consideração os padrões editoriais e linguagens previamente estabelecidas na compreensão dos poderes da mídia. Isso colocaria em dúvidas o papel do jornalismo como sendo o quarto poder.

Após a exposição de pontos de vista conflituosos, assumimos em nosso trabalho o jornalismo como quarto poder, destacando que este é um poder simbólico (Bourdieu, 1987) e não institucionalmente constituído e que ganha diferentes aplicações: fiscalizador, moderador ou um “super poder”. De modo a embasar nossa escolha, reiteramos a influência que a mídia exerce sobre a sociedade, já que, à medida que transmite noções de mundo a partir do que é selecionado como mais

---

3. O termo teria sido criado por um parlamentar inglês em 1828, numa altura em que os primeiros teóricos estudaram um novo sistema de governança: a democracia

relevante, cria-se uma realidade jornalística que é responsável por apontar quais assuntos são mais importantes e merecem uma maior atenção dos cidadãos - ainda que ressaltando-se o fato de a comunicação e o jornalismo no Brasil possuírem influência no capital privado, já que se constituiu e continua atuando a partir do modelo comercial.

Nos aproximamos, assim, da concepção da mídia como formadora de consciência e de opinião pública, criando e construindo a realidade. Nesse panorama, Guareschi (2007) defende que os conflitos estabelecidos na sociedade cada vez mais extrapolam os três poderes instituídos por lei, de modo que a mídia acaba sendo atribuída como um outro poder, também chamado de quarto poder.

Para além destes quatro poderes, a partir dos avanços tecnológicos e das transformações dos meios e formatos de comunicação, somado a uma falha da mídia em fiscalizar os demais poderes, Dutton (2009) traz a ideia do “quinto estado/poder” que emerge com a função de cobrar uma prestação de contas tanto dos meios de comunicação de massa, como também dos outros poderes, além de ser os “olhos e ouvidos da população”, denominação que antes estava vinculadas à mídia. Cabe destacar que o contexto ao qual o autor aborda o quinto estado/poder é o britânico, distinto do cenário brasileiro. De modo idealizado, na concepção do conceito por Dutton (2009), esta fiscalização ocorreria após processos mobilizatórios organizados e bem definidos no âmbito da internet.

Diante da recente (re)configuração do ecossistema midiático com as redes sociais digitais e com os novos atores sociais que ganham relevância e importância no ciberespaço, Dutton e Dubois (2015) atualizam o conceito de quinto poder, levando em conta as novas dinâmicas e

fluxos interativos do ambiente conectado, sem desconsiderar a ação dos algoritmos que operam de forma diversa, e não completamente conhecida, nas redes sociais digitais. Nessa perspectiva os autores propõem haver seis potencialidades do quinto poder, agora assumindo também a importância das redes sociais digitais: 1) buscas; 2) criação individual de conteúdos; 3) capacidade de estabelecer contatos; 4) vazamento de informações que podem ser acessíveis de forma online; 5) inteligência coletiva; e 6) observação coletiva.

Contudo, os autores destacam que quanto ao potencial mobilizador e de fortalecimento das relações sociais na internet, há falta de discussão ou de trabalhos que destaquem e gerem impacto sobre essa temática. Dutton (2009) avalia que uma espécie de idealização do conceito de quinto poder ocorre por uma série de motivos que estão ligados às questões da expansão dos sites de redes sociais. Estas teriam produzido novos caminhos para as sociedades, mas não necessariamente de fiscalização.

Casos pontuais de fiscalização da mídia emergem na internet, ganhando maior ou menor visibilidade e mobilização; em comum entre eles destaca-se a tendência de trabalharem temáticas específicas. Tais processos de debate midiático seriam capazes de alcançar apenas parte da sociedade, tendo em vista que os algoritmos que atuam no *background* da *web*, segmentam cada vez mais os conteúdos de cada usuário de acordo com seus interesses, criando “bolhas de informação” e de consumo de conteúdos (Ramos, 2017), e ainda o fato de que em uma sociedade desigual como a brasileira é grande o percentual de excluídos digitais.



Este cenário de interação, integração e disputas entre a mídia e os novos espaços de comunicação, notadamente digitais, promove novas relações de poder. De um lado a mídia tradicional busca dar continuidade ao seu “poder” de guardião da informação; por outro lado, os usuários na internet passam a criar seus próprios conteúdos, de forma segmentada, e também co-produzem materiais que buscam a interação com os meios de comunicação de massa.

Destacamos ainda neste cenário o fenômeno crescente das *fake news* (Allcott & Gentzkow, 2017) e da desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017), que ganham destaque e relevância justamente por se multiplicarem nas plataformas de redes sociais e pela ação dos algoritmos, o que coloca em xeque as potencialidades de atuação deste quinto poder. Em contrapartida, no contexto brasileiro é perceptível que o alcance massivo da influência das emissoras de televisão quanto à sua área de atuação faz com que ocorra uma penetração e fácil propagação desses conteúdos para outras telas.

Tais nuances nos apresentam novas possibilidades de manifestação de poder por meio dos cidadãos, que chamamos quinto poder, adaptando o conceito de quinto estado (Dutton, 2009). Contudo, no presente trabalho buscamos compreender as manifestações deste quinto poder nas telas da televisão, a partir da observação da participação do público neste ambiente de quarto poder/imprensa.

## **Telejornalismo Local e Quinto Poder: Senso de Lugar, Diálogos e Disputas**

A arguição sobre quarto e quinto poder (Dutton, 2009; Dutton & Dubois, 2015) apontam para o telejornalismo enquanto constituidor

das mídias massivas. Todavia, é preciso caracterizar, conceitualmente, o próprio telejornalismo e sua configuração nas mediações que envolvem a abrangência local, escala-foco deste trabalho – tal esforço, além de fornecer contribuições metodológicas/analíticas, também permite identificar como o jornalismo audiovisual se relaciona com as noções de quarto e quinto poder. Para isso, toma-se como ponto de partida duas discussões que frequentemente são acionadas nas teorizações sobre o jornalismo local e em sua especificidade televisiva: o senso de lugar e as identidades locais.

O conceito de jornalismo local tem sido problematizado diante das transformações sociais, principalmente com o advento da internet e da globalização. O papel do espaço físico, conforme Hess e Waller (2017), ainda possui importância na produção e recepção das notícias, no entanto, outros fatores passam a fazer parte de um espaço social simbólico, que envolve as redes de mídia e de comunicação mais amplas (inclusive as não midiáticas). Assim, as mídias e o jornalismo local não atuam de forma a servir somente a audiência de uma determinada área geográfica (Hess & Waller, 2017). Utilizando do preceito de espaço e lugar de Tuan (1983) e os estudos de Buchanan (2009), as autoras citam a concepção de “senso de lugar”. Segundo ela, os meios de comunicação locais podem gerar um senso de lugar entre os leitores, pois reúnem nas notícias veiculadas perspectivas históricas, regionais, nacionais e internacionais e, assim, colocam os leitores no contexto do mundo. Nesse processo de colocar os leitores a par do que acontece nas diferentes escalas geográficas, também os fazem reconhecer o lugar onde vivem, os seus locais.

O desafio nessa proposição envolve a experiência do sujeito, já que a formação do sentimento de lugar (afetivo, traumático, familiar, etc.) é atrelada ao hábito/vivências (experiência) no cotidiano. A arguição de Hess e Waller (2017) propõe justamente considerar que o consumo de notícias também compõe-se enquanto experiência cotidiana, tanto em nível individual quanto comunitário, sem que se excluam os níveis nacional e global.

O reconhecimento do senso de lugar não necessariamente envolve a presença física, visto que uma pessoa que mora distante de sua cidade natal (ou do lugar de interesse) pode continuar desenvolvendo o senso de lugar através do consumo, geralmente via plataformas digitais, das notícias produzidas pelos jornais daquela cidade. É uma perspectiva semelhante a de autores que apontam para uma conceitualização menos circunscrita ao espaço físico sobre o jornalismo local (Franklin, 2006; Garcia, 2002), além de possibilitar caminhos para que as discussões contemplem as dinâmicas socioculturais pós-modernas, como as diásporas e a situação das pessoas apátridas. Por outro lado, nos dias atuais, em que as mídias sociais tem se tornado cada vez mais protagonistas na divulgação, na fiscalização e no compartilhamento de informações, como demonstra a noção de quinto-poder, rompe-se o protagonismo do jornalismo local, em termos midiáticos, no desenvolvimento do senso de lugar.

Logo, a abordagem da noção de quarto e quinto poder não deve ser vista isolada, mas atenta aos diálogos e às disputas envolvendo seus atores, narrativas e os diferentes espaços midiáticos, sociais e culturais. Coutinho et al. (2020), ao discutirem a perspectiva da qualidade no telejornalismo sob a visada do quinto poder, apontam essas dualidades.

Por um lado, influenciadores digitais, *youtubers* e blogueiros despontam como “uma alternativa à mídia hegemônica, em termos de conteúdo e mesmo de linguagem. Nesse sentido, parte desses novos formatos e estratégias de linguagens do ambiente em rede são inclusive apropriados pela mídia massiva, “viralizando” suas práticas e experiências” (Coutinho et al., 2020, p. 24).

É como se o telejornalismo recorresse às potencialidades do quinto poder, como a criação de conteúdos pela audiência, o incremento de contatos e a fiscalização coletiva (Dutton & Dubois, 2015), na produção informativa e no cultivo do senso de lugar junto aos seus públicos. Numa via cautelara, demanda a reflexão sobre como o telejornalismo dialoga com o quinto poder. Em análise de *websites* de telejornais brasileiros e espanhóis, Coutinho et al. (2020) identificaram por meio de três mecanismos de participação (interatividade seletiva, interatividade participativa e interatividade produtiva), que a participação efetiva dos usuários nos *websites* dos telejornais ainda é utópico, pouco agregando a qualidade do jornalismo audiovisual – atuando, portanto, mais num papel de figurantes do que de produtores.

No telejornalismo local tais potencialidades, e sufocamentos, também se fazem possíveis de discussão. No cenário brasileiro, a mídia hegemônica televisiva é organizada, historicamente, via sistema de afiliadas, com predomínio de emissoras privadas. Estudos anteriores têm demonstrado para uma certa engessamento e apagamento das particularidades locais pelos telejornais, inclusive na limitação de formatos que poderiam contemplar os regionalismos (Oliveira Filho, 2019). Essa uniformização engloba desde o nome dos noticiários no caso dos

chamados Praça 1<sup>4</sup>, às performances e aos figurinos dos jornalistas, a organização das temáticas nos *scripts*, o espaço cênico dos telejornais, além das estratégias e relações de proximidade. Portanto, a rigidez editorial elaborada a partir das emissoras-matrizes localizadas nas regiões mais ricas do país, e nas capitais, fazem com que a incorporação das colaborações dos usuários seja um dos pontos do telejornal em que se tornam mais visíveis o local onde o noticiário está inserido – principalmente em regiões interioranas. Um local, portanto, cuja construção narrativa ocorre a partir do sujeito local, não necessariamente “no local”, mesmo que passível da interferência/mediação jornalística.

Além de contribuir para o senso de local, é possível ainda destacar como o quinto poder tensiona o próprio jogo de identidades no telejornalismo local. Muito se tem discutido na academia sobre a importância do telejornalismo na constituição das identidades locais por meio do processo de produção e consumo da notícia (Batista & Rizzotto, 2016). Todavia, o ecossistema midiático contemporâneo põe em potencialidade outra via de abordagem voltada em como o jornalismo audiovisual tem incorporado as diversidades identitárias que até pouco tempo não eram acessíveis às redações<sup>5</sup>, não se limitando à produção noticiosa oriundas

- 
4. Praça 1 é a nomenclatura utilizada para denominar os telejornais regionais/locais produzidos por emissoras afiliadas à Rede Globo ou pela própria TV Globo em cidades onde possui sede no Brasil.
  5. Quando afirma-se que não eram acessíveis às redações, ressalva-se que não é uma crítica aos telejornais locais, mas sim, o reconhecimento de limitações do modelo de telejornalismo local implementado no Brasil, via sistema de afiliadas. Em Minas Gerais, por exemplo, há emissoras que possuem grandes áreas de cobertura, como a InterTV Vales de Minas e a EPTV de Sul de Minas, ambas afiliadas da Rede Globo e que possuem cerca de 160 municípios na região de abrangência. Assim, os atores do chamado quinto poder, podem ser vistos como difusores das identidades que não fazem parte do cotidiano figurado pelo telejornal devido a uma limitação das rotinas produtivas.

de formatos tradicionais do telejornalismo, como reportagens, vivos e notas secas/cobertas<sup>6</sup>. Assim, evidencia-se alternativas às dinâmicas de identidades padronizadas, diversificando os roteiros dos telejornais para a incorporação de sujeitos e identidades que fomentam as disputas que fazem parte do próprio conceito de identidades, como a visibilização das diferenças, da exclusão, das distintas etnias, dos “nós”, dos “eles” e do “indiferente” que compõem o espaço local (Hall, 2015).

As fissuras identitárias que rompem a homogeneidade e a tendência totalizante concedem diversidade ao local, aguçando as diferenças e demonstrando que as identidades, individuais e coletivas, se constituem de tensões e de contínua (trans)formação – daí a importância do telejornalismo em reconhecer as vozes e os posicionamentos presentes nas mídias digitais não apenas nas notícias, mas também numa constituição mais inclusiva no telejornal. Conforme Hall (2015, p. 50) “o fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros dos grupos étnicos dominantes que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas”. Deste modo, os telejornais locais, em diálogo com os agentes do quinto poder, podem se tornar lugares formadores de um cotidiano plural e de ruptura por meio da criação de novas situações comunicativas.

Ademais, enfatiza-se que apesar da concepção de quinto poder apontar, em sua gênese, para uma função de fiscalização do quarto poder, toma-se aqui também o viés de complementariedade. Em breve

---

6. Observa-se, recentemente, a emergência de formatos noticiosos voltados exclusivamente para incorporar a audiência no noticiário local por meio de conteúdos produzidos por usuários. Exemplos são o quadro *VC no MG1* de afiliadas da Rede Globo em Minas Gerais e as fotos de telespectadores exibidas no *JRR1*, em Roraima.

contextualização, essa possibilidade é fundamentada pela própria concepção teórica sobre ecossistema dos meios, como também pela realidade socioeconômica brasileira. Num país onde uma em cada quatro pessoas não possui/faz acesso à internet e a televisão chega a 96,4% dos lares (IBGE, 2020; Cetic.br, 2019), a veiculação nos telejornais locais de conteúdos produzidos por usuários é uma via de tornar acessível para parte da população informações circunscritas, inicialmente, apenas a um meio. Há ainda outros fatores cuja reflexão pode contribuir para a capilaridade informativa oriunda da colaboração entre o quarto e quinto poder, como as diferenças dos públicos alvos, a precariedade do acesso à internet em regiões de interior, a atualização dos valores do jornalismo moderno, como o interesse público, a objetividade e a atualidade (Schudson, 2010), e a dicotomia entre a manutenção da credibilidade jornalística e a incorporação de conteúdos independentes/opinativos. Verifica-se que tais problematizações devem ser promovidas em conjunto com aproximações empíricas, de forma a evitar abordagens teóricas utópicas e desconexas com a realidade sociocultural em que os telejornais locais também fazem parte.

### **Metodologia: a Materialidade Audiovisual**

A análise da materialidade audiovisual de Coutinho (2018) chama a atenção para o contato com o audiovisual em sua unidade pluri textual, englobando textos verbais (sujeitos de fala), sonoras (trilhas/sobe som/BGs) e visuais (fotos, vinhetas, imagens em movimento, performances, etc.), perpassando, inclusive, pelas dimensões temporais e de edição. Assim, a autora assume o desafio de analisar produtos audiovisuais “sem decomposições que descaracterizem a experiência do consumo e o dar

o conhecer dos telejornais” (Coutinho, 2018, p. 175). O telejornalismo e o audiovisual são tomados enquanto formas culturais, conforme a perspectiva de mediações de Martín-Barbero (1997), atentando-se às transformações do jornalismo audiovisual diante das pressões socioculturais num determinado tempo-espaço. Há, ainda, o aspecto para-textual, quando se considera os elementos *externos* ao audiovisual que de certa forma se articulam ao objeto de análise – como a inserção/repercussão do telejornal nas plataformas de redes sociais (e vice-versa). A escolha pelo método, portanto, se justifica pela abordagem que, ao mesmo tempo em que posiciona o audiovisual enquanto centro de análise, não adota uma percepção imanentista.

Tais fundamentações servem de base para a elaboração de três eixos de análise, voltados à avaliação e à reflexão da materialidade audiovisual. São consideradas ainda as tensões e o aporte teórico sobre quarto e quinto poder e o telejornalismo local, com o intuito de mapear os sentidos de participação do usuário no noticiário:

- a) *Complementariedade x adversidade*, voltado à identificação, num gesto interpretativo, da relação do telejornal com os usuários. A relação entre complementariedade e adversidade é tomada com base na própria definição do quinto poder enquanto movimento fiscalizador do jornalismo (Dutton, 2009). Apesar do indicador apontar para uma composição binômica, o eixo não exclui outras relações possíveis;
- b) *Sujeitos de fala e dramaturgia*, trata-se de um recorte dos estudos sobre dramaturgia do telejornalismo que originou a análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018). Nesta pesquisa o eixo visa averiguar quais são os papéis atribuídos aos usuários pelos telejornais locais, em especial, se a função/sentido de fiscalizador, conforme estudos de



Dutton (2009), emerge na narrativa audiovisual e, em caso afirmativo, como ocorre esse processo;

- c) *Participação do usuário e senso de lugar*, tem o intuito de refletir sobre como a inserção de conteúdo gerado por usuários pode contribuir para a criação do senso de lugar nos telejornais locais. O eixo é uma forma contemplar as dinâmicas geoespaciais contemporâneas que envolvem os fluxos informativos nos noticiários locais, demonstrando sua função social na valorização do local e das identidades que compõem esses lugares (físicos e simbólicos), segundo teorizações de Hess e Waller (2017), Coutinho (2008) e Hall (2015).

Os três eixos elaborados atuam numa na lógica quali-quantitativa, pois além de possuírem vieses reflexivos/críticos, também se articulam com dados relativos a quantidade de inserções dos agentes do quinto poder nas edições analisadas, os assuntos e formatos noticiosos privilegiados e o tempo de duração das participações. O processo de coleta de dados envolveu uma semana, totalizando 12 edições de dois telejornais locais Praça 1, produzidos por emissoras afiliadas da Rede Globo: o *MGI* da TV Integração Zona da Mata e Campo das Vertentes, com sede em Juiz de Fora, Minas Gerais, com abrangência de 102 cidades; e o *JRRI*, da Rede Amazônica de Boa Vista, Roraima, responsável pela cobertura dos 15 municípios do estado localizado no Norte brasileiro. A escolha é justificada pela região de atuação dos autores e optou-se pela visualização dos noticiários na íntegra entre os dias 19 a 24 de junho de 2023, escolhido de forma aleatória, e acessados via plataforma Globo Play.

Além disso, conforme as reflexões teóricas, o presente trabalho parte do pressuposto dos telejornais como espaços representativos do quarto poder que, em hipótese, tem se apropriado de elementos provenientes da internet e das mídias sociais para suas construções, o que

poderia trazer consigo manifestações do quinto poder, ainda que em um meio de comunicação de massa.

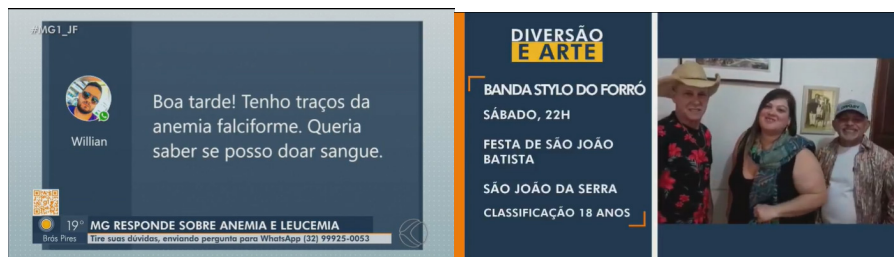
## Quinto Poder - Ou Ausência Dele - Na(s) Tela(s)?

Passando para a análise, no eixo *complementariedade x adversidade* é possível identificar uma característica que já ocorria de forma pontual nos telejornais, mas que se intensificou com os efeitos da pandemia da Covid-19 e que tornou mais comum e presente a participação do público nas narrativas jornalísticas por meio do envio de materiais em texto, foto ou vídeo, como ocorre em situações diversas no *MGI* (Pereira & Coutinho, 2023).

Essa relação de complementariedade é observada, principalmente, em quadros como o *MG Responde* (Fig. 1), no qual os cidadãos enviam perguntas sobre temas específicos e pré-definidos pelo telejornal e um especialista responde a esses questionamentos no estúdio; e no quadro *Diversão e Arte* (Fig. 2), em que artistas locais enviam materiais em foto e vídeo para divulgarem seus trabalhos utilizando o espaço cedido pelo *MGI*.

**Fig. 1 e 2**

*Participações do público no MGI*



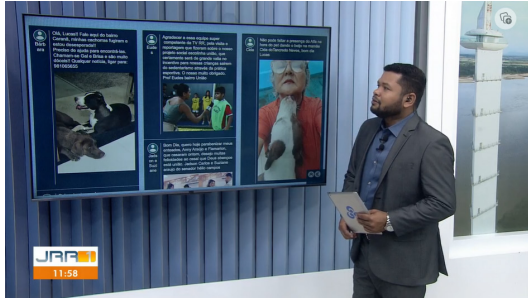
GloboPlay (2023)

No *JRRI* há um quadro específico que concede espaço à circulação da informação das plataformas digitais. O quadro, exibido em todas as seis edições analisadas do Praça 1 de Roraima, consiste em mostrar fotos e comentários dos usuários sobre acontecimentos do cotidiano (Fig. 3). Assim, além de atuar em um sentido de complementariedade do telespectador com o telejornal, também permite uma inferência à construção de um senso de lugar (eixo 3), já que traz relatos sobre as relações estabelecidas no território sociocultural de Roraima, evidenciando, inclusive, possíveis construções identitárias.

No dia 13 de junho, por exemplo, esse senso de lugar é reforçado pela união das pessoas em torno da tradicional festa de São João, que acontece em diferentes bairros da capital Boa Vista e dos municípios do interior de Roraima. Uma foto de uma criança com roupas típicas foi exibida, mostrando a preparação para as festividades. Frequentemente, o espaço funciona também como uma “espécie” seção de “classificados”, oriunda dos jornais impressos, como na edição de 19 de junho, quando o apresentador lê uma postagem de uma telespectadora que diz: “Peço ajuda para encontrar meu cachorro, fugiu na tarde de ontem no bairro pricumã. Todo pretinho e conhecido como Hulk”. O número de telefone é exibido junto com a imagem do animal.

**Fig. 3**

*Quadro de participação do JRR1 oriundo das mídias sociais*



GloboPlay (2023)

Entretanto, é preciso ponderar que o papel de adversidade ao jornalismo, enquanto um poder simbólico instituído, não apareceu neste quadro em nenhuma das edições analisadas do *JRR1*. Pelo contrário, muitas vezes é utilizado como uma forma de enaltecer o telejornal e os profissionais envolvidos em sua produção. Como, por exemplo, no dia 19 de junho, quando um telespectador envia a foto de uma repórter com o seguinte texto: “Ligado no JRR 1o edição e fã dessa repórter sensacional”.

Deste modo, ao enviar seus conteúdos e “interagir” com o telejornal, o que podemos inferir é uma relação de submissão e não de efetiva participação, algo que justifica a emergência de um quinto estado/poder que deseja não apenas produzir e reproduzir discursos dentro de “caixas” ou temas específicos, como também por desenvolver conteúdos que sejam de fato representativos e possam gerar identidade e noção de pertencimento.

Outra forma de participação do público se dá em casos nos quais os telejornais optam por ir até o cidadão para realizar gravações em que ele é parte da narrativa, seja ocupando um papel central como personagem do tema abordado, como ocorre no quadro *Fala Comunidade*, exibido tanto no *MGI* como no *JRRI* (Fig. 4; Fig. 5), ou então como público que opina assuntos abordados pelos telejornais.

### Fig. 4 e 5

*Participações do público no MGI e no JRRI, respectivamente, por meio do quadro Fala Comunidade*



GloboPlay (2023)

Após o apontamento destas duas maneiras de o público complementar o conteúdo do telejornal, ressalta-se que os noticiários permitiram que o cidadão se portasse como produtor de sua própria participação no telejornal somente quando sua contribuição era essencial ou previamente coordenada pelo jornalista. Este fato leva a um questionamento sobre a autonomia do usuário no processo de participação e na emissão de opinião, demonstrando uma atuação limitada dos agentes do quinto poder que apenas contribui para os telejornais, mas sem que sejam identificadas participações efetivas no sentido de cobrar, fiscalizar e supervisionar, algo que pode ser evidenciado pelo controle do jornalismo

enquanto quarto poder e detentor da alcunha de tradutor de realidades - ao mesmo em seu espaço.

Esse aspecto também é evidenciado no *JRRI*. Observa-se que o telejornal busca reforçar seu poder simbólico ao invés de propor diálogos, visibilidade ou mesmo embates com os protagonistas do quinto poder. Fundamenta-se essa percepção no vivo exibido no dia 21 de junho, intitulado “Servidores do hospital regional de Rorainópolis denunciam as refeições servidas”. Em quase quatro minutos, o vivo exhibe imagens (fotos) enviadas por servidores do hospital que reclamam da precariedade da alimentação destinada aos funcionários. O *JRRI* exerce seu poder ao entrar em contato com o órgão responsável pelo hospital para cobrar uma solução para o problema.

Já na perspectiva da adversidade, não foi evidenciado nenhum rastro que indicasse a participação do cidadão enquanto questionador ou fiscalizador nas narrativas jornalísticas e/ou do próprio jornalismo numa escala mais ampla, corroborando apenas para a concepção clássica do quarto poder (Traquina, 2005). As matérias que trabalharam com o aspecto da fiscalização/cobrança se referem aos poderes da esfera estatal, principalmente executivo e legislativo, como, por exemplo, a situação de bairros que sofrem com problemas de infraestrutura como os buracos.

Com isso, ao evitar possíveis críticas a si mesmos, os telejornais vendem uma imagem de “amigo do povo” e de responsáveis por garantir não apenas a informação, como também de oferecer visibilidade para que a sociedade exponha seus problemas, como aconteceu no *JRRI* em 21 de junho, quando o apresentador, enquanto aparecia o número de WhatsApp do noticiário na tela, disse “11 horas mais 22 minutos, ainda não mandou seu comentário? Pega o seu telefone agora pra gente

e comenta os nossos assuntos de hoje, inclusive esse que eu vou trazer agora. Você sente muita dor na coluna?”.

Passando para o eixo 2, *sujeitos de fala e dramaturgia*, há dois pontos fundamentais a serem destacados: o primeiro deles é que provavelmente devido a redução das equipes e ao grande tempo dos telejornais - as edições analisadas chegam a superar uma hora de duração, ocorre uma supressão do formato reportagem e um grande espaço de tempo destinado às entrevistas (como vivos), em que o diálogo entre repórter e entrevistado, geralmente um especialista sobre determinada temática, chega a durar quase 11 minutos; e o segundo é que o cidadão aparece, na maior parte das vezes, apenas de modo a corroborar com a opinião do telejornal e para compor a grade de programação dos telejornais.

No *MGI*, as fontes populares em geral são visíveis nas posições de vítima ou mocinho(a) e suas participações são sempre editadas, voltadas para reclamar de alguma questão ou então simbolizar uma temática abordada pelo telejornal (função de personagem), sempre de forma dramatizada, como por exemplo nos casos das matérias: 1) “Acidente em buraco de obra da Cesama” - motociclista está internada há 9 dias em Juiz de Fora, na edição de 19 de junho, em que ocorre a participação de moradores reclamando da situação dos buracos no local; 2) “Farmácia fechada na UBS Ipiranga” - moradores reclamam de falta de profissionais na unidade básica de saúde, na edição de 21 de junho, no qual a participação do público se resume a confirmar a angulação do *MGI*.

No *JRRI* nota-se uma diferença em relação ao *MGI*. Apesar da também incidência da posição de vítima ou mocinho(a), as fontes também contribuem para a emergência das identidades regionais, constituindo-se enquanto personagens do território/local - como nas

notícias sobre a pesagem da maior paçoca do mundo, na edição de 24 de junho, das apresentações das quadrilhas do evento Boa Vista Junina, nas edições de 21, 22, 23 e 24 de junho, na reportagem sobre o combate à xenofobia de 23 de junho, que aponta para a alta presença de imigrantes em Roraima, no vivo sobre ações de proteção aos povos indígenas, de 22 de junho, visto que o estado é o que possui maior quantidade de população indígena do Brasil em termos proporcionais, além do quadro de fotos e comentários dos internautas, que, como já dito, contribuem para a criação do cotidiano roraimense pelas telas do *JRRI*.

Entretanto, verifica-se, que tanto no *MGI* como no *JRRI*, os papéis atribuídos aos sujeitos de fala, conforme discussão teórica da dramaturgia do telejornalismo (Coutinho, 2018), não contribuem para que os telespectadores possam ser também configurados como agentes do quinto poder como proposto por Dutton (2009), pois suas inserções não fiscalizam o próprio telejornalismo.

Por fim, no eixo 3, *quinto poder e senso de lugar*, buscou-se refletir sobre como o telejornalismo local, em articulação com a concepção de quinto poder, pode contribuir para a geração de um senso de lugar numa dinâmica que envolve diferentes fluxos/escalas geográficas. Inicialmente, tanto no *MGI* como no *JRRI* foi possível observar uma série de tentativas de aproximação do público para o local do telejornal, algo que ocorre com o povo fala, em que os repórteres entrevistam cidadãos nas ruas, por meio da participação de cidadãos locais em narrativas do *MGI* e através das interações motivadas e possibilitadas pelo telejornal como os quadros *MG Responde*, *Diversão e Arte*, em que o público envia seus materiais e interage com o *MGI*, e, o quadro de envio de fotos e comentários de usuários no *JRRI*. Neste último caso,



o quadro contribui para construir um senso de lugar sobre o que seria o próprio território de Roraima, visto que diante da alta quantidade de matérias produzidas na capital do estado, Boa Vista, o quadro acaba se constituindo como um dos catalisadores de acontecimentos e sujeitos de outros municípios. Um exemplo foi exibido na edição de 20 de junho, quando um telespectador da cidade de Caracaraí, enviou uma foto de si mesmo parabenizando os vigilantes pelo seu dia. Sua imagem contribui para a construção da diversidade identitária que compõem o espaço Roraima.

Neste aspecto, o cultivo do sentimento de pertença e a promoção dos vínculos com o local são estabelecidos principalmente a partir das aproximações temáticas e do simulacro de participação a que o telejornal submete o público à interação, com a ressalva de que essa participação é estimulada e se dá sob recortes e contextos específicos.

Cabe lembrar que essa estratégia já é utilizada nos telejornais brasileiros, principalmente de caráter local, há vários anos, sendo apenas potencializado com os avanços tecnológicos e com as redes sociais digitais, o que facilitou o envio não apenas de mensagens, como também de fotos e vídeos para compor as narrativas e para preencher lacunas de tempo no telejornal, algo que também traz consigo o sentimento de representação, à medida que parte do público se enxerga nestes espaços de interação. Entretanto, sob a ótica do conceito de quinto poder, não são observadas manifestações que pudessem sugerir uma cobrança ou uma supervisão ao quarto poder, algo que pode ser justificado por ser este um espaço de propagação do quarto poder. Assim, os cidadãos apenas auxiliam na construção de conteúdos e suas participações são

valiosas como forma de trazer um senso de lugar e de local, mas sem uma efetiva participação enquanto poder.

Tal fato é comprovado no *MGI* e no *JRRI* pela ausência de espaço para que os cidadãos efetivamente tenham comentários ou críticas ao telejornal. Pelo contrário, os cidadãos se unem ao quarto poder para questionarem e fiscalizarem os demais poderes, como foi verificado na notícia relatada do *JRRI* sobre a alimentação precária no hospital de Rorainópolis, de 21 de junho; e no *MGI* no caso da farmácia da UBS fechada, na edição de 21 de junho, dos buracos nas ruas, exibido em 19 de junho, e do envio de mensagens por WhatsApp, fotos e vídeos, algo que é observado em todas as edições do *MGI* que compõem a coleta de dados.

Os exemplos relatados demonstram que, apesar da possibilidade de o jornalismo audiovisual estimular a emergência de um senso de lugar, a participação dos usuários nesse processo ainda é tímida. O único espaço efetivo de participação é pelo envio de materiais como fotos e vídeos, já que, a partir desses conteúdos, os cidadãos passariam a pautar ou fazer parte dos telejornais, ainda que de forma limitada. Portanto, ambos os noticiários refletem o distanciamento do caráter fiscalizador do quinto poder nas telas e indicam uma possível complementariedade, reforçando a reflexão teórica sobre a realidade brasileira.

## **Conclusão**

A partir das análises do *MGI* e do *JRRI*, sendo o primeiro telejornal de uma afiliada da Rede Globo na região Sudeste, e o segundo referente a uma afiliada do Norte do Brasil, destaca-se a dificuldade de enquadrar os telejornais como partes de uma mesma materialidade,

apesar de serem identificadas semelhanças nas produções jornalísticas, no discurso editorial e nos papéis dos jornalistas e cidadãos. Portanto, deve-se levar em conta os regionalismos e as pressões históricas e socioculturais implicadas no telejornalismo que interferem nas rotinas produtivas. Assim, considerando o recorte de análise, os jornalistas emergem como figuras centrais na construção dos telejornais e a participação do cidadão difere entre os noticiários. Enquanto no *MGI* são atrelados a posição de mocinhos(as) e vítimas, no *JRRI* há indícios de uma posição mais integrada à construção identitária do estado de Roraima. Entretanto, em ambos os casos, as participações são delimitadas e conduzidas pelos programas.

A pesquisa demonstra que os espaços em que o público possui representatividade e autonomia ainda são tímidos nos *MGI* e *JRRI*, o que explica uma ausência da manifestação do quinto poder tal como proposto por Dutton (2009). Entretanto, abrem-se caminhos para, inicialmente, duas reflexões sobre a atuação do quinto poder *à brasileira*. A primeira, e mais evidente, considera que o conceito formulado por Dutton (2009) é desenvolvido no contexto inglês, tendo como referência a sociedade do chamado Norte global. A América Latina possui particularidades que não são consideradas pelo autor em sua discussão, como o histórico de colonizada, a desigualdade socioeconômica, a predominância da mídia privada, formas específicas de mediações culturais e a precariedade na atuação dos três poderes. Desse modo, é possível vislumbrar uma atuação do quinto poder para além da mera fiscalização do jornalismo, mas também, de outras instituições sociais.

Uma segunda reflexão, que também atua como contribuição metodológica, considera que a falta de espaço e de voz dos cidadãos

identificada na análise aponta para a necessidade de articular, em termos analíticos, as narrativas telejornalísticas com as repercussões dos usuários nas mídias digitais e nos sites de redes sociais. Neste ambiente convergente, sem que se exclua as relações de poderes das mídias sociais, há uma promessa de maior potencial de tessitura e de visibilidade de comentários, críticas e de narrativas independentes que podem se refletir tanto na emergência do sentido de quinto poder de Dutton (2009) ou sua versão à moda brasileira, quanto na valorização das identidades e das representações que constituem como razão de ser do telejornalismo local e da formação do senso de lugar na sociedade globalizada.

Na perspectiva da fiscalização, a visibilização da participação do público de forma passiva nos telejornais aponta para o reforço da internet e das mídias sociais como espaços de efetivação do quinto estado ou poder, mas sem desconsiderar que o espaço dado aos cidadãos nos telejornais são modos de aproximação do público com os meios de comunicação de massa, ainda que essa participação só ocorra por meio do uso de redes sociais digitais aos quais são utilizadas para o envio do material.

## Referências

- Albuquerque, A. (2009). *As três faces do quarto poder* [Trabalho apresentado]. Anais do XVIII Encontro da Compós, Belo Horizonte, MG, Brasil.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

- Batista, M., & Rizzotto, C. (2016). Telejornalismo local: um estudo sobre a representação e construção da identidade. *Revista Uninter de Comunicação*, 4(6), 3-15.
- Bourdieu, P. (1987). *O Poder Simbólico*. Ed. Bertrand Brasil S.A.
- Cetic.BR (2019). Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. *Pesquisa TIC Domicílios 2019*. [https://cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2019\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf)
- Charaudeau, P. (2012). *Discurso das mídias*. Ed. Contexto.
- Coutinho, I., Mata, J., Pereira, G. (2020). Democracia e qualidade no jornalismo audiovisual: diálogos TV-Internet e o quinto poder. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 17(1), 20-31.
- Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. En C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Eds.), *Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro* (1a ed., Vol. 1, pp. 175-194). Ed. Insular.
- Coutinho, I. (2008). Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. En A. Vizeu (Org.), *A sociedade do telejornalismo* (1a ed., Vol. 1, pp. 91-107). Ed. Vozes.
- Dutton, W. H. (2009). Through the Network (of Networks) – the Fifth Estate. *Journal Prometheus- Critical Studies in Innovation*, 27(1), 1-31.
- Dutton, W. H., & Dubois, E. (2015), ‘The Fifth Estate: A New Pluralistic Force of Accountability’. En S. Coleman, & D. Freelon (Eds.), *The*

*Handbook of Digital Politics* (1a ed., V. 1, pp. 51-66). Ed. Edward Elgar.

Franklin, B. (2006). *Local Journalism and Local Media: Making local news*. Ed. Routledge.

Garcia, X. (2002). Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. *Comunicação e Sociedade*, 4(1), 199-206.

Guareschi, P. (2007). Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. *Revista Debates*, 1(1), 6-25.

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Ed. Tempo Brasileiro.

Hall, S. (2015). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Ed. Lamparina.

Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local journalism in a digital world*. Ed. Palgrave.

IBGE (2020). *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018*. <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101705>

JRR1. (s.d.). *Jornal de Roraima 1ª Edição*. <https://globoplay.globo.com/jornal-de-roraima-1a-edicao/t/QpsfZdDgY2>.

MG1. (s.d.). *MGI Zona da Mata e Campo das Vertentes*. <https://globoplay.globo.com/mgtv-1a-edicao-zona-da-mata/t/NwZVVWvFNd>

- Oliveira Filho, J. T. (2019). Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização. *Revista Fronteiras*, 21(2), 102-115.
- Pereira, G. T. F., & Coutinho, I. M. S. (2023). *Telejornalismo e desinfodemia: Reflexões sobre novas práticas e processos produtivos pós pandemia Covid-19* [Trabalho apresentado]. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, MG, Brasil.
- Ramos, D. (2017). O algoritmo influenciador. *Communicare*, 17, 70-85.
- Schudson, M. (2010). *Descobrendo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Ed. Vozes.
- Sodré, N. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil*. Ed. Mauad.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. Ed. Insular.
- Traquina, N. (2000). *Quem vigia o “quarto poder?”* [Trabalho apresentado]. IX Encontro Anual da Compós, Campinas, SP, Brasil.
- Tuan, Yi.-F. (1983). *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. Ed. Difel.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017) Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

# SAÚDE NO TELEJORNAL: A FUNÇÃO PEDAGÓGICA DO TELEJORNALISMO EM SÉRIES ESPECIAIS DA TV CABO BRANCO

*Bruna Raquel Couto de Farias Carneiro<sup>1</sup>*

Em determinados contextos, como no da saúde pública, a disseminação de informações advindas de fontes oficiais também se configura como ferramenta ativo no combate a doenças e promoção do bem-estar, tanto quanto qualquer outra ação de enfrentamento sanitário (Moretti et al., 2012). No âmbito televisivo este apontamento fica ainda mais notável, uma vez que o alcance massivo deste meio de comunicação representa não apenas a tradução do poder socioeconômico dos grandes conglomerados aos quais as emissoras de TV estão filiadas, como também a influência social que os materiais televisivos possuem no seio da sociedade contemporânea.

---

1. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB).  
[bruna.couto@academico.ufpb.br](mailto:bruna.couto@academico.ufpb.br)



Dessa forma, é possível observar que o telejornalismo especializado em saúde é capaz não apenas de auxiliar no combate específico a problemas de saúde que afetam direta e clinicamente a vida das pessoas, através da produção e exibição de conteúdos sobre estes problemas, como também de fomentar a ampliação do debate público sobre temas que podem ser abordados de forma ampla e plural, acessível e “traduzida” ao entendimento da massa que acompanha as produções. Isso é possível porque, conforme Oliveira (2014), a mídia se transformou ao longo do curso da história em uma aliada do campo da saúde ao divulgar e popularizar tipos de conexões entre a saúde e a ciência, fazendo uso de sua potencialidade de decifrar códigos informacionais para divulgar amplamente conhecimentos específicos outrora não repassados.

Tal “potencialidade” para decifrar códigos atua, na prática, a partir de uma preocupação didática do jornalismo, descrita por Vizeu (2009) como sendo o “cuidado” por meio do qual a reportagem traduz a informação ao público, tornando-a capaz de ensinar algo a alguém e, para além disso, trazendo à tona aspectos que poderiam não ser tão facilmente interpretados caso não houvesse a intervenção pedagógica jornalística, o que aqui nomeamos e entendemos como sendo uma linguagem pedagógica própria a função jornalística. É o fator que difere a produção noticiosa corriqueira daquela que consegue extrair o que há de fundamental da informação e repassar ao público que a consome de forma clara, explícita e didática. De forma pedagógica.

Buscando compreender o cenário que envolve estes aspectos, utiliza-se como objeto de pesquisa reportagens produzidas para séries especiais com temas relacionados à saúde na TV Cabo Branco. São reportagens das séries: “Sono – Por que dormimos?” e “Envelhecer – Bora

Conversar?”. As séries foram escolhidas a partir do recorte de área, já que são relacionadas à saúde, e também partindo de uma categorização profissional produtiva – das duas, uma é apresentada por uma jornalista freelancer contratada para a produção especial (“Envelhecer – Bora Conversar”, com Maria Antônia Demasi); e outra teve um médico como mediador das informações (“Sono – Por que dormimos?”, com André Telis).

A pesquisa apresenta um robusto conjunto de considerações científicas a respeito do telejornalismo mundial e brasileiro, a partir de reflexões de autores como Iluska Coutinho, Alfredo Vizeu, Adelmo Genro Filho, Cárilda Emerim, Margarida Rivière, Eduardo Meditsch, Gonzaga Motta, Antônio Brasil e Edna Melo. A possível evidência de aspectos da função pedagógica do telejornalismo nas reportagens apresentadas será a hipótese central.

## **Telejornalismo em diversos contextos**

No dia seguinte à inauguração da TV no Brasil o telejornalismo já se fazia presente. No telejornal “Imagens do Dia”, transmitido em 19 de setembro de 1950 pela TV Tupi, um seletivo grupo da população brasileira viu, pela primeira vez, imagens brutas dos fatos que aconteceram naquele dia (Mello, 2015). Daí em diante, o gênero caminhou para o que é hoje. Se tornou personagem principal no jornalismo brasileiro, mostrando desde o início da história da TV no país sua alta capacidade de alcance e, para além de poder de audiência, mostrou também a influência que poderia exercer – e exerce – no cenário nacional. Como afirma Ramonet (1999), além de assumir o poder como primeira mídia de lazer

e diversão, a televisão se torna também a primeira mídia da informação de grande alcance no Brasil.

O glamour dado à TV por Assis Chateaubriand, que por meio de uma iniciativa privada trouxe ao Brasil um equipamento inovador, por meio do qual as pessoas poderiam assistir a produções de diversos gêneros, veio do rádio. Por 18 anos, inclusive, o programa Repórter Esso comunicou na TV de forma radiofônica, com manchetes entoadas e informações que facilmente ainda hoje seriam televisionadas. A televisão mostrou, então, sua habilidade de mediar a identidade social, com a noção de nacionalidade passando pelas imagens transmitidas na TV (Hohlfeldt, 2010, p. 13). É neste contexto que se insere o telejornalismo, dada a devida proporção do avançar tecnológico e da globalização ainda mais potencializada com o advento da internet.

No momento inicial da história da televisão no Brasil, o telejornalismo deu seus primeiros passos com destaque para o apresentador, e não para a notícia. Com baixo aporte técnico, os telejornais centralizavam no chamado “locutor apresentador” a responsabilidade de informar fatos que dificilmente haviam sido registrados em imagens nítidas. Com um figurino cravado de formalidade, formado por terno, gravata e toda pompa que até os dias atuais é justificada pelas emissoras como sendo necessária à denotação ética do telejornalismo, o apresentador literalmente lia as notícias ao vivo e aparecia no quadro televisor (Alves, 2008; Lorêdo, 2000). Uma rotina diária que ao longo dos anos se modificou até chegar aos padrões observados hoje, que seguem em plena evolução a depender do momento histórico que vive a humanidade – como será abordado mais à frente em um tópico destinado à pandemia de Covid-19.

Com a expansão do audiovisual para outras telas, como as de computadores e celulares, o telejornalismo se viu em novos formatos. Silva, Rocha e Silva (2018) defendem que a televisão está em atual estado de transformação, e portanto, se baseia principalmente na informatização da produção, como visto tanto no avançar das ferramentas tecnológicas, como também nas mudanças laborais observadas no cotidiano produtivo das redações. Para os autores, tal estado pode ser observado à luz dos estudos de Scolari sobre hipertelevisão, conceito que defende a televisão como algo que está inserido na convergência de outras mídias, principalmente, na nova textualidade televisiva (Scolari, 2008).

No âmbito da hipertelevisão, Scolari (2014) afirma que, acostumados a lidarem com outras muitas telas, os telespectadores se aprofundam nos temas exibidos na TV fazendo uso simultâneo de outras ferramentas, como a internet, e também consomem outros conteúdos ao mesmo tempo, pelo celular ou tablet. O conceito de hipertelevisão pressupõe, portanto, que “uma mídia terá sempre relação com a outra” (Scolari, 2008), o que, ainda de acordo com o autor, seria uma consequência do processo de readequação da própria televisão, que percebe sua decadência frente aos novos dispositivos e passa a caminhar rumo à sua reinclusão como opção informativa para o público.

É no contexto das transformações descritas acima que a televisão, e mais especificamente o telejornalismo, surge e permanecem inseridos em diversas conjunturas sociais. Evolui dia a dia, juntamente com os mais diversos campos sociais, e continua se mostrando capaz de fazer parte do cotidiano das pessoas. Como lembra Traquina (2016), o jornalismo como um todo continua podendo ser observado com complexidade suficiente para o tornar determinante na escolha de assuntos

que se tornam públicos (Traquina, 2016), e para além disso, como atividade profissional que se configura alvo central de preocupação de outros agentes sociais, uma vez que oferece interpretações distintas de como compreender o mundo que apresenta a quem o consome. O que habilita discussões científicas, como a proposta neste trabalho.

### **Telejornalismo especializado em saúde**

No escopo geral das práticas do telejornalismo há espaço para diversos assuntos. Os telejornais exibem notícias sobre temas como cultura, educação, economia, saúde e etc. No caso dos conteúdos relacionados à saúde, pode-se considerar a promoção do que se entende por jornalismo científico, definido por Miranda (2014) como “a produção baseada em ciência veiculada pelos meios de comunicação”, e considerada ainda como “uma especialidade do campo do jornalismo” (Miranda, 2014). Ou seja, inovações científicas, como o surgimento de vacinas, e até mesmo produções jornalísticas feitas acerca de temas relacionados à ciência em saúde, como doenças e assuntos vinculados ao bem estar humano, podem também ser caracterizadas como produto direto do jornalismo científico.

Neste estudo, que volta suas discussões científicas e análises ao campo do telejornalismo, para além das definições a respeito do jornalismo científico, observa-se também a questão do jornalismo especializado, no âmbito das produções em saúde. Esta concepção é definida por Carvalho (2007) como sendo o conceito dado a segmentação da notícia feita a partir dos assuntos abordados, que tem como resultado uma “informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando a notícia caráter específico” (Carvalho,

2007). E, ainda neste sentido, a proposta deste tópico é ir além e aprofundar a discussão, considerando que no próprio telejornalismo, e em seu produto, o telejornal, há determinadas produções especializadas, configurando, portanto, a dinâmica do que se opta por entender como telejornalismo especializado.

Miranda (2014) menciona que a história da especialização jornalística deu saltos entre os séculos XIX e XX, a partir do advento das duas Guerras Mundiais, com conseqüente popularização da produção do conhecimento científico. Mas, o que marcou o início da difusão do termo “jornalismo científico” em escala mundial foi o trabalho desenvolvido pelo alemão Henry Oldenburg, conforme historicização de Oliveira (2002). Criador do periódico “Philosophical Transactions”, de 1665, Henry foi um cientista inspirador, que passou a receber retorno financeiro pelas cartas impressas de divulgação científica que produzia, com informações em um formato até então desconhecido, que viria a ser chamado posteriormente de Jornalismo Científico (Oliveira, 2002).

Já no Brasil, ainda de acordo com a autora, o jornalismo científico teve seu início em meados do século XVIII, a partir dos escritos de Hipólito da Costa no jornal *Correio Braziliense* (Bueno, 2009). Com relatos que passavam pela botânica e agricultura, Hipólito também abordou assuntos relacionados a doenças que atingiam a população na época. Mas o marco principal do ensino e expansão do jornalismo científico no país se dá com a elaboração de projetos na área dentro das próprias escolas de jornalismo brasileiras e, como ainda pontua Miranda (2014), especificamente a partir do trabalho desenvolvido pelo professor José Marques de Mello na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

De lá para cá, o ensino ganhou força e fez com que as produções no campo do jornalismo científico fossem alavancadas no país. Mais recentemente, em 2022, em um debate sobre o jornalismo científico brasileiro, o Jornal da Universidade de São Paulo (USP) publicou a série “Os desafios para o jornalismo científico no Brasil”, com considerações de especialistas a respeito do tema, a partir do que pode ser considerado avanço no campo, do ano de 2020 em diante, com o advento da pandemia de Covid-19. Em uma das reportagens especiais, com título “O que é preciso para ser um bom jornalista científico”, o repórter Luiz Roberto Serrano classifica características levantadas por profissionais da área para desenhar o jornalista científico ideal. Entre os atributos estão os princípios éticos e técnicos do jornalismo, a formação e treinamento de qualidade, de forma prolongada, além do que um dos especialistas chama de “curiosidade científica”.

Tendo como ponto de partida toda esta trajetória do jornalismo científico, é possível afirmar que no telejornalismo também há espaço para as práticas mencionadas. Vasconcelos (2005) defende que é dentro do escopo do jornalismo especializado que o jornalista se envolve de funções que acabam por ultrapassar o domínio de códigos verbais de “determinadas parcelas do conhecimento ou da ação humana” (Vasconcelos, 2005). Ou seja, é o profissional envolvido com determinada temática, e aqui considera-se como temática a área da saúde, que pode decodificar questões outrora não repassadas de maneira clara ao público, ou, aos telespectadores. O autor reitera, ainda, que nesta rotina especializada há também seleção de informações perante a “torrente de dados que a investigação biomédica gera no domínio da comunicação

social”, e também pontua a importância da interação do jornalista com cientistas.

É na interação com médicos, biólogos, farmacologistas, epidemiologistas, entre outros, que o jornalista de saúde assume a posição de decodificador de vocabulário, conceitos e discursos técnicos; tarefa que, efetivamente, não compete, senão, aos que se especializam em determinada área (Vasconcelos, 2005, p. 248).

Mesmo com os avanços aqui pontuados, cabe destacar que no campo do jornalismo científico, que pode ser observado em sua prática no telejornalismo especializado, há também lacunas a serem observadas, sobretudo no que diz respeito à consulta aos especialistas. Como será exposto mais à frente, interesses de ordem política ou mercadológica podem influenciar a forma como as informações são repassadas. Na contemporaneidade, não seria difícil imaginar, neste sentido, que determinado profissional cuja crença pessoal é desfavorável ao uso de vacinas deixe em voga tal opinião em entrevistas exibidas em telejornais, cujo público acredita no que assiste. São as complexidades atuais, abordadas no tópico a frente.

### **Complexidades aplicadas**

Assim como outros diversos campos de estudo, o telejornalismo permanece em constante desenvolvimento, no ritmo dos avanços sociais. Complexidades observadas a partir de eventos históricos, de impacto mundial ou até mesmo local, podem resultar em mudanças não apenas na percepção das notícias, como também na produção destas notícias. Ou seja: no fazer jornalístico. Esta complexidade também pode ter como fruto processos que fazem com que o telejornalismo avance,



se modifique e acabe por mostrar diferentes facetas. Aqui, chamamos atenção para uma das demandas sociais encontradas na atualidade, sobretudo entre as que podem ter impacto direto nos entendimentos propostos por esta pesquisa sobre o telejornalismo: a necessidade de combate à desinformação.

No contexto da desinformação, pode-se destacar o advento de acontecimentos específicos que requerem a necessidade do uso do telejornalismo como verdadeiro agente de combate às problemáticas que afligem a sociedade. É o caso da recente pandemia de Covid-19, doença identificada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 2020, proveniente do vírus SARS-CoV-2. No Brasil, do início da pandemia até a escrita deste estudo, cerca de três anos depois do aparecimento da doença, a Covid-19 já havia matado mais de 700 mil pessoas.

As produções telejornalísticas se tornaram monotemáticas (Siqueira & Monteiro, 2020) com foco no contexto pandêmico. Nos bastidores, os jornalistas envolvidos em todo o processo produtivo dos telejornais precisaram modificar suas rotinas produtivas (Siqueira & Monteiro, 2020) passando a adotar medidas recomendadas por órgãos de saúde e por entidades da própria categoria, como a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), para prevenir sua própria integridade física, bem como a continuidade da atividade jornalística, como a implantação do regime de trabalho home office, restrições à viagens a trabalho, distanciamento dos profissionais nas redações e uso obrigatório de máscaras de proteção facial.

Notícias relacionadas a pandemia da Covid-19 veiculadas em telejornais não apenas informaram a respeito de dados quantitativos, como também evidenciaram um caráter pedagógico ao discorrer, com

auxílio de especialistas, de maneira didática, sobre as medidas necessárias para prevenção de contágios pelo novo coronavírus por parte da população, em suma no período inicial da pandemia, quando o cenário se mostrou incerto até mesmo aos profissionais de saúde. Dessa forma, é possível afirmar que a função pedagógica do telejornalismo, conceito ao qual esta pesquisa centraliza suas observações, pôde ser observada nas produções feitas no período.

Enquanto atividade essencial, assim como em demais acontecimentos históricos, no contexto da pandemia da Covid-19 os veículos de comunicação, em especial as emissoras de TV, precisaram se adaptar para dar continuidade a atividade e desempenhar seu papel social, considerando que a divulgação de informações oficiais acerca da realidade, feita a partir de um telejornalismo ético, responsável, crítico e transformador (Cerqueira, 2018), mostra-se, também, capaz de instruir a população. E, também no contexto dos debates em saúde pública, Moretti et al. (2012) afirmam que a divulgação de informações seguras, distribuídas a partir de fontes oficiais, faz parte do processo de combate à disseminação de doenças, assim como qualquer outra ação direta de enfrentamento sanitário.

A partir dessa reflexão, pode-se dizer que, assim como em outros episódios históricos, durante a pandemia da Covid-19 o telejornalismo ocupa um lugar de destaque no que concerne ao papel social de informar aos cidadãos sobre as medidas necessárias à prevenção de contaminações pela doença. Afinal, como pontua Vizeu (2014) “os telejornais têm um espaço significativo na vida das pessoas”, como participantes ativos no processo de composição da realidade que as cercam (Vizeu, 2014).

Sendo assim, a divulgação de notícias sobre normas orientadas inicialmente por órgãos oficiais de saúde, nos telejornais, como o uso de máscaras de proteção facial, a manutenção do distanciamento social e a higienização das mãos com álcool 70%, é feita não apenas para informar, como também para instruir a população, dada a importância da prática de tais medidas. São informações essenciais, que não podem ser suprimidas, mas ao contrário disso, devem trazer detalhes básicos que possam ser compreendidos corretamente pelos telespectadores (Vizeu, 2009).

Indo adiante, para além da pandemia de Covid-19, há também outros fatos que indicam aspectos da desinformação presente em assuntos relacionados à saúde, antes inclusive do advento da pandemia do coronavírus, e que demonstram o valor combativo jornalismo em sua ampla rede de produção e o telejornalismo, especificamente, neste contexto. É o caso do famoso artigo do médico inglês Andrew Wakefield. Publicado na revista médica *The Lancet*, em 1998, o estudo de Andrew afirmava que a vacina tríplice viral, que previne contra o sarampo, a caxumba e a rubéola, causava autismo em crianças.

Na época, o estudo informava ter considerado uma amostra de 12 crianças para colher os dados que, teoricamente, teriam confirmado a hipótese. No entanto, anos depois da publicação na *The Lancet*, em 2004, o jornalista investigativo Brian Deer publicou no jornal *The Sunday Times* uma reportagem revelando que, na verdade, o autor do suposto estudo que relacionada à vacinação com a tríplice viral aos casos de autismo teria sido pago por advogados interessados em ações contra indústrias farmacêuticas, para manipular as informações.

Fato é que, mesmo com a reportagem comprovando a desinformação difundida por Andrew Wakefield, houve queda na vacinação de crianças com o imunizante mencionado no falso estudo. E mesmo com novas pesquisas que seguem não encontrando relação entre o autismo e a vacina tríplice viral – como a publicada no Journal Of The American Medical Association , que avaliou mais de 95 mil crianças norte-americanas, entre os anos de 2001 e 2012, e não encontrou nenhuma evidência entre o espectro e o imunizante – pais do mundo inteiro seguem hesitando em vacinar seus filhos, o que, entre outras consequências, pode representar o retorno de doenças já erradicadas, como, neste caso, o sarampo, a caxumba e a rubéola.

Neste caso, em específico, o médico Andrew Wakefield perdeu o direito de exercer a medicina em seu país, o Reino Unido, depois de uma disputa judicial que serviu como marco para as demandas relacionadas a falsas informações difundidas na área, e por profissionais da área da medicina. A revista The Lancet, um dos mais importantes veículos de jornalismo científico do mundo, por meio da qual Andrew divulgou a desinformação, fez uma retratação da publicação de 1998, somente após a denúncia jornalística vir à tona.

No Brasil, diversos outros casos semelhantes ao mencionado anteriormente também podem ser observados à luz da desinformação em saúde, e em saúde pública. Em alguns episódios relacionados especificamente a vacinas, inclusive, observa-se o efeito contrário: ao invés da fuga, a busca desesperada por imunizantes. Foi o que aconteceu em 2008, quando uma notícia inverídica sobre uma suposta epidemia de febre amarela provocou uma verdadeira corrida em busca pela vacina contra a doença, no estado de São Paulo, como pesquisou Henriques

(2018). Segundo o autor, somente na capital paulistana, a quantidade de doses de vacinas contra a febre amarela multiplicou em cinco vezes quando comparada ao ano anterior, de forma desnecessária. Quatro pessoas morreram em virtude dos graves efeitos da vacina.

Mais recentemente, em 2022, a circulação do vírus Monkeypox (MPXV) responsável pela doença conhecida como varíola dos macacos, também voltou a representar perigo aos macacos. Natario et al. (2022) confirma, inclusive, a morte de macacos em virtude do temor social provocado pelas desinformações sobre Monkeypox.

O pouco conhecimento da população sobre a área da saúde e a disseminação de notícias falsas apresenta-se como um obstáculo no combate à doença e acaba por afetar a saúde única, visto que a perseguição e a morte de macacos vem se tornando comum no Brasil, algo semelhante ao ocorrido em 2018, quando houve o ressurgimento de casos de febre amarela no país. Segundo dados, cinco macacos foram encontrados mortos na cidade de São José do Rio Preto - SP, além de outros três macacos-prego que foram resgatados com sinais de agressão e intoxicação. A data do caso, 04 de ago. de 2022, coincide com um aumento nos casos de varíolano estado de São Paulo (Natario et al., 2022, p. 2).

E a despeito da varíola dos macacos, também no âmbito da desinformação, há, ainda, outro ponto a ser discutido. Depois de um pronunciamento feito pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que alertava especificamente para a transmissão da varíola dos macacos em relações homossexuais com diferentes parceiros, diversas notícias sem comprovação de veracidade passaram a circular associando a disseminação da doença à população LGBTQIAP+. Atualmente, o próprio site da

Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), ligada à OMS, informa que “não há evidência de que o vírus seja transmitido por via sexual”.

Trazendo a discussão ao telejornalismo, vale observar a atuação do Jornal Nacional, principal informativo televisivo do Brasil, no auge dos debates em torno da transmissão da varíola dos macacos. O telejornal exibiu, em agosto de 2022, a reportagem “Médicos alertam para risco de preconceito que existe contra pacientes da varíola dos macacos”, com cerca de quatro minutos, abordando a preocupação da população LGBTQIAP+, levantando, inclusive, historicidade ao fato contemporâneo ao lembrar que na epidemia de HIV/AIDS também houve comportamento social semelhante, com a associação direta da doença aos homossexuais. O “JN” ouviu especialistas em saúde pública, profissionais médicos, e, para além disso, trouxe a fala dos próprios integrantes da comunidade mais atingida pela desinformação difundida.

Neste ponto, após o levantamento de outros casos de desinformação em saúde, é importante destacar que tal fenômeno é impulsionado por determinados fatores. Henriques (2018) menciona que esta desinformação característica do campo da saúde acontece porque uma maior parte da população tem pouco conhecimento da área clínica, bem como pela ansiedade causada no corpus social com pelo advento de situações de emergência em saúde, concluindo que a “desinformação é ainda mais forte quando o assunto é doença grave e ameaçadora” (Henriques, 2018).

Para além disso, o autor também destaca que a desinformação em saúde pode ser ocasionada por uma “combinação mais perigosa” entre informações e orientações contrárias ao conhecimento científico, em situações onde algum aspecto contido na informação realmente

existe, como epidemias ou campanhas de saúde pública (Henriques, 2018). Ponto que pode ser observado no último exemplo citado acima, quando realmente a OMS, mais importante órgão de saúde no mundo, divulgou uma informação real a respeito do Monkeypox, que foi interpretada e difundida de maneira massivamente inverídica, provocando a desinformação.

Retornando ao âmbito desta pesquisa, que se curva para o telejornalismo, é preciso pontuar que, ainda que haja combate à desinformação nos telejornais, como ilustrado acima em eventos relacionados à pandemia de Covid-19 e à varíola dos macacos, há mais observações acadêmicas a respeito da desinformação na internet, e mais especificamente, nas redes sociais. Em revisão de literatura, Figueiredo et al. (2020) levanta pesquisas relacionadas ao papel do jornalismo no combate à desinformação na área da saúde. De 30 artigos científicos publicados nos anais dos congressos Intercom Nacional, Intercom Regional, Compós e ABCiber, entre 2010 e 2019, a maior parte se concentrou no eixo “papel do jornalismo científico e desempenho nas mídias digitais” (Figueiredo et al., 2020).

Tal questão reforça ainda mais a relevância das observações acadêmicas propostas nesta pesquisa. Afinal, quando há debates relacionados à saúde no âmbito da televisão, como os provocados pelas séries de reportagem propostas à análise, há também ações disruptivas diretas em conceitos outrora levantados e apreendidos erroneamente pela sociedade. Como assinala Vasconcelos (2005), o jornalismo que promove discussões sobre temas do mundo clínico permanece sendo a principal fonte de formação social neste campo. Considerando o alcance da televisão, então, é possível dar ainda mais sentido a afirmativa.

O jornalismo que se ocupa de temas da pesquisa biomédica e da ação clínica é a principal fonte de formação (no sentido da instrução) da sociedade nestas matérias, pois, ao comportar uma componente de índole científica, vê-se forçado a complementar a exposição do evento-notícia com parcelas de um conhecimento até então restrito a círculos de especialistas (Vasconcelos, 2005, p. 258).

As discussões levantadas neste capítulo tiveram como objetivo ancorar os debates posteriores, que adentraram de forma mais específica ao âmbito da função pedagógica do telejornalismo, abordando questões como o jornalismo como forma de conhecimento e especificidades do telejornalismo local e de serviço. É válido finalizar este tópico memorando o papel do jornalismo profissional, ao qual se destinam as pesquisas realizadas no PPJ/UFPB, dentro das contemporaneidades apresentadas, considerando o que pontuam Spinelli e Santos (2018), ao afirmarem que “o jornalismo profissional deve assumir o papel de guardião da credibilidade das notícias”, cabendo, portanto, ao jornalismo, “apostar na sua essência o compromisso com a qualidade e apuração dos fatos” (Spinelli & Santos, 2018).

## **Metodologia**

Dadas as observações teóricas feitas nas sessões anteriores, pode-se chegar em questões metodológicas que possibilitem a aplicação do estudo. A pesquisa tem caráter exploratório e objetiva apontar características da função pedagógica do telejornalismo em reportagens séries especiais da TV Cabo Branco relacionadas à saúde. Para isso, fará uso da análise de conteúdo e da entrevista semiestruturada como aporte metodológico central. Além disso, para ancorar as discussões



realizadas ao longo da dissertação, utilizando o método de pesquisa bibliográfica, para basear todas as discussões teóricas levantadas pela pesquisa. Como explica Fonseca (2001), é através das referências obtidas em pesquisas já realizadas, como em artigos, dissertações, teses e outros documentos acadêmicos, que é possível compreender de forma mais segura o que se estuda. Dessa forma, portanto, o uso da pesquisa bibliográfica é caracterizado como sendo fundamental na pesquisa científica (Sousa et al., 2021).

A partir da pesquisa bibliográfica será possível conhecer contribuições de estudiosos referência na conceituação de questões teóricas que envolvem o telejornalismo e suas funções, e principalmente sua função pedagógica. Para isso, obras renomadas ao longo dos últimos anos, unidas às contribuições recentes da academia ao debate específico sobre o fazer jornalístico, de autores como Cerqueira (2018), Vizeu (2009), Cavenaghi (2013), Coutinho e Emerin (2019), e suas aplicações ao contexto da saúde pública, devem ser consultadas, a fim de obter resultados que contribuam para aprimorar o entendimento do papel do jornalismo no contexto analisado.

Como base central de pesquisa será utilizado o método de análise de conteúdo, entendido por Bardin (1977) como sendo um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que faz uso de sistemas e objetivos para descrever o conteúdo das mensagens (Bardin, 1977). A autora descreve em seu livro “Análise de Conteúdo” (1977) as formas adequadas à aplicação metodológica em pesquisas qualitativas e quantitativas, das mais diversas áreas da ciência, como o Jornalismo, no qual a análise indicada neste estudo se concentra.

Este estudo, portanto, faz uso do método apresentado para, de mesmo modo, analisar como as produções telejornalísticas das reportagens das séries “Envelhecer – Bora conversar?” e “Sono – Por que dormimos” fizeram uso de aspectos da função pedagógica do jornalismo para levar ao público informações importantes ao fomento de conhecimento relacionado ao tema. Para isto, se concentra nas etapas de categorização, elencadas por Bardin e apresentadas acima. Começando pela etapa de organização da análise, onde a autora propõe a elaboração de um planejamento tático, capaz de observar detalhadamente o que será necessário para que a pesquisa avance.

Na parte da pesquisa bibliográfica é considerada, primordialmente, a definição sobre dispositivos didáticos, apresentada por Cerqueira (2018). Sendo assim, serão observados os seguintes dispositivos: a) busca por apresentar um contexto que possa ser compreendido; b) interpretação de falas dos especialistas; c) no reforço do discurso de legitimidade, com confirmação por ato simbólico; d) descrição da fala para que o telespectador ouça e enxergue com clareza; e) comparação temporal, para proporcionar a dimensão da temática no ontem, hoje e amanhã; f) exemplificação com busca de algo ilustrativo, real ou não; g) complementaridade, para que a mensagem seja passada no formato que o noticiário exige; h) detalhamento, com clara busca por apresentar informações de diferentes formas, mas com clareza (Cerqueira, 2018). Além dos dispositivos didáticos mencionados, as conceituações apresentadas nos capítulos iniciais deste estudo também são respeitadas, de forma a ancorar os resultados obtidos.

A série “Sono – Por que Dormimos?” foi exibida no telejornal JPB 2ª Edição, da TV Cabo Branco, nos dias 16, 17, 18 e 19 de maio

de 2022. Apresentada pelo médico André Telis – que é colunista de saúde na TV Cabo Branco e também na Rádio CBN, da Rede Paraíba de Comunicação – e com roteiro de Giovana Rossini e Jô Vital, a produção abordou em quatro episódios, cada um deles com duração de cerca de 10 minutos, questões relacionadas ao sono, como: função do sono, consequências de noites mal dormidas, rotina de quem precisa conviver com o sono e importância/conceito da higiene do sono, e etc.

À luz dos dispositivos didáticos, pode-se destacar alguns componentes presentes na série. O dispositivo de apresentação de contexto pôde ser encontrado no primeiro episódio, onde é feita uma abordagem geral da temática apresentando todo o contexto que a envolve. Nos segundo e quarto episódios, pode-se observar o uso do dispositivo de reforço do discurso de legitimidade, a partir do ato do médico apresentador, que realiza seus próprios exames de sono e pratica métodos para melhoria do sono, confirmando um discurso por ato simbólico. O dispositivo didático de comparação temporal também é utilizado, no terceiro episódio, onde o médico apresentador descreve diversos cenários temporais que englobam a história do trabalho noturno, assunto central do episódio. Já o dispositivo de exemplificação com algo ilustrativo é evidenciado em todos os episódios, a partir da utilização de imagens ilustrativas que compõem a narrativa. O dispositivo de complementaridade também é encontrado, apresentado via exposição de dados oficiais ao longo de vários episódios. E, por fim, o dispositivo de detalhamento, por meio do qual se busca apresentar as informações de diferentes formas, também é encontrado em toda a série, através da explicação contínua das informações repassadas por especialistas, em diversos momentos da produção.

A série “Envelhecer – Bora conversar?” foi exibida entre os meses de março e maio de 2023, sempre às quartas-feiras, nos dias 15, 22 e 29 de março; 5, 12, 19 e 26 de abril; e 3, 10 e 19 de maio; no telejornal JPB 1ª Edição, da TV Cabo Branco. A série teve como repórter a jornalista Maria Antônia Demasi, especialista em questões do envelhecimento, contratada pela emissora em questão exclusivamente para realização da série. Diferentemente da série analisada anteriormente, a produção em questão mescla materiais gravados e ao vivo, com participação da jornalista no próprio estúdio onde o telejornal é gravado e exibido ao vivo, além de entrevistas ao vivo com especialistas e personagens, em locais diferentes do estúdio.

A partir da análise de cada episódio é possível pontuar diversas questões relacionadas à utilização de dispositivos didáticos nas reportagens da série especial produzida pela TV Cabo Branco sobre o envelhecimento. Diferente da produção analisada anteriormente, optou-se por analisar somente uma parte dos episódios exibidos na série. Dos dez episódios, a pesquisa escolheu os quatro primeiros para se debruçar em análise. Tal escolha se justifica pela quantidade das demais séries aqui estudadas – a série “Sono – Por que Dormimos” e tem quatro episódios cada – equiparando, dessa maneira, o número total de produções consideradas à pesquisa.

Indo mais à fundo para detalhar os dispositivos didáticos encontrados em cada episódio, é legítimo destacar que, de forma geral, a série faz uso do dispositivo didático de apresentação de contexto, fazendo um panorama geral sobre o assunto envelhecimento. Para explicar melhor o tema, também é utilizado o dispositivo de reforço no discurso de legitimidade, através da fala de pessoas que, ao mesmo tempo em

que se inserem no lugar de especialistas, são também pessoas idosas. A “tradução” de dados oficiais também é feita, evidenciando o uso do dispositivo didático de descrição da fala, e durante toda a reportagem o discurso de ilustração, com imagens que retratam o texto falado, também pode ser observado.

Também é possível elencar o uso do dispositivo didático de detalhamento, uma vez que a jornalista escuta pessoas idosas para entender de forma detalhada os benefícios da prática de atividades físicas na faixa etária, explicando, de maneira reforçada, as questões ditas pelos personagens. É possível observar também o uso do dispositivo de complementaridade, observado a partir da entrevista feita ao fim da reportagem gravada, onde idosos que costumam praticar exercícios físicos e também professores que atuam nesta área falam um pouco mais sobre o assunto.

Também fica evidente a utilização do dispositivo didático de ilustração, através de imagens, bem como o detalhamento, exposto por meio da apresentação de depoimento de idosos, de cuidadores e, indo além, de pessoas que estão se capacitando para se inserir no mundo dos cuidadores – temática central da reportagem – além da explicação de questões que podem ser consequência da falta de cuidados especializados. O contexto do tema também é apresentado, uma vez que a jornalista vai até uma casa de acolhimento para apresentar ao público um pouco mais da rotina abordada durante toda a reportagem.

## **Conclusão**

A partir das questões abordadas na análise de conteúdo proposta e aplicada nesta pesquisa, à luz das considerações teóricas levantadas

em estudos bibliográficos, foi possível observar o uso de diversos dispositivos didáticos que comprovam a existência da função pedagógica do telejornalismo nas produções telejornalísticas aplicadas. É preciso reiterar que este artigo é parte de uma pesquisa mais aprofundada, e, por conta das exigências estruturais deste trabalho em si, não é possível apresentar todas as nuances encontradas na análise completa realizada e presente no escopo da dissertação da autora do estudo.

De antemão, no entanto, vale destacar algumas conclusões que podem ser aplicadas já neste momento. A principal delas, obtida a partir da aplicação metodológica proposta, é a comprovação do uso da função pedagógica do telejornalismo por parte das séries de reportagem analisadas. A partir desse uso, ficou claro o aprofundamento das questões de saúde abordadas nos conteúdos jornalísticos analisados, e, conseqüentemente, a entrega de informações relevantes do ponto de vista educacional, capazes de auxiliar os telespectadores em suas questões com os temas abordados, bem como no combate aos problemas trabalhados nas séries.

Ainda dentro do escopo parcial da pesquisa, é possível concluir que a preocupação didática descrita por autores que trabalham o tema existe, também, na promoção do telejornalismo especializado em saúde, uma vez que os profissionais envolvidos nas produções postas a análise empregam esforços no sentido de não apenas apresentar informações sobre o tema trabalhado, mas também e principalmente, ensinar algo, através das informações passadas, a quem consome o conteúdo. Dessa forma, o telespectador consegue enxergar questões que outrora passariam despercebidas e, por se tratar de temas relacionados ao seu próprio bem estar, podem, inclusive, passar a se preocupar com a própria saúde.

Por fim, cabe destacar novamente que esta pesquisa pode servir como norte para outros estudos que venham a discutir sobre o tema e, para além disso, concentra suas observações no telejornalismo por acreditar que o mesmo pode servir, e serve, como instrumento de promoção de conhecimentos singulares, através de saberes específicos que, ao chegarem nos telespectadores, podem também causar impacto positivo do ponto de vista professoral. Sendo assim, conclui-se, portanto, que o caminho para desenredar as nuances do conceito posto à observação científica se mostra como importante apoio para avanços no telejornalismo profissional e didático.

## Referências

Alves, V. (2008). *T V Tupi: uma linda história de amor*. Ed. IMESP.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Ed. Lisboa.

Bueno, W. C. (2009). Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma trajetória. In C. M. Porto (Org.), *Difusão e cultura científica: alguns recortes* (pp. 113-125). EDUFBA.

Carvalho, C. (2007). *Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado* [Trabalho apresentado]. V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, SP, Brasil.

Cerqueira, L. J. S. (2018). *Saberes, linguagem e dispositivos didáticos: as dimensões da função pedagógica do telejornalismo* [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Pernambuco].

Eco, U. (1984). *Tevê: a transparência perdida*. Ed. Nova Fronteira.

Figueiredo, M. A., Cruz, F. V., & Peschanski, J. A. *O papel do jornalismo no combate à desinformação científica: uma revisão de literatura* [Trabalho apresentado]. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Virtual.

Henriques, C. M. P. (2018). A dupla epidemia: febre amarela e desinformação. *RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 12(1), 9-13.

Hohlfeldt, A., Vizeu, A., Porcello, F., & Coutinho, I. (2010). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*. Ed. Insular.

Moretti, F. A., Oliveira, V. E., & Silva, M. K. (2012). *a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública?* Universidade Federal de São Paulo.

Mello, J. N. (2009). *Telejornalismo no Brasil*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação.

Miranda, A. (2014). *Do todo à parte: curso e percurso do jornalismo especializado em saúde* [Trabalho apresentado]. 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

Natario, L. U., Soldatelli, N. D. Nezello, Y. C., & D'Agostini, F. M. (2022) *Variola Dos Macacos: Impactos da Desinformação em Saúde* [Trabalho apresentado]. Circuito Regional Ciência e Inovação para um Desenvolvimento Sustentável.



- Oliveira, V. C. (2014). As fabulações jornalísticas e a saúde. In K. Lerner, & I. Sacramento (Orgs.), *Saúde e jornalismo: interfaces contemporâneas*. Fiocruz.
- Siqueira, F., & Monteiro, P. (2020). *Jornalismo em tempos de pandemia: reconfigurações na TV e na Internet*. Ed. UFPB.
- Scolari, C. A. (2008). *Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. Diálogos de la Comunicación.
- Silva, E. M., Rocha, L. V., & Silva, S. R. S. F. (2008) Telejornalismo expandido: o jornalismo televisivo nas redes sociais e aplicativos. *Revista Comunicação Midiática*.
- Spinelli, E. M., & Santos, J. de A. (2018). Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, 4(3), 759-782.
- Ramonet, I. (1999). *A Tirania da Comunicação*. Ed. Vozes.
- Vasconcelos, A. (2005). *Jornalismo De Saúde – Evidências De Um Processo De Especialização*. Repositório Científico Lusófona.
- Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista FAMECOS*.

# **O CRESCIMENTO DAS REDES E O ENXUGAMENTO DA INFORMAÇÃO LOCAL NO RÁDIO: REFLEXOS DA MIGRAÇÃO DO AM-FM NO BRASIL**

*Karina Woehl de Farias<sup>1</sup>*

Desde 2013, data de assinatura do decreto 8.139 que autoriza a troca de *dial* no Brasil, o país acompanha os desdobramentos do processo de migração do rádio AM-FM. Em 2016, as primeiras emissoras começam a operar em Frequência Modulada, fato que acompanhamos desde sua fase inicial, em pesquisas anteriores. A mudança de banda gerou oportunidade de atualização para empresas tradicionais radiofônicas, que entenderam a troca como possibilidade não somente de melhoria

---

1. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC  
Professora Assistente do Departamento de Comunicação Social da FAAC/Unesp.  
[fariaskaki@gmail.com](mailto:fariaskaki@gmail.com)

sonora como também de renovação na programação e estratégia para se reposicionar diante da convergência e das multiplataformas.

É certo que as empresas do setor garantiram mais qualidade nas transmissões, o que resultou numa sobrevida para o meio que vinha sofrendo com os ruídos eletromagnéticos em Amplitude Modulada, resultantes em perda de alcance, audiência e anunciantes (Prata & Del Bianco, 2018). Mas não só isso. A alteração de espectro também gerou um aumento na adesão a grandes redes de rádios, sobretudo as musicais. Se por um lado trouxe melhorias técnicas, por outro, evidenciou um enxugamento de espaços informativos locais na programação de muitas emissoras do interior do país (Zuculoto & Farias, 2019).

O fato levanta questionamentos sobre o futuro do radiojornalismo e o risco de perda da identidade local, dando destaque a culturas de outras regiões onde estão situadas muitas das cabeças de rede do país, já que os grandes grupos empresariais acabam investindo em segmentos de mercado semelhantes, repetindo fórmulas e limitando opções. A verdade é que a nova realidade pós-migração traz alterações também no jornalismo praticado nessas rádios.

Segundo aponta o Ministério das Comunicações (2023), até setembro de 2023 estão ativas em FM no Brasil, aproximadamente 1150 estações migrantes, das mais de 1,7 mil AMs que assinaram a outorga. Observa-se que o estado de São Paulo lidera a lista com 184 rádios provenientes de Amplitude Modulada, seguido pelo Paraná e Minas Gerais, respectivamente com 141 e 134. Na imagem do mapa de atualização do Governo Federal (2023), divulgado há poucas semanas, os números são apresentados também pelo alcance das estações.



principais com expansão de afiliadas distribuídas em muitos Estados. São 30 novas FMs, das mais de 60 estações que carregam a marca. O grupo do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, também conta com grandes e médios mercados, como São Luís (MA), Cuiabá (MT), Florianópolis (SC), São José do Rio Preto (SP), Ponta Grossa (PR), Cascavel (PR), Criciúma (SC), entre outros (Starck, 2023). A Jovem Pan FM também se destaca nos números levantados pelo tudoradio.com, com 24 rádios passando a transmitir sua grade musical. Na sequência aparecem as redes Rádio Aleluia, com 13 emissoras, e a Rádio MIX FM, com 11.

Dentre as justificativas para a escolha da música em troca da informação nas empresas radiofônicas está a rentabilidade financeira. Sabe-se o valor que as redes têm, em profissionalizar e ampliar olhares para além do entorno, no entanto, elas também reduzem o espaço da informação local destas rádios, que geralmente estão ligadas em proximidade com a comunidade. Assim, este trabalho além de atualizar estudos recentes sobre a Migração do AM-FM (Farias, 2020), observa o enxugamento destes espaços informativos avaliando concomitantemente o crescimento da programação musical de rádios brasileiras. A pesquisa é considerada um estudo histórico do tempo presente, e se caracteriza como exploratória (Flick, 2009), com o uso de técnicas de revisão bibliográfica e documental.

### **Uma década da assinatura do Decreto 8.139**

Analisando a migração do rádio AM para o FM como um marco regulatório de política pública, anteriormente contextualizado em meio a uma crise do setor no Brasil, a mudança de espectro teve seu ponto de partida em 2013. O Decreto 8.139, assinado pela então presidente

Dilma Rousseff em 7 de novembro daquele ano (Decreto 8.139), autorizou emissoras a adaptarem suas outorgas de Ondas Médias para a Frequência Modulada.

Durante a cerimônia oficial, o então presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), Daniel Slaviero, declarou que a medida representava o evento mais “relevante para o rádio AM nos últimos 50 anos” (Amato, 2013). Naquela época, experiências de transmissões simultâneas em AM e FM já estavam em curso no país. Rádio Jovem Pan (SP), Itatiaia (MG), Rádio Jornal (PE) e Rádio Gaúcha (RS) foram pioneiras nos testes.

Conforme o Governo Federal (2017), as 1.781 emissoras que estavam na frequência de AM em todo o Brasil são divididas de acordo com o alcance: local, regional ou nacional, como demonstrado na tabela abaixo.

**Tabela 1**

*Classificação das AMs quanto ao seu caráter de alcance*

<b>Classificação</b>	<b>Potência Diurna Máxima</b>
Nacional	$p > 10\text{kW}$
Regional	$1 < p \leq 10\text{kW}$
Local	$p \leq 1\text{kW}$

Decreto 8.139.

Os dados sobre o alcance foram fundamentais para que o Governo Federal regulamentasse o valor de cobrança por parte das empresas radiofônicas. Em 2015, a tabela de valores foi apresentada a radiodifusores com o cálculo baseado também no Produto Interno Bruto

(PIB), nos Indicadores de Desenvolvimento/Renda IDH – R, no Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPC), porte técnico das emissoras e a disponibilidade de canais em FM (faixa ou *dial* convencional ou estendido) (Lopez et al., 2018). Desta forma, estações não mudaram somente o *dial*, mas também suas classificações.

O Ministério das Comunicações informou na época que a troca de banda não era obrigatória às rádios, porém, as emissoras de caráter local ficaram sujeitas ao definhamento pelas dificuldades em sintonizá-las em dispositivos com pouco ou nada de investimento em tecnologia. O prazo para a migração das rádios AM locais trocarem o espectro termina em 31 de dezembro de 2023. As estações de Amplitude Modulada de alcance regional e nacional têm a opção de continuar as operações sem a mudança na frequência, mas como frisamos, as interferências eletromagnéticas tendem a aumentar o cenário de crise.

As pesquisadoras Nair Prata e Nelia Del Bianco registram o protagonismo do setor empresarial no processo migratório. Segundo as autoras, pensando na migração como uma construção de política pública, os radiodifusores influenciaram em todas as etapas do processo, não somente fazendo pressão política para agilizar a tomada de decisão, mas oferecendo soluções a impasses regulatórios. “A mudança representa uma oportunidade para renovar a programação, seja no conteúdo, plasticidade e sonoridade, além de ampliar a interação com a audiência a partir de dispositivos móveis” (Prata & Del Bianco, 2018, p. 25).

A solução dos radiodifusores foi a de não arriscar, por exemplo, em um modelo de transmissão digital, tecnologia sem avanços no Brasil. Uma ação de preservação de posições dentro de um campo comunicacional que se comportava cada vez mais desigual.

Metade das estações em processo de migração tem pequena potência e cobertura limitada, presta serviço e informação a pequenas comunidades locais. Para elas, não havia perspectivas de melhoria sem renovação da frequência. Situação diversa de grandes emissoras com poder econômico que já experimentavam a transmissão simultânea onde detinham frequência FM. Migrar para FM parecia mais seguro e viável para os dois segmentos ao contrário de apostar na digitalização da transmissão. (Del Bianco, 2019, p. 21)

A pressão dos empresários rendeu feitos e, para tentar amenizar o problema, o Governo Federal determinou, por meio de uma Portaria Interministerial nº 68, de 21 de setembro de 2017, que fabricantes produzissem rádios capazes de sintonizar a faixa estendida. Sendo assim, a partir de 1º de janeiro de 2019, todos os aparelhos de rádio produzidos no Brasil passaram a sair de fábrica com a faixa de FM entre 76MHz e 88MHz. Antes da migração a faixa era de 87.9MHz a 107.9MHz. Inclusive, montadoras já estão comercializando modelos que garantem a recepção na faixa estendida.

Também é aposta do setor na atualidade o aproveitamento em nova frequência da audiência usuária especialmente do smartphone. Por essa razão, pequenos e médios empreendedores têm investido nas plataformas multimídia para chegar aos mais variados públicos segmentados.

## **O FM 2.0 em processo no *dial***

A troca de banda ganhou velocidade em 2023, impulsionada pelas determinações referentes à ocupação do espectro em áreas densamente povoadas, onde há uma concentração de emissoras, e pela utilização do FM estendido, agora chamado de FM 2.0, com frequência entre 76MHz



a 108MHz. A viabilidade técnica foi definida antes da assinatura do decreto por meio da análise de *dials* de todas as regiões do país, mas precisou ser revista nos últimos meses. Com a falta de espectro suficiente para tantas novas emissoras em Frequência Modulada, a saída foi a criação da faixa estendida. Vale frisar, que o sucesso do serviço do FM 2.0, em parte, ainda é incerto e vai depender da massificação dos equipamentos receptores portáteis compatíveis que possam sintonizar a faixa do FM 2.0, bem como de campanhas realizadas pelos empresários do setor para tal mudança no consumo de rádio.

O Governo Federal publicou portaria para a produção de receptores que venham de fábrica com a nova tecnologia (Farias, 2020). No entanto, para os gestores de rádio, a troca pelo estendido ainda é muito mais lenta e de riscos, já que as empresas evitam ir para um *dial* completamente novo nos aparelhos brasileiros, obrigando muitos ouvintes a adquirirem novos radinhos para acesso à nova banda. Segundo o Ministério das Comunicações (2023), o Brasil foi pioneiro no emprego da faixa estendida de FM, incluindo em carros e outros dispositivos durante o processo de fabricação. Desta forma, podemos entender a faixa estendida como uma iniciativa complementar ao processo de migração do AM-FM já que as primeiras estações a mudarem para o *e-FM*, ou FM 2.0, o fizeram recentemente.

Desde 2021 ouvintes de mercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Recife e Porto Alegre sintonizam transmissões no FM estendido. A Rádio Capital AM 1040 de São Paulo, Rádio Jornal AM 780 do Recife, Cultura Brasil AM 1200 de São Paulo e Rádio Liberdade AM 970 de Porto Alegre estavam entre as pioneiras. Destas, conforme o tudoradio.com, uma das primeiras a operar foi a

Rádio Cultura Brasil que migrou de AM para FM 2.0. Até meados de 2023 eram quase 30 rádios na faixa estendida. Destas, a maioria concentra-se em municípios paulistas. Número ainda maior se consideradas as estações implantação pela EBC (Empresa Brasil de Comunicação).

No levantamento do site tudoradio.com (2023), o estado de São Paulo desponta como líder na ativação de estações FM 2.0, com ênfase especial na capital e na região metropolitana. Por ser uma área densamente populosa, 10 estações funcionam em faixa estendida. Somando-se as regiões de Campinas e Sorocaba, as estações chegam a 17. Ao incluirmos a Rádio Nacional FM 87.1 de São Paulo, que não é uma migrante AM-FM, o total de estações em *e-FM* no estado atinge 19. No Sul do país, o destaque fica na grande Porto Alegre, onde estão em operação cinco estações em faixa estendida, todas provenientes do AM. Os gaúchos ainda abrigam outra emissora na mesma situação, na Serra Gaúcha, totalizando seis ativas na nova faixa.

## **O radiojornalismo local ameaçado**

Há algum tempo o radiojornalismo vem se reestruturando enquanto gênero. Com o passar dos anos, o meio realçou características próprias, aproximando-se do que chamamos de um rádio informativo, capaz de refletir a realidade de uma maneira específica e própria. Conforme Betti e Meditsch (2008, p. 3), a emissora que aposta neste gênero se preocupa e especializa-se em fornecer informações ao público ouvinte. Como consequência disso, “assume os valores profissionais do jornalismo como critério predominante na programação: o público será por ela informado de qualquer acontecimento cuja relevância o justifique, a qualquer momento da emissão. Assim, entendemos o jornalismo

radiofônico enquanto um meio com espaços destinados à construção de notícias e propagador de informações de serviços e utilidade pública, que englobam a hora certa, previsão do tempo, trânsito, entre outros, mas sobretudo como um meio com responsabilidades amplas diante da sociedade.

Por meio da programação jornalística no rádio é possível perceber algumas das principais características do meio, tanto em termos de produção quanto de conteúdo, como por exemplo, a mobilidade. Outra característica que o descreve enquanto *mass media* é o imediatismo, pois através das ondas radiofônicas os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem. Com tais especificidades, o rádio vem se reconfigurando ao longo do tempo como agente de informação e formação do coletivo. Diante deste contexto, emissoras informativas dão suporte na construção de identidades de acordo com a elaboração das notícias, das informações da atualidade, de acordo com os interesses da audiência. Dito isso, o meio, quando utilizado de maneira coerente com sua função social, corrobora na construção de identidades culturais regionais.

Bonixe (2015) reforça que essa identidade foi sendo construída pelas emissoras e demarcavam em suas próprias designações a localidade para a qual emitiam. Sendo assim, o rádio, sobretudo os de emissão local e regional, tem esse olhar voltado ao seu entorno, seja por seus aspectos técnicos e sociais, seja pela produção transmitida. Desta forma, o conceito aplicado à informação, coloca em primeiro lugar lógico e histórico, o surgimento de uma mídia local, que cumpre assim, papel de convivência social.

Tal regionalização midiática é uma tendência consolidada tanto nos cenários nacionais quanto internacionais, e tem por objetivo estreitar a comunicação com o público, ajustando linguagem e pautas. Os avanços tecnológicos, como as redes de rádio, têm contribuído para a redução das distâncias, possibilitando novos acessos à informação de maneira rápida e fácil. Porém, nem sempre necessária à comunidade. Apesar do crescente fenômeno da globalização (Lima & Lopes, 2016), destaca-se que para o cidadão, nenhuma informação, notícia ou entrevista é mais relevante do que aquela que aborda questões locais e regionais, vinculando-se ao seu cotidiano, eventos e pessoas conhecidas. Ou seja, quanto mais perto da audiência estiver localizada a emissora, mais interesse de seus ouvintes ela desperta. No rádio, assim como em outras mídias, o investimento nos acontecimentos de proximidade é uma aposta na força destes laços identitários já que as notícias do entorno dotam o morador de um diferencial em sua rotina.

Desde que as empresas começaram a trocar de espectro ainda em 2016, o número de redes de rádios musicais tem crescido. O fato vem sendo analisado, pois coloca o radiojornalismo sob ameaça em algumas regiões do país. Essas Redes de Rádios via Satélite (RVS) se dividem em perfis voltados ao entretenimento e, em alguns casos, intercalando notícias. O livro *Migração do Rádio AM para o FM*, organizado por Nair Prata e Nélia Del Bianco (2018), aponta que quase 20% das rádios migradas aderiram a uma rede nacional ou regional de rádio. No entanto, até o fim do prazo para mudança de banda estes dados devem ser ainda maiores.

Conforme observa o Tudo Rádio, são 62 Redes de Rádio via Satélite no Brasil. Os dados levantados pelo portal descrevem grupos e

suas localizações geográficas país afora. Porém, importante mencionar que o universo das redes radiofônicas não está totalmente contabilizado no país e, por isso, não é possível estimar um total absoluto de emissoras que adotam o modelo. Essas redes se dividem em segmentos como musical, religioso e noticioso. Entendemos então, como grupos nacionais ou regionais que representam um conjunto de empresas controladas por uma entidade de mídia, independentemente de seu suporte. “As redes compostas por rádios associadas são as que transmitem o mesmo conteúdo em tempo integral ou em alguns horários em diferentes regiões através das sucursais” (Avrella & Alexandre, 2014, p. 5). Já as afiliadas são responsáveis por retransmitem parte de sua programação para outras estações em tempo real ou em outros horários de acordo com a empresa geradora.

Importadas dos EUA, as redes chegam ao Brasil na década de 1980 para organizar conteúdo e, sobretudo, baratear custos. É inegável que, sejam elas jornalísticas ou musicais, melhoram a qualidade dos produtos transmitidos, principalmente em relação ao seu formato e padronização. Por outro lado, podem colocar em risco a identidade local, dando destaque a culturas de outras regiões, com predominância evidente ao Sudeste, onde estão situadas muitas das cabeças de rede do país, já que os grandes grupos empresariais acabam investindo em segmentos de mercado semelhantes, repetindo fórmulas e limitando opções. Em parte, o fato de algumas cabeças de rede estarem localizadas em centros como São Paulo colabora para essa homogeneização no conteúdo. Dentre os atrativos para as pequenas estações aderirem às redes está a redução dos custos operacionais e a otimização dos lucros para a cabeça de transmissão.

Esses efeitos colaterais ligados à redução da informação local também são percebidos na linguagem de muitos dos comunicadores, já que ocorrem alguns afastamentos do regionalismo linguístico de cada Estado, como lembra Prado (2012, p. 399), ao afirmar que houve a necessidade de ajustes em horários dedicados à programação em rede, com preocupação sobre a linguagem em assuntos locais. Para ela, foi “preciso igualar uma fala única que pudesse atender todos os brasileiros”. Falas estas constituídas por laços originados da familiaridade e singularidade de uma determinada região, muito relacionada com a questão territorial.

Tensionamos esse enxugamento dos espaços em emissoras consideradas locais em relação a sua programação por serem consideradas, antes da migração, estações que desempenhavam um papel social capaz de incentivar iniciativas de proximidade permitindo até que comunidades se conhecessem melhor. Com a adesão a um conglomerado midiático, percebemos a diminuição de conteúdo destinado ao entorno. Como vimos ocorrer com grupos como a Massa FM, Mix, Nativa e Jovem Pan (Farias, 2021).

Em Bauru, centro oeste paulista, a troca de espectro da Rádio Auri Verde 760AM, tradicional na cidade, resultou em menos espaço para a informação local. Mesmo não aderindo a uma emissora musical, podemos olhar sob o aspecto da redução dos espaços de programas que abordavam pautas comunitárias, mas também no enxugamento de profissionais antigos da empresa. Em 2017, a empresa trocou de donos no processo de mudança de *dial* tornando-se mais uma afiliada da Jovem Pan News. Toda a equipe de trabalhadores foi demitida, como noticiou a Associação Brasileira de Imprensa naquele ano.

No Sul do país, em Içara, cidade localizada a 200 quilômetros da capital Florianópolis, houve um desenrolar semelhante. A Rádio Difusora 910AM atuava na cidade há mais de três décadas transmitindo informações e utilidade pública à comunidade içarense. Em 2019 migrou para Massa FM e também dispensou equipe de jornalismo e esportes. Atualmente, a estação transmite a programação da cabeça de rede, em Curitiba, com pequenos espaços locais realizados na sede, instalada agora em Criciúma, cidade vizinha. Já Içara, desde então, ficou sem emissora radiojornalística no *dial*.

São muitas as variantes no processo que migra o AM-FM no Brasil. Entretanto, necessitam de uma avaliação criteriosa, especialmente no que tange ao impacto das redes de rádio, sobretudo as de tradição local. Este cenário exige ampliarmos as pesquisas a fim de compreender como as mudanças na programação radiofônica reverberam nos padrões de transmissão, na diversidade de conteúdos e nas dinâmicas comunicacionais, considerando, sobretudo, as implicações para o radiojornalismo do entorno.

## **Conclusão**

As transformações ocorridas no processo de migração do AM-FM no cenário radiofônico levantam questões importantes problematizadas neste artigo e em estudos anteriores. A relevância do tema na contemporaneidade aponta para riscos ao radiojornalismo local. Deste modo, entendemos que a troca de espectro propiciou uma oportunidade de modernização para emissoras tradicionais que apostaram em recursos sonoros, renovação de programação e a formulação de estratégias inovadoras para se reposicionar diante da crescente convergência midiática

e da diversificação das plataformas de comunicação. Inquestionavelmente, a busca por maior qualidade nas transmissões não só conferiu uma sobrevida ao meio, que enfrentava desafios decorrentes de ruídos eletromagnéticos na Amplitude Modulada, mas também representou uma resposta para mitigar a perda de alcance, audiência e anunciantes. É fato que os radiodifusores têm o que comemorar.

No entanto, a troca no *dial*, além de constituir melhorias ao radiofônico, revelou-se uma estratégia para os proprietários de emissoras. Muitos donos de rádio aproveitaram o momento de investimento tecnológico não apenas para modernizar as operações, mas também como oportunidade para efetuar cortes, rescindir contratos e reduzir despesas com pessoal. Ou seja, a migração avalizou o discurso de rejuvenescimento da marca resultando em um cenário de cortes e otimizações país afora.

Exemplos dessa dinâmica são observados em rádios que aderiram a redes musicais em muitos estados brasileiros. Embora reconheçamos o potencial dos grupos midiáticos em profissionalizar e ampliar o alcance para além do ambiente local, é notável que a mudança também causou a diminuição do espaço dedicado à informação local, a exemplo do que ocorreu em rádios como a Auri Verde, no interior paulista e na Difusora, no sul catarinense. Emissoras que, desde a fundação, eram essencialmente focadas na comunicação de proximidade com a comunidade, adaptaram-se a estilos alinhados às FMs, com demissões ou expansão do tempo de microfone dedicado a comunicadores durante as transmissões musicais. Um verdadeiro paradoxo, entre a busca por modernidade, mas de retrocessos em investimento com profissionais. É claro que o fenômeno não pode ser analisado horizontalmente ou de forma linear, já que os processos de mudança também registraram ganhos para o



setor. Mesmo assim, a troca de *dial* reflete tamanha complexidade e as adaptações devem ser avaliadas em pesquisas futuras.

Dito isso, torna-se essencial compreender se esse enxugamento da informação em um meio tão democrático como o rádio resultou em um agravamento na percepção da realidade pela população. As implicações no cenário radiofônico revelam-se complexas e demandam novas perspectivas, abrangendo não apenas as redes musicais, mas também as informativas, temática à qual pretendemos dedicar esforços futuros. Por fim, concluímos que a mudança de faixa não apenas abordou questões técnicas, mas também reacendeu discussões sobre o equilíbrio entre a preservação da identidade do jornalismo local e a adaptação às exigências da evolução do meio.

## Referências

- Amato, F (2013). Dilma assina decreto que permite migração de rádio AM para FM. *GI*. <https://g1.globo.com/economia/noticia/2013/11/dilma-assina-decreto-que-permite-migracao-de-radio-am-para-fm.html>
- Associação Brasileira de Imprensa (2017). *Rádio Auri Verde demite todos os funcionários*. <http://www.abi.org.br/radio-auri-verde-demite-todos-os-funcionarios/>
- Avrella, B., & Alexandre, T., (2014). *A trajetória histórica das redes de rádio no Brasil* [Trabalho apresentado]. Encontro Regional Sul de História da Mídia.
- Meditsch, E. B. V., & Betti, J. C. G. (2016). *O formato all news no rádio brasileiro: importação e adaptação*. Rádio-Leituras

Bonixe, L. (2015) *A territorialização da informação: uma análise do jornalismo nas rádios locais portuguesas*. Novos Olhares.

Decreto presidencial nº 8.139 (2013). [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8139.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8139.htm).

Del Bianco, N. R. (2019). O ciclo da política pública brasileira de migração do rádio AM para FM: sustentabilidade, gestão do espectro e regulação. *Revista Eptic*.

Farias, K. W. D. (2020). *Do AM para o FM: adaptações do radiojornalismo na migração de dial em Santa Catarina* [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina].

Flick, U. (2009). *Métodos de Pesquisa-Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed.

Lima, M. É. de O., & Lopes, J. W. (2016). A produção e circulação de conteúdo na mídia regional: o caso da rede Somzoom Sat. *Revista Brasileira De Gestão E Desenvolvimento Regional*.

Lopez, D. C., Martins, N. P. M., Bianco, N. R. D., Zuculoto, V. R. M., & Farias, K. W. D. (2019). *Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais*. Radiofonias.

*Projeto de Lei Nº 8437*. Dispõe sobre o aparelho de telefonia celular com capacidade de recepção de sinais de radiodifusão sonora em Frequência Modulada. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2149923>

Prado, M. (2012). *História do rádio no Brasil*. Livros De Safra.

Prata, N. & Del Bianco, N. (Orgs), (2018). *Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. Insular.

Starck, D. (2023, junho 05). Massa FM é a rede com mais migrantes AM-FM. *Tudo Rádio*. <https://tudoradio.com/noticias/ver/29413-levantamento-massa-fm-e-a-rede-com-mais-migrantes-am-fm-jovem-pan-radio-mix-fm-e-cbn-tambem-se-destacam>

Zuculoto, V. R. M. & Farias, K. W. (2019). *De volta para o futuro: valorização do jornalismo local na migração AM-FM em Santa Catarina* [Trabalho apresentado]. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, Goiânia, GO, Brasil. <https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2010/1133>

# ÓBITOS E HÁBITOS NA EDIÇÃO EM TELEJORNALISMO: UMA COMPARAÇÃO ENTRE A COBERTURA DOS 500 MIL MORTOS POR COVID NO JORNAL NACIONAL E NO JORNAL DA MANHÃ (JOVEM PAN)

*Caio Ferreira<sup>1</sup>*  
*Jhonatan Mata<sup>2</sup>*

O Brasil registra, até outubro de 2023, mais de 706 mil óbitos confirmados em função da pandemia de covid-19, declarada em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Durante os momentos mais críticos da pandemia, um confronto discursivo incentivado pelo governo federal permeou as discussões sobre as medidas de

- 
1. Jornalista, mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).  
[caioffss84@gmail.com](mailto:caioffss84@gmail.com)
  2. Doutor em Comunicação (UFRJ).  
Docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora – PPGCom UFJF. Jornalista.  
[jhonatanmata@yahoo.com.br](mailto:jhonatanmata@yahoo.com.br)

contenção e sobre os tratamentos da doença. De um lado, o governo, seguido de uma parcela da população e dos veículos de mídia, defendia o discurso de que a economia deveria vir em primeiro lugar, desincentivando o isolamento social e insistindo na utilização de medicamentos “milagrosos” para o tratamento da covid-19, mesmo sem comprovações científicas. De outro, estavam as medidas de isolamento e precauções sugeridas pela OMS e pela maioria dos órgãos de saúde brasileiros, bem como o incentivo à vacinação como principal mecanismo para frear o avanço da doença.

O resultado em alguns meios de comunicação – com sintomas mais severos no audiovisual e, sobretudo, no telejornalismo – foi “um clamor intermitente para que os comunicados sobre número de mortes e letalidade da doença anunciados em tela fossem minorados ou substituídos pelos anúncios de números de curados e também por produções mais “otimistas” (Mata, 2021, p. 377), num flerte com as *softnews*, que incluíssem ou não a temática da pandemia. Por outro lado, outros veículos assumiram postura contrária ao discurso do governo federal e engendraram críticas à forma como o mesmo vinha conduzindo a pandemia no Brasil. Prova disso foi o consórcio dos veículos de imprensa, criado para conferir visibilidade e transparência em relação ao impacto da doença e também do número de vacinados, uma vez que, da parte do governo, o que tínhamos era ocultação de dados e delays significativos na divulgação de boletins. Esse consórcio de veículos fazia suas próprias contagens, buscando os dados diretamente com as secretarias de saúde municipais e estaduais, e foi fundamental para a divulgação de dados da pandemia no Brasil.

Cientes sobre a importância que a TV aberta desempenha no Brasil e, mais especificamente, o papel do telejornalismo em poder atuar como antídoto para um contexto marcado pela circulação frenética da desinformação, nossa proposta visa mapear e comparar potenciais e limitações dos noticiários, a partir da cobertura do anúncio das 500 mil mortos pelo Jornal Nacional e pelo Jornal da Manhã, em 19 de junho de 2021. Escolhemos esses dois telejornais por se tratarem de produções de emissoras com visões opostas em relação à condução da pandemia pelo governo federal. Enquanto a Rede Globo criticou diretamente as medidas tomadas pelo governo Bolsonaro em relação à pandemia, a Jovem Pan se declarava favorável ao governo e à condução realizada.

Os telejornais foram escolhidos por sua relevância. O Jornal Jovem Pan, atualmente caracterizado como o principal produto telejornalístico da emissora, entrou no ar no dia 27 de outubro de 2021. Até então, o Jornal da Manhã era considerado pela empresa como o seu principal telejornal. Por esse motivo, ele foi o escolhido para realizarmos a comparação com a edição da mesma data do Jornal Nacional, principal telejornal da Rede Globo. Embora a Jovem Pan não esteja presente em canal aberto de TV para todo o Brasil, em São Paulo, ela ocupa um sinal da parabólica e no YouTube é transmitida para todos ao vivo, de forma gratuita. Por esse motivo, ela foi incluída nesse estudo.

## **Telejornalismo em tempos de redes**

Situamos a relevância de nossa pesquisa ao considerar que, na contemporaneidade, “o telejornalismo mantém sua importância central no Brasil como forma de acesso a informações sobre o país; suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais,

realizam construções imagéticas hegemônicas, (é) ditam o Brasil” (Coutinho, 2018, p. 87). Mesmo em um contexto de expansão do acesso à internet, as emissoras de TV continuam sendo agentes importantes de divulgação e produção de informação e sentidos, não só da forma tradicional, por meio dos aparelhos televisores, mas também através da recirculação desses conteúdos em meios digitais, seja na íntegra, ou em recortes. Segundo Coutinho (2018, p. 87), “na contemporaneidade o telejornalismo mantém sua importância central no Brasil como forma de acesso a informações sobre o país; suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais, realizam construções imagéticas hegemônicas, (é)ditam o Brasil”.

Para Pereira (2020, p. 15), a TV continua sendo importante e relevante não apenas na produção e reprodução de conteúdos, principalmente para quem está desconectado da Internet, como também as emissoras se colocam no ambiente web como autoridades e legitimadoras de informações, ocupando certo protagonismo também no ambiente de redes. Entendendo essa importância que os telejornais ainda exercem no acesso à informação no país, voltamos nosso olhar para o papel da edição no maior telejornal da TV aberta do país.

Entendendo a importância que a TV aberta ainda desempenha no Brasil, e mais especificamente, o papel que o telejornalismo ainda exerce na disseminação de informação no país, estudar o telejornalismo continua a ser relevante tanto do ponto de vista do acesso, já que a TV ainda é a principal tela em que a população consome para obter informações, sejam elas de âmbito local a global (Coutinho, 2018).

Com base nas informações anteriores, podemos compreender que os telejornais ainda são um importante meio de informação para

os brasileiros e cumprem uma função pública em um país marcado pela desigualdade no acesso aos bens de consumo e também a direitos essenciais como educação, saúde e segurança. A recente presença de emissoras, que mesmo não tendo uma concessão na chamada TV aberta transmitem seus sinais de forma gratuita pela internet, também se soma a esses estudos, como é o caso da CNN Brasil e Jovem Pan.

### **Análise da materialidade audiovisual**

Para a confecção do trabalho, ancoramo-nos na metodologia de análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018) para compreender o impacto da edição audiovisual na construção de sentidos de um telejornal. Também pretendemos entender como esses telejornais se posicionaram em relação à responsabilização – ou não – do governo pelos impactos da pandemia, tendo como objeto principal a cobertura do marco de 500 mil mortos.

Para realizar este estudo, optamos pelo referido método, desenvolvido no âmbito do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), que permite avaliar o objeto com base nos conceitos escolhidos para a realização deste estudo. Esta metodologia permite entender o audiovisual como um todo – imagem, som, enquadramento, edição e tempo – de forma que todos esses elementos são considerados na hora de fazer o estudo. Coutinho (2018, p. 192) apresenta o processo de análise:

- 1) identificação do objeto audiovisual (e suas propostas);
- 2) emolduração e elaboração da ficha de análise;
- 3) pré-teste do instrumento;
- 4) pesquisa documental/definição e obtenção da amostra a ser investigada;
- 5) construção de parâmetros de interpretação dados e, em casos eventuais, de uma material codificação. (Coutinho, 2018, p. 192)



Num momento inicial, recorreremos à pesquisa documental para localizar a edição do Jornal da Manhã e do Jornal da Record, do dia 19 de junho de 2021, data em que o Brasil atingiu o número de 500 mil mortos pela pandemia de covid-19. Para isso, recorreu-se à plataforma YouTube, onde ambas as emissoras divulgam os vídeos integrais de seu principal telejornal. Definimos, então, dois eixos de análise que nortearam a pesquisa: 1) O papel da edição no anúncio das 500 mil mortes: formas e recursos de edição audiovisual e textual para informar o marco; e 2) Queda do padrão *catch-all* - A partidarização dos canais de televisão na cobertura da pandemia de covid- 19.

Para a execução da análise das edições dos telejornais, optamos por primeiro, descrever os materiais audiovisuais e, posteriormente, destrinchar cada um dos eixos definidos na metodologia. Iniciamos com o Jornal da Manhã.

### **Jornal da Manhã (Jovem Pan)**

No caso da emissora Jovem Pan, optamos por analisar o dia seguinte ao marco das 500 mil mortes, já que na edição do dia 19 de junho de 2021, que entrou no ar às 9 horas da manhã pelo horário de Brasília, os números da pandemia ainda não tinham sido divulgados pelo ministério da saúde, fonte utilizada pelo telejornal, diferente de outras emissoras que compunham o consórcio de veículos de imprensa.

Na escalada da edição do dia 20 de junho de 2021, a primeira manchete noticiada foi o marco das 500 mil vidas perdidas pela covid-19, atingido no dia anterior, com o seguinte texto: “Brasil passa do meio milhão de mortes por covid-19. Desde o início da pandemia foram 500 mil e 800 vidas perdidas, de acordo com dados do Ministério de

Saúde, nas últimas 24 horas, foram registrados 2301 óbitos pela doença” (Jornal da Manhã, 2021). Durante a fala, a imagem de um paciente em um leito de hospital sendo atendido por profissionais da saúde é exibida em tela cheia. Em seguida, há uma troca de câmera e de apresentador, que continua o texto: “O Brasil se tornou, neste sábado, o segundo país do mundo a superar as 500 mil mortes por covid. Estamos atrás apenas dos Estados Unidos, que passou dos 600 mil óbitos pela doença” (Jornal da Manhã, 2021).

A escalada continua com os destaques da edição, que logo em seguida fala sobre os atos que aconteceram no dia contra o governo de Jair Bolsonaro que, segundo o texto lido pelos apresentadores, tinham como principais pautas o *impeachment* do então presidente, mais vacinas contra a covid-19 e a volta do auxílio emergencial, que naquele momento estava suspenso.

A manchete seguinte fala sobre um pedido do Ministério Público para que Bolsonaro fosse multado por antecipar a campanha eleitoral de 2022 em um evento no Pará, onde o então presidente se apresentou com uma camiseta que fazia referência à sua reeleição no ano seguinte. Uma manchete sobre a CPI da pandemia, em curso na época, foi o próximo tema da escalada. O texto dizia quais seriam as próximas pessoas ouvidas pela CPI, todas suspeitas de integrar o chamado “Gabinete paralelo da saúde”. Os nomes citados foram do ex-ministro da cidadania, já fora do cargo na época, Osmar Terra, e Felipe Martins, ex-assessor internacional da presidência. A notícia seguinte foi sobre a médica, Nise Yamaguchi, que estava também entre as investigadas pela CPI por ser uma das conselheiras do presidente que defendia o uso da hidroxicloroquina como tratamento contra a covid-19, mesmo

com evidências científicas da ineficácia do medicamento para tal fim. A manchete dizia que a médica estava processando senadores que a interrogaram durante a pandemia por danos morais, pedindo 320 mil reais de indenização. A notícia reforça que a médica afirmou ter sido vítima de humilhação e misoginia durante a sessão.

Em seguida, os apresentadores seguem com mais uma manchete da escalada, agora sobre um documento divulgado pelo governo federal com um balanço dos 900 dias de governo com o seguinte texto: “Em balanço dos 900 dias de Bolsonaro, governo celebra doses aplicadas e retomada da economia. O documento cita a autorização para a abertura de leitos de UTI e aumento no número de empregos com carteira assinada”.

A próxima manchete dizia que três estados, Rio de Janeiro, Sergipe e Roraima, ainda não haviam se adequado à Lei de responsabilidade fiscal, regra que, entre outros itens, proibia que gastos com servidores aposentados e inativos do legislativo, judiciário e ministério público fossem computados como despesas do poder executivo. A notícia seguinte dizia que o “conservador Ebrahim Raisi foi eleito presidente o irã com quase 62% dos votos” embora tenha sido a eleição com menor índice de participação” (Jornal da Manhã, 2021). Na sequência, uma manchete sobre a validação por parte do supremo de uma lei que permite a tramitação prioritária das conclusões de CPIs. Antes da lei, o que a constituição dizia era que as conclusões deveriam ser enviadas para o Ministério Público para eventuais responsabilizações civis ou criminais. A escalada se encerra com as notícias da seção de esporte.

Para atingir os objetivos desta pesquisa, optamos por analisar com mais profundidade apenas as matérias que tratam diretamente sobre a

pandemia de covid-19 e seus desdobramentos, identificando os recursos de edição utilizados para a construção de sentido das reportagens e do telejornal como um todo.

Após a escalada, o jornal se inicia com a previsão do tempo, e logo em seguida apresenta um giro sobre as manifestações contrárias ao governo de Jair Bolsonaro. A matéria diz que mais de 750 mil pessoas saíram às ruas por todo país para se manifestar, e que essas manifestações foram pacíficas. O texto lido pela repórter diz que as manifestações pediam por vacinas no braço e comida no prato, além de exigirem a manutenção do auxílio emergencial de 600 reais. Críticas à defesa da cloroquina também foram apresentadas na matéria, com um texto que dizia: “Em São Paulo, muitas pessoas ainda criticaram o aumento da fome e do desemprego no país, e a defesa da Cloroquina, feita pelo presidente, remédio comprovadamente ineficaz contra a covid” (Jornal da Manhã, 2021). A reportagem segue com depoimentos de manifestantes explicando os motivos pelos quais estavam na manifestação. Uma das manifestantes, apresentada como professora e artista, disse: “Por muito pouco uma presidente da república caiu, por muito pouco, e aí a gente tá assim é todo dia, esse cara vai ficar até quando? Meio milhão, meio milhão (de mortos pela covid)” (Jornal da Manhã, 2021). A reportagem finaliza dizendo que essa foi a 2ª manifestação do ano contra o governo de Jair Bolsonaro.

Como fim da matéria, voltamos ao estúdio com a apresentadora, que chama um segundo repórter para trazer informações específicas sobre os atos no Rio de Janeiro. O repórter explica os principais pontos defendidos pelos manifestantes, entre eles a crítica à política do governo federal para a área da saúde e gestão da pandemia. Em seguida o mesmo

repórter chama novamente a sonora da professora e artista já apresentada na matéria anterior e descrita por nós anteriormente. O repórter finaliza dizendo que a grande maioria dos manifestantes estavam de máscara, e respeitaram o distanciamento e as orientações passadas pela organização do ato em relação aos cuidados com a pandemia.

Na volta para o estúdio, o apresentador traz o seguinte texto: “Pois é, e o triste dado que nós não gostaríamos de dar, mas que é real. O Brasil chegou à marca de 500 mil mortos pela covid-19. Destaque da repórter Carolina Belin” (Jornal da Manhã, 2021). Em seguida se inicia uma nota coberta na qual a repórter reafirma o dado de mais de 500 mil mortes pela pandemia no país, acrescentando a informação de que a média de mortos estava crescendo e que já passava de dois mil mortos por dia. Enquanto a repórter falava uma imagem de drone, de um plano geral, mostrava dezenas de covas abertas e vazias. A imagem então muda para um quarto de hospital em que pacientes estão sendo atendidos, no texto, a repórter diz que em abril daquele mesmo ano, o país passou pelo pior momento da doença, com uma média diária de mais de três mil mortes. As imagens seguem apresentando cenas de um hospital, e a repórter reforça a informação da escalada de que o Brasil é o segundo com o maior número de mortes, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e a nota se encerra.

Em seguida, de volta para o estúdio, a apresentadora diz que a marca de 500 mil mortes gerou reações de autoridades e políticos nas redes sociais. Então entra no ar mais uma nota seca, mostrando as imagens de publicações feitas em redes sociais enquanto a repórter narra em off trechos desses pronunciamentos, A primeira publicação apresentada é a de Marcelo Queiroga, na época ministro da saúde. A repórter

destaca que o então ministro lamenta o número, presta solidariedade às famílias das vítimas, e diz “trabalhar incansavelmente para vacinar o maior número de brasileiros no menor tempo possível. Em seguida, é apresentado o pronunciamento do então ministro das comunicações, Fábio Faria com destaque em off para o seguinte trecho “vocês verão políticos, artistas e jornalistas lamentando o número de 500 mil mortos. Nunca os verão comemorar os 86 milhões de doses aplicadas ou os 18 milhões de curados” (Jornal da Manhã, 2021).

A próxima publicação apresentada é do então governador do Maranhão, Flávio Dino, com destaque dizendo que ele decretou luto oficial de três dias no estado. O próximo é João Dória, então governador de São Paulo, com destaque para o trecho “os óbitos aconteceram por causa do descaso e pela falta de vacina” (Jornal da Manhã, 2021). A repórter apresenta então o pronunciamento de Eduardo Paes, então prefeito do Rio de Janeiro e do então senador e relator da CPI da covid-19, Renan Calheiros. No primeiro, o destaque foi para um trecho em que o então prefeito afirmava o seu compromisso de trabalhar para superar o momento, no segundo o destaque foi para a crítica do então senador, feita ao presidente da época, dizendo que “Bolsonaro dividiu o país entre Cloroquina e Vacina” (Jornal da Manhã, 2021). A nota se encerra com os destaques do pronunciamento de Randolfe Rodrigues, então senador pelo Amapá, que disse que lutava por vacinas na CPI para que não houvesse mais choro.

De volta para o estúdio, o apresentador chama a próxima matéria, uma nota coberta sobre uma nota divulgada pela casa civil com um balanço dos 900 dias de governo Bolsonaro, atingidos na data em

questão. No restante da edição, não tem mais citações aos números da pandemia no Brasil.

### **Jornal Nacional (TV Globo)**

A edição da mesma data do Jornal Nacional, da TV Globo, inicia com um texto lido pelos dois apresentadores, com tom sério e sem a utilização de fundos musicais, que diz que naquela data a pandemia havia “matado meio milhão de brasileiros” e continua:

Autoridades e políticos lamentam e criticam a demora do governo federal para comprar vacinas, a falta de coordenação nacional no plano de imunização, as apostas em remédios sem nenhuma eficácia comprovada contra a covid, os exemplos negativos do presidente da república no desprezo as medidas sanitárias e o governo divulga uma lista de realizações em 900 dias de mandato. Milhares de manifestantes voltam às ruas em todas as capitais e no distrito federal para protestar pedindo o impeachment do presidente Jair Bolsonaro, e para defender a ciência, as vacinas e o uso de máscaras. (Jornal Nacional, 2021)

Logo em seguida, os apresentadores seguem com os demais destaques da edição, agora com a presença de um fundo musical. Na volta da escalada, imagens são apresentadas com um fundo musical fúnebre. Trata-se de fotografias em que existem pessoas borradas, indicando que estão mortas, e outras nítidas. Entre uma imagem e outra, números aparecem na tela, o primeiro de 100 mil, e segue sucessivamente até aparecer os dizeres “500 mil Ausências”. A imagem então é substituída pela do apresentador na bancada, que lê o um texto sobre o tema.

É muito comum ouvir que os números falam por si. Mas também é verdade que eles não dizem tudo. 500 mil vidas

brasileiras perdidas na pandemia, significam milhões de pessoas enlutadas pela ausência de um parente, ou de um amigo. Milhões. Os Números da pandemia e da vacinação, as reações das autoridades dos três poderes, de governistas e opositoristas e os atos públicos em todos os estados e no distrito federal. Você vai ver ainda nesta edição do Jornal Nacional. (Jornal Nacional, 2021).

Em seguida, ocorre uma troca de apresentadores, e o Jornal segue com uma notícia da editoria de segurança pública. O bloco então segue apresentando notícias de outras editorias até o primeiro intervalo. Na volta do segundo bloco, o telejornal apresenta uma matéria sobre as manifestações contrárias ao governo de Jair Bolsonaro, nas principais capitais do país, salientando que as principais pautas dessas manifestações eram mais vacinas, e o *impeachment* de Jair Bolsonaro, então presidente. Na matéria, um texto lido pela repórter diz que os manifestantes responsabilizavam o presidente Jair Bolsonaro pelas 500 mil mortes. O bloco segue então com matérias da editoria de política.

O terceiro bloco se inicia com um repórter trazendo os números da pandemia no Brasil, quadro fixo e diário do Jornal durante o período mais crítico da pandemia. Antes dos números de praxe, o repórter divulga um dado do IBGE, que mostra que apenas 49, dos mais de 5 mil municípios brasileiros, têm mais de 500 mil habitantes. O repórter então diz que o número de vidas perdidas pela pandemia é maior que a população de 99,1% dos municípios brasileiros. Só então os números são apresentados. A fonte utilizada pelo Jornal para divulgar esses dados é o Consórcio dos veículos de imprensa.

Em seguida, as declarações de autoridades, nas redes sociais, sobre o marco das 500 mil mortes são apresentadas. Para tal, a edição



faz o uso de recursos gráficos apresentando as declarações dos presidentes do supremo e do congresso, que lamentavam as mortes. Os apresentadores lembram que o presidente não se pronunciou sobre o fato, mas apresentam, em uma matéria, o balanço dos 900 dias de governo divulgado pela Casa Civil na mesma data. O documento cita que mais de 110 milhões de doses de vacinas já haviam sido enviadas para todos os estados brasileiros, o que colocava o país em quarto lugar no ranking mundial de países que mais aplicavam as vacinas no período. O repórter da matéria entra então em cena questionando esse dado.

O ranking a que o governo se refere considera o número total de vacinas aplicadas, mas se for considerado o percentual da população já vacinada, o Brasil fica na posição 78 entre todos os países do mundo. O documento do governo não faz referência ao atraso na aquisição das vacinas, uma das principais linhas da investigação da CPI da Covid no senado. (Jornal Nacional, 2021)

Em seguida a matéria apresenta declarações de ministros do governo, lamentando as mortes causadas pela pandemia. De volta ao estúdio, o apresentador apresenta então as críticas de parlamentares, contrários ao governo, sobre a condução da pandemia feita pelo governo. Todas as declarações culpabilizam, de alguma forma, o governo pelas 500 mil mortes. A grande maioria dessas declarações são apresentadas em vídeos, gravados remotamente pelos parlamentares. Apenas três declarações são retiradas das redes sociais, apresentadas com recursos gráficos. O Jornal apresenta, então, uma matéria de sete minutos, enaltecendo os profissionais da saúde que trabalhavam pela superação da pandemia.

No final da edição, um texto é apresentado, com o dizer “editorial” exposto ao fundo. O apresentador lê a seguinte mensagem:

Em agosto do ano passado, quando o Brasil ultrapassou o registro escandaloso de 100 mil mortes pela covid, o jornal nacional se manifestou sobre essa tragédia em um editorial. No princípio o país tinha superado um limite inalcançável, 100 mil mortos, hoje são 500 mil. Meio milhão de vidas brasileiras perdidas. O sentimento é de horror, e de uma solidariedade incondicional as famílias dessas vítimas. São milhões de cidadãos enlutados. Hoje é evidente que foram muitos, e muito graves os erros cometidos e eles estão documentados, por entrevistas, declarações, atitudes, manifestações. A aposta, insistente e teimosa, em remédios sem eficácia, o estímulo frequente a aglomerações, a postura negacionista e inconsequente de não usar máscaras, e o pior, a recusa em assinar contratos para compra de vacinas, há tempo de evitar ainda mais vítimas fatais. (Jornal Nacional, 2021)

Em seguida há uma troca de apresentadores, e o texto segue:

No editorial que marcou as 100 mil mortes, nós dissemos que era preciso apurar de quem é a culpa, dissemos textualmente, que esse momento chegaria. Desde o início de maio, o senado está investigando responsabilidades. Haverá consequências, e a mais básica será de ter levado ao povo brasileiro o conhecimento sobre como e porquê se chegou até aqui. Quando todos nós olharmos para trás, quando nos perguntarem o que fizemos para ajudar a evitar essa tragédia, cada um de nós terá a sua resposta. A esmagadora maioria vai poder dizer, com honestidade e com orgulho, que fez de tudo, fez a sua parte e mais um pouco. (Jornal Nacional, 2021)

Mais uma troca de apresentadores acontece, e o editorial dá sequência:

Nós, o jornalismo da Globo, estamos há um ano e meio, com base na ciência, cumprindo o nosso dever de informar, sem meias palavras. Muitas vezes nós pagamos um preço por isso, com incompreensões de grupos, que são minoritários, mas barulhentos. Não importa, nós seguimos em frente, sem concessões. E seguiremos em frente, sem concessões, porque tudo tem vários ângulos, e todos devem ser sempre acolhidos para a discussão. Mas há exceções, quando estão em perigo coisas tão importantes como o direito à saúde, por exemplo. Ou o direito de viver em uma democracia. Em casos assim, não há dois lados. E é esse o norte que o jornalismo da Globo continuará a seguir. (Jornal Nacional, 2021)

Após o editorial, a edição do telejornal se encerra, em silêncio, com o número de mortes, em tempo real, aparecendo ao fundo.

### **O papel da edição no anúncio das 500 mil mortes: formas e recursos de edição audiovisual e textual para informar o marco.**

Embora na descrição do telejornal tenhamos optado por narrar outras notícias relacionadas à pandemia, para agregar em nossa análise, nesse momento da análise e aplicação da metodologia, o nosso foco será nas notícias específicas sobre o número de mortos pela covid-19, tema central deste artigo.

No caso do Jornal da Manhã, na escalada percebemos que foram utilizadas imagens de cobertura enquanto as manchetes eram narradas. A imagem escolhida para cobrir a notícia das 500 mil vidas perdidas pela pandemia foi a de um leito de UTI, com profissionais de saúde, paramentados com roupas especiais, entubando um paciente, que aparece com o rosto borrado via recursos de edição. Existe um corte da câmera nas imagens, trocando o ângulo de visão enquanto o

procedimento acontece. Embora cenas como essa, naquele momento, fossem comuns de aparecer nos telejornais, a cena não deixa de chocar a quem assiste, principalmente em um momento em que ser internado e entubado em um leito de UTI, significava estar no estágio mais grave da doença. A manchete seguinte, dizia que o Brasil era o segundo país com maior número de óbitos decorrente da pandemia de covid-19, e as imagens que cobriram a fala também eram de pessoas internadas em leitos de hospital, mas sem mostrar nenhum procedimento específico. Durante toda a escalada um mesmo fundo musical padrão permaneceu durante todas as notícias, o que mostra que a única distinção existente entre as manchetes, era a ordem em que eram apresentadas.

A edição do telejornal optou por não dar um destaque maior ao número de mortes alcançadas pelo país em decorrência da pandemia, prova disso é que após a escalada, a primeira seção apresentada é a previsão do tempo, seguida de reportagens sobre as manifestações contrárias ao governo de Jair Bolsonaro, que aconteciam naquele dia. A matéria sobre as 500 mil mortes, então, é exibida como o terceiro tema do bloco, e se apresenta no formato de uma nota coberta, em que há uma narração da repórter com imagens de cobertura, sem sonoras, entrevistas ou utilização de fundos musicais. Com 46 segundos de duração, a nota apresenta apenas 5 trocas de imagens, iniciando com uma imagem de plano geral de covas abertas, e seguida por imagens com planos médio e detalhe, de pacientes em hospitais. No texto, a repórter chama atenção para o fato de que aquele não era o momento mais grave da pandemia no país, e que o número de mortes estava em queda, e finaliza afirmando que o Brasil era o segundo em números de mortes, informação que já havia sido dada na chamada da matéria

pelos apresentadores. Com isso percebemos que não houve um esforço por parte do telejornal de explicar o porquê desses altos números, não apresentaram análises de especialistas e nem mesmo entrevistas com familiares de vítimas, ou pessoas curadas do vírus.

A próxima matéria exibida pelo telejornal também se trata de uma nota coberta, em que declarações de autoridades e políticos nas redes sociais são apresentadas com registros de tela dessas publicações e um texto em off na voz de uma repórter que relata os principais pontos da declaração. Nesse momento percebe-se um esforço por parte da edição de colocar pessoas ligadas e favoráveis ao governo, e pessoas contrárias, como nos casos dos então governadores, Flávio Dino e João Dória, e dos senadores Renan Calheiros e Randolfe Rodrigues.

Já na edição do Jornal Nacional, percebemos uma ampla utilização de recursos gráficos e textuais para a construção de sentidos. No início do telejornal, após a escalada, imagens apresentadas, com um fundo musical fúnebre, buscam atingir um tom emotivo. As fotografias com pessoas borradas, indicando que estão mortas, somadas à música de fundo e aos números de pessoas mortas, apresentados em ordem crescente, buscam exemplificar o sentimento de perda dessas vidas. Ao fim, o dizer “500 mil Ausências” marca o tom de pesar que é confirmado pelo texto do apresentador.

No segundo momento relacionado às mortes, quando os números da pandemia são apresentados, a comparação feita pelo repórter, de que o número de mortes é maior que a população de 99,1% dos municípios brasileiros, mostram um esforço do telejornal de transformar esses números em algo palpável, o marca um posicionamento do telejornal,

diferente da edição da Jovem Pan, que prefere deixar que esses números sejam apenas números.

A última matéria do Jornal, com mais de 7 minutos, enaltecendo os profissionais da saúde que estavam na linha de frente ao combate à pandemia, também demonstra um posicionamento do telejornal. A matéria apresenta entrevistas com esses profissionais e destaca, em mais de um momento, que o esforço dessas pessoas salvou vidas, a pesar da má gestão do governo federal em relação à pandemia. Por fim, o conteúdo textual de editorial, somado ao final em silêncio, com o número de mortes em tempo real aparecendo na tela, marcam mais uma vez o posicionamento da emissora.

### **Queda do padrão *catch-all* - A partidarização dos canais de televisão na cobertura da pandemia de covid-19**

As mudanças na comunicação política e no mercado de informações têm provocado mudanças no modo de fazer jornalístico mundial e o jornalismo brasileiro está seguindo uma tendência global de afastamento do padrão *catch-all* de jornalismo, que busca atender a uma ampla gama de públicos, devido a fenômenos que vêm transformando o mercado de informações (Lycarião et al., 2018).

A crescente oferta de entretenimento, o consumo personalizado de mídia e a polarização política têm contribuído para a perda de centralidade desse padrão. Isso tem levado a uma maior dependência da mídia comercial em relação às demandas por conteúdo noticioso ideologicamente enviesado (Lycarião et al., 2018). Em outras palavras, o jornalismo, em vez de buscar ser neutro e abrangente, tem se inclinado a atender a públicos com afinidades ideológicas específicas.

Essa tendência não se restringe ao Brasil, os Estados Unidos também enfrentam desafios semelhantes (Lycarião et al., 2018). O cenário político nas eleições presidenciais de 2016 nos EUA, com os candidatos Donald Trump, do Partido Republicano, e Hillary Clinton, do Partido Democrata, destacou um alto grau de agressividade por parte da imprensa (Patterson, 2016). Essa campanha eleitoral manifestou uma preferência por notícias negativas, associada ao “negative voting” (Pew Research Center, 2016). A imprensa nos EUA também demonstrou ter inclinações ideológicas (Patterson, 2016).

A evolução do sistema midiático nos EUA, como no Brasil, é caracterizada por uma forte orientação comercial. No entanto, há intervenção política crescente e identificação ideológica. Por exemplo, a conservadora Fox News conquistou uma audiência fiel alinhada com suas visões ideológicas, o que mostra um afastamento do padrão *catch-all* (Lycarião et al., 2018). Além disso, os jovens demonstram uma tendência a preferir jornalismo online mais opinativo do que o tradicional (Marchi, 2012).

A polarização política nos Estados Unidos está relacionada a duas transformações significativas: um aumento na polarização política e a expansão maciça da oferta de produtos de mídia (Lycarião et al., 2018). Isso está levando o público a ser cada vez mais seletivo em relação aos veículos de mídia com base em sua orientação ideológica. Isso tem implicações para o mercado, uma vez que os consumidores ávidos de notícias são mais propensos a pagar por conteúdo noticioso (Lycarião et al., 2018).

A disponibilidade da internet e a produção mais acessível de mídia noticiosa permitiram uma maior segmentação e personalização de

conteúdo. Os custos de produção mais baixos permitem que as pequenas redações online forneçam conteúdo fora do padrão *catch-all* a um custo menor, atingindo um público fiel. No entanto, isso significa que veículos de mídia que seguem o padrão *catch-all* perdem consumidores para entretenimento e mídia noticiosa mais alinhada ideologicamente (Lycarião et al., 2018).

No contexto brasileiro, a situação é semelhante. O autor argumenta que a mídia está sendo atraída para coberturas marcadas por parcialidade devido à demanda por um “Poder Moderador” que arbitra disputas políticas (Albuquerque, 2005). A polarização política aguda no Brasil e a aversão ao governo do Partido dos Trabalhadores (PT) alimentam a demanda por cobertura midiática enviesada, especialmente entre a elite econômica (Lycarião et al., 2018).

A correlação entre jornalismo de mercado e objetividade ou neutralidade política foi superestimada. A mídia comercial no Brasil e em outros lugares está se adaptando às mudanças no mercado e na demanda, o que tem implicações para a democracia e os regimes políticos em todo o mundo (Lycarião et al., 2018).

Na edição analisada do telejornal da Tv Globo, percebemos, nitidamente, o posicionamento da emissora. No editorial presente na edição, a empresa responsabiliza diretamente a má condução da pandemia, realizada pelo governo brasileiro, pelas mais de 500 mil mortes que se somavam até então. a construção das notas e reportagens sobre o tema também deixam nítidas esse posicionamento, como descrevemos no capítulo de análise descritiva e dos recursos de edição utilizados.

Por outro lado, se analisarmos somente o conteúdo da edição de 19 de junho de 2021, do Jornal da emissora Jovem Pan, não poderíamos



dizer que a emissora deixou de lado o padrão *catch-all*. O telejornal faz uma cobertura bastante superficial do marco dessas 500 mil mortes, sem se posicionar, em momento algum, sobre a responsabilização do governo federal por esses óbitos. O que pode nos levar a concluir que, neste telejornal, a emissora se manteve no padrão *catch-all*. Mas não podemos desconsiderar o histórico da empresa, e nem o contexto em que o telejornal estava inserido. No momento em que grande parte da mídia nacional e internacional criticava duramente a condução da pandemia feita pelo governo federal, como apresentado neste artigo, o telejornal escolheu não se posicionar sobre o tema.

Em outros momentos, a emissora apresentou posicionamentos favoráveis à condução da pandemia feita pelo governo. Comunicadores da Jovem Pan, como José Luiz Datena e Luís Ernesto Lacombe, foram amplamente criticados e envolvidos em controvérsias devido à sua participação na divulgação de tratamentos não comprovados para a covid-19. Isso incluiu a promoção de medicamentos sem eficácia científica comprovada no combate ao vírus, como a hidroxicloroquina, que, na época, estava no centro de um debate acalorado sobre sua eficácia, e era defendida pelo presidente Jair Bolsonaro e pelo próprio ministério da saúde.

A disseminação desses tratamentos não comprovados gerou reações diversas por parte do público e da comunidade médica. Profissionais e membros da sociedade civil, expressavam séria preocupação de que a promoção de tratamentos sem embasamento científico pudesse levar a comportamentos perigosos por parte da população ou à rejeição das medidas de saúde pública recomendadas, colocando em risco a saúde

coletiva. Posteriormente, foi comprovada a ineficácia do medicamento para tratar a covid-19.

Essa contradição entre a cobertura do marco das 500 mil mortes e o posicionamento da Jovem Pan em outros momentos poderia nos levar à conclusão de que a emissora preferiu adotar o modelo *catch-all* em seu maior telejornal da emissora, pelo menos na edição em questão. Mas levando em consideração o histórico de apoio da emissora ao então presidente Jair Bolsonaro, também é possível que essa escolha pode ter sido feita por conta de uma linha editorial que visava evitar as críticas à condução da pandemia por parte do governo federal. Para chegar a um resultado conclusivo, precisa-se analisar outras edições do Jornal da Manhã e outras produções das emissoras.

## Referências

Coutinho, I. (2018). O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual. Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Org.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Vol. 7, pp. 119-157).

Geiger, A. W. (2016). For many voters, it's not which presidential candidate they're for but which they're against. *Pew Research Center*. <https://bitly.ws/Xe34>

Jornal da Record. (2021, junho 19). *Assista à íntegra do Jornal da Record | 19/06/2021* [Video]. YouTube. <https://bitly.ws/Xe4I>

- Jornal Nacional. (2021, junho 19). *Programa de 19/06/2021* [Vídeo]. Globo Play. <https://bitly.ws/Xe4N>
- Lycarião, D., Magalhães, E., & Albuquerque, A. (2018). Noticiário “objetivo” em liquidação: a decadência do padrão “catch-all” na mídia comercial. *Revista Famecos*, 25(2), 1-19. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.28384>
- Marchi, R. (2012). With Facebook, Blogs, and Fake News, teens reject journalistic “objectivity”. *Journal of Communication Inquiry*, 3(36), 246-262.
- Mata, J. (2021). A vida virou uma live: reflexões sobre o conceito de amadorismo e transmissão ao vivo a partir das lives musicais num contexto de pandemia. In A. M. da Rocha, & E. M. Laia (Orgs.), *Audiovisual Revolucionário* (1a ed., pp. 367-400). Editora dos Frades.
- Patterson, T. E. (2016). News Coverage of the 2016 General Election: How the Press Failed the Voters. *HKS Working Paper*, (16-052). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2884837>
- Pereira, G. T. F. (2020). *Novas Telas para o Telejornalismo: o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

# DO IMPRESSO NAS BANCAS ÀS NUUVENS DA WEB: A RELAÇÃO DA CRÔNICA COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

*Marco Aurelio Reis<sup>1</sup>*  
*Claudia Thomé<sup>2</sup>*

A crônica é um gênero textual da literatura e do jornalismo brasileiros bastante presente na web. Escritores e jornalistas têm utilizado essa interface para compartilhar suas reflexões, observações e histórias do cotidiano de forma mais acessível e imediata no formato

- 
1. Doutor em Ciência da Literatura pela UFRJ.  
Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, professor substituto da Graduação em Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora e docente efetivo da rede estadual de ensino de Minas Gerais.  
[marco.reis@ufjf.br](mailto:marco.reis@ufjf.br)
  2. Doutora em Ciência da Literatura pela UFRJ, com pós-doutorado em Comunicação pela UFRJ.  
Professora permanente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, professora associada 2 da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.  
[claudia.thomé@ufjf.br](mailto:claudia.thomé@ufjf.br)

de crônica. Na web, as crônicas são publicadas em diversas frentes, como blogs pessoais, sites de notícias, portais literários e até mesmo nas redes sociais digitais. Alguns autores têm seus próprios espaços virtuais, onde publicam regularmente suas crônicas, estabelecendo um vínculo direto com seus leitores.

Há também sites e comunidades online dedicados exclusivamente à publicação de crônicas. Essas plataformas permitem que criadores amadores ou desconhecidos tenham a oportunidade de divulgar seu trabalho e alcançar um público interessado. A web oferece uma grande variedade de possibilidades para a produção e leitura de crônicas. Os leitores podem acompanhar seus cronistas favoritos, explorar novos escritos, comentar e compartilhar as crônicas que mais gostam. Essa interação entre escritores e leitores enriquece o gênero e contribui para sua continuidade e evolução na era digital.

Essa flexibilidade do gênero se deve ao fato de que uma das características marcantes da crônica no Brasil é a sua linguagem informal e coloquial. Os textos geralmente são escritos em primeira pessoa, em uma subjetividade que cria uma proximidade maior com o leitor e permite que o autor expresse suas opiniões de maneira pessoal. Além disso, a crônica na web também se beneficia da possibilidade de utilizar recursos multimídia, como fotos, vídeos, áudios e links, enriquecendo a experiência do leitor. Na web, a crônica também ganha uma dinâmica diferente em relação à crônica da cadeia tradicional dos meios de comunicação. Enquanto nas mídias impressas e analógicas a crônica é publicada em edições periódicas, na web os autores podem publicar suas crônicas a qualquer momento, sem a limitação do espaço físico.

Isso proporciona uma maior liberdade criativa e flexibilidade de temas, permitindo abordar assuntos atuais e relevantes de forma rápida e direta.

Além disso, a interação entre autor e leitor é facilitada na web, por meio de comentários, compartilhamentos e curtidas. Isso possibilita um feedback imediato, estabelecendo um diálogo entre autor e leitor que pode enriquecer ainda mais a experiência da leitura da crônica. Em resumo, a crônica na web é um gênero textual presente e em constante evolução. Afinal, a crônica que chega à web é aquela que nasce em jornais brasileiros no século XIX e é a mesma que, posteriormente, já no século XX, é publicada na forma de coletâneas em livros, migra para o rádio e chega à televisão em diversas tipologias, do simplesmente lido ao encenado.

Portanto, a proposta do presente artigo, derivado de duas pesquisas de doutorado em Letras pela UFRJ, é mapear a relação da crônica com os meios de comunicação, passando dos jornais às emissoras de rádio, a chamada Literatura de Ouvido (Thomé, 2015). Dessas para as emissoras de televisão, no formato Videoteratura (Reis & Thomé, 2020; Távola, 1981) e desse meio para a Internet, na liberdade espacial e de publicação que lhe permite levar e tratar do Cotidiano nas Nuvens (Reis, 2015).

Usando a metodologia Estudo de Caso (Yin, 2010), busca-se contribuir para história do jornalismo e da literatura brasileira, bem como para os estudos do gênero textual crônica ao consolidar tal trajetória do gênero, já chamado de a cidade feito letra (Portella, 1958) e de literatura ao rés do chão (Candido, 1980) por sua relação com o espaço urbano e sua simplicidade encantadora. As perguntas norteadoras da investigação apontam para o detalhamento de como o gênero se adapta

para o novo meio para qual desloca, se sempre assume e como assume novas características. Assim, busca-se um mapeamento conceitual.

### **Entre a literatura e o jornalismo**

Como afirmado acima, a crônica nasce no jornal impresso, faz sucesso nas ondas do rádio e chega à televisão entre os séculos XIX e XX e neste século se expande na web. O gênero está na fronteira entre jornalismo e literatura desde seu nascimento, e flana pelos diversos meios de comunicação há décadas. Portanto, trata-se de uma narrativa que carrega em si um potencial híbrido, mutante, que se adapta e se molda para caber entre as linhas da página impressa, nos minutos de oralidade no programa de rádio ou no espelho de um telejornal ou ainda nas páginas da web. A narrativa do cotidiano da cidade territorial e do ciberespaço é uma possível definição. Gênero literário e também jornalístico, no entanto, a crônica muitas vezes escapa a classificações, exatamente por sua essência híbrida, característica que, no entanto, não foi obstáculo para que ganhasse projeção e até mesmo novos contornos em diferentes meios de comunicação.

A crônica nasce no jornal impresso, começando por ocupar o espaço do rodapé das páginas, mas depois sendo batizada de coluna ao se abrigar no formato vertical numa das colunas da diagramação do jornal impresso. Chega às ondas do rádio em programas de até cinco minutos de duração, ganhando a voz, a interpretação, os efeitos sonoros e a proximidade, aquela conversa ao pé do ouvido que o rádio promete aos ouvintes. Mais tarde surge nas telas da televisão, em quadros dentro de programas de variedades e também em meio ao noticiário do telejornal.

Mais recentemente chega às nuvens, em blogs e sites na Internet, em um deslizamento constante que está longe de ter um ponto final.

Nesta hibridização contemporânea das mídias, a crônica se apresenta como um gênero ímpar, muito antes do surgimento de novas tecnologias e das narrativas cross e transmidiáticas. Neste percurso, a crônica carrega traços característicos do gênero, mas também se molda conforme as especificidades de cada um dos meios de comunicação e, analisando ainda mais de perto, se adequa às temáticas e linha editorial das empresas jornalísticas, não escapando dos moldes e da proposta dos programas em que foi veiculada.

O presente estudo conceitual deriva de um mapeamento deste percurso mas, antes de focar na sua atuação em cada um dos meios, é importante entender a definição de crônica feita pelos teóricos tanto da Teoria Literária quanto da Comunicação.

A aparente simplicidade do gênero, nos relatos do cotidiano, contrasta com a complexidade de sua definição. Não é de hoje que críticos literários e teóricos do Jornalismo têm se debruçado sobre o estudo da crônica desde sua consolidação na imprensa brasileira até a publicação de coletâneas em livros reunindo textos veiculados em jornais. Textos aparentemente descompromissados, com relatos sobre o cotidiano, com potencial crítico e formador de opinião, em um gênero que tem a cidade como matéria-prima, que a cria e recria pelo olhar dos cronistas ao longo das décadas.

“A cidade se escreve nela”, diz a professora Beatriz Resende (2001, p. 9), definindo a crônica como uma forma de literatura urbana que quase sempre se passa no Rio de Janeiro. A pesquisadora segue o caminho do professor Eduardo Portella, que em sua análise de 1958



trata da questão da transcendência da crônica e diz ser a cidade o centro elementar do gênero brasileiro: a cidade feito letra (Portela, 1958). O crítico Antonio Candido também vê as ruas da cidade como habitat do cronista. Ele entende a crônica como um registro de pequenas coisas, e assim transcendem a eternidade dos jornais, conquistam espaço como literatura nacional.

Ela (a crônica) não foi feita originariamente para o livro, mas para essa publicação efêmera que se compra num dia e no dia seguinte é usada para embrulhar um par de sapatos ou forrar o chão da cozinha. Por se abrigar neste veículo transitório, o seu intuito não é o dos escritores que pensam em ‘ficar’ (...). Por isso mesmo consegue quase sem querer transformar a literatura em algo íntimo com relação à vida de cada um, e quando passa do jornal ao livro, nós verificamos meio espantados que a sua durabilidade pode ser maior do que ela própria pensava. (Candido, 1992, pp. 14-15)

O texto referencial de Candido, frequentemente citado em trabalhos acadêmicos e incluído em coletâneas de teóricos que se debruçam sobre a crônica, não parece ter como objetivo principal retratar a crônica como um gênero literário inferior, como sugerido pelo título “A Vida ao Rés-do-Chão”. Pelo contrário, a argumentação é intrincada e aborda a despreocupação do cronista em criar um texto reconhecido como literatura de alto valor.

Na ausência da necessidade de produzir um texto literário notável, o cronista desfruta de liberdade para se comunicar com seu leitor em um estilo coloquial, discutindo eventos do cotidiano ou compartilhando seus pensamentos e sentimentos. Pode comentar sobre um evento incomum ou contar uma história, real ou imaginária. Portanto, o grande mérito

da crônica reside nisso: ela não é produzida por alguém no “topo da montanha”, como Candido observou, mas, sim, a partir da perspectiva de alguém no “humilde rés-do-chão”.

Em sua falta de pretensões, a crônica humaniza, e essa humanização permite que ela, de maneira sutil, recupere, como uma compensação sorrateira, uma certa profundidade de significado e um certo refinamento formal que, de repente, a tornam uma candidata inesperada, embora discreta, à perfeição (Candido, 1992).

O ensaísta Davi Arrigucci Jr segue uma linha de raciocínio semelhante ao discutir o potencial literário de algumas crônicas aparentemente despreziosas publicadas na imprensa. “À primeira vista, inserida em um veículo como um jornal, a crônica parece destinada à pura contingência, mas, por mérito literário intrínseco, ela frequentemente sai vitoriosa desse duelo” (Arrigucci, 1987, p. 53).

De fato, a crônica surgiu e se consolidou como um gênero nas páginas dos jornais brasileiros, muitas vezes sob a caneta de escritores e intelectuais, proporcionando uma conversa informal sobre questões do cotidiano, aparentemente sem pretensões de oferecer análises de eventos atuais no campo jornalístico ou de atender aos requisitos literários convencionais. Assim, ela se distancia do simples relato de eventos cronológicos, como é comum em outros lugares. No contexto brasileiro, o gênero breve concentra-se no momento presente, no aspecto trivial da vida cotidiana e na livre divagação. No entanto, é exatamente nesse ponto que reside a sua força, como Candido já destacou.

Nesse mesmo sentido, o teórico Afrânio Coutinho afirma que a crônica ocupa um lugar na história da literatura nacional devido ao seu desenvolvimento, status e popularidade, tornando-se uma forma

literária de grande valor estético. Coutinho define a crônica como um gênero literário em prosa, no qual o foco principal está nas qualidades estilísticas, na variedade, na sutileza e na perspicácia na apreciação, na graça da análise de eventos triviais e aparentemente sem importância, em vez de se concentrar no assunto em si, que, geralmente, é efêmero (Coutinho, 1999, p. 121).

Os detalhes insignificantes da vida urbana são os elementos da crônica, que, apesar de frequentemente estar ancorada em um momento específico, têm o potencial de transcender o tempo e carregar vestígios de memória em uma narrativa urbana que dialoga com gerações futuras e é reinterpretada. Nesse sentido, é crucial entender a crônica como um gênero que incorpora representações e construções narrativas que podem resistir ao efêmero, seja na publicação de livros ou até mesmo na disseminação de conteúdo através de diferentes meios na internet.

### **A crônica e os meios de comunicação**

A consolidação do gênero no cenário nacional resultou na formação de uma abordagem brasileira da crônica, que, como já mencionado, difere daquela adotada em outras partes do mundo. Essa distinção foi destacada por José Marques de Melo (1985, p. 111). Ele argumenta que apenas no Brasil a crônica assumiu a forma de um texto breve e opinativo, que transita entre a narrativa literária e o conteúdo factual publicado em jornais. Em contraste, em outros países, predominou a crônica como um relato estritamente cronológico. Conseqüentemente, o gênero da crônica assumiu características distintas no contexto brasileiro, a consolidando com gênero nacional.

Os textos iniciais eram publicados nos rodapés dos jornais no século XIX, frequentemente atribuindo-lhes o mesmo espaço dado aos folhetins, que muitas vezes eram traduzidos de fontes estrangeiras, gerando certa confusão entre esses dois gêneros. Apesar disso, a crônica se caracteriza por ser um relato breve e independente, enquanto o folhetim é um relato ficcional serializado.

Essas partes dos jornais no século XIX chamadas de rodapés eram utilizadas para apresentar informações sobre os eventos do dia, breves artigos sobre tópicos diversos e até mesmo narrativas ficcionais. Nesse espaço, Almeida Rosa, o pioneiro cronista, assinava o ‘folhetim semanal’, sendo sucedido por figuras notáveis como José de Alencar e, posteriormente, por Manuel Antônio de Almeida (que era exclusivamente um folhetinista). Além disso, essa tradição foi mantida por renomados escritores, como Machado de Assis, Raul Pompéia e Coelho Neto (Melo, 1985, pp. 113-114).

Embora tenham compartilhado as páginas dos jornais, a crônica e o folhetim são gêneros distintos que, no entanto, acabaram atingindo um público em comum, um fator de relevância significativa no estudo dessas narrativas.

A crônica conviveu com o folhetim, mas seguiu outros caminhos. Com características bem marcadas, ela se diferencia, mas se liga a ele por meio de um sistema que poderíamos chamar de “litéro-jornalístico”. Tal sistema engloba narrativas voltadas para um grupo de receptores, notadamente um público popular que busca entretenimento primeiramente nas páginas dos jornais e, posteriormente, em outras mídias, como o rádio e a televisão. (Thomé, 2015, pp. 28-29)

O parentesco com o folhetim pode ser uma chave para entender porque a crônica brasileira se concentra em observar a vida cotidiana simples e despreziosa, muitas vezes trazendo para as páginas dos jornais, ondas do rádio e telas da TV e da web histórias de pessoas comuns, que historicamente têm recebido pouco espaço nas notícias que cercam a crônica, seja nas páginas dos jornais, nos programas de rádio e televisão ou na internet.

De acordo com o crítico Antonio Candido, a década de 1930, que consagrou Marques Rebelo pela crítica e por seus colegas escritores, como Humberto de Campos, foi o período que consolidou o gênero da crônica da maneira como é concebido no Brasil hoje. Esse foi o momento histórico em que o jornal se estabeleceu como um meio de comunicação cotidiano, com uma tiragem expressiva e conteúdo mais acessível a um público amplo, concluindo um processo industrial e artístico iniciado no início daquele século.

Candido defende que foi na década de 1930 que a crônica moderna se firmou no Brasil como um gênero nacional praticado por um número crescente de escritores e jornalistas. O crítico enfatiza que foi nessa década que figuras como Mário de Andrade, Manuel Bandeira, Carlos Drummond de Andrade e “aquele que em certo sentido se tornaria o cronista, focando praticamente exclusivamente nesse gênero: Rubem Braga” se destacaram (Candido, 1992, p. 14). O autor também defende que tanto em Drummond quanto em Braga, ele observa um traço comum que contribuiu para a configuração contemporânea da crônica brasileira, caracterizada pela chamada prosa modernista.

Esta fórmula foi bem manipulada em Minas (onde Rubem Braga viveu alguns anos decisivos); e dela se beneficiaram os

que surgiram nos anos 40 e 50, como Fernando Sabino e Paulo Mendes Campos. É como se (imaginemos) a linguagem seca e límpida de Manuel Bandeira, coloquial e corretíssima, se misturasse com o ritmo falado da de Mário de Andrade, com uma pitada do arcaísmo programado pelos mineiros. (Candido, 1992, pp. 14-15)

Ao se estabelecer nas páginas dos jornais como um gênero consolidado, o cronismo brasileiro começou a conquistar outros meios de comunicação à medida que esses surgiam e se popularizaram no país. Assim, na sua forma peculiar brasileira, a crônica encontrou espaço nas ondas do rádio e, posteriormente, na tela da televisão. Mais recentemente, as crônicas ganharam leitores (os chamados “pageviews”) em sites e blogs na internet. O sucesso considerável acabou por consolidar o gênero também na forma de livro, embora essa trajetória tenha sido distinta daquela experimentada no rádio e na televisão.

### **Literatura de ouvido**

Ao se firmar como uma atração nas páginas dos jornais, desempenhando o papel de entreter o leitor e proporcionar a ele o “recreio do espírito”, como descrito pelo crítico literário Afrânio Coutinho (1971, p. 111), era natural que, no rádio, um meio de comunicação que foi inaugurado no Brasil em 1922 e tornou-se popular na década de 1940, o cronismo logo conquistasse seu espaço e assumisse novas características. A oralidade, que era uma característica marcante do gênero crônica quando impresso em jornais, adquiriu uma nova dimensão nas ondas do rádio, com a força da voz humana e seus recursos linguísticos. Pausas, entonações, leituras emotivas ou reflexivas passaram a dar uma nova

dimensão ao cronismo, proporcionando um recreio sonoro para os ouvintes, mentes e espíritos, como destacou Thomé em sua pesquisa sobre crônicas no meio radiofônico, que ele chamou de literatura de ouvido.

Os textos para o rádio não eram feitos para serem lidos, mas para serem interpretados. Não é à toa que as crônicas inicialmente tinham radioatores consagrados como intérpretes. O ator Paulo Autran (1922-2007), por exemplo, interpretou, com lapsos de tempo ao longo da carreira, mas até o ano de sua morte, textos escritos por literatos para o rádio, com destaque para o programa “Quadrante”, da Rádio MEC. [...] Na Rádio Nacional, inúmeras crônicas chegaram aos ouvintes nas vozes dos também radioatores Paulo Gracindo (1911-1995), Saint Clair Lopes (1906-1980) e César Ladeira (1910-1969). Eram vozes masculinas já conhecidas dos ouvintes que acompanhavam todas as noites as radionovelas veiculadas na emissora. (Thomé, 2012, p. 32)

A crônica fez sucesso no rádio, com destaque na grade de programação da Rádio MEC que, em 1961, lançou o programa “Quadrante”, criado pelo então diretor da rádio, Murilo Miranda. Apresentando textos de Dinah Silveira de Queiroz, Carlos Drummond de Andrade, Cecília Meireles, Fernando Sabino, Manuel Bandeira, Paulo Mendes Campos e Rubem Braga, “Quadrante” veiculava crônicas escritas pelos sete literatos – um a cada dia da semana – e interpretadas pelo ator Paulo Autran. O programa ia ao ar diariamente às 20h e era reprisado no dia seguinte, ao meio dia. Fez sucesso, mas saiu do ar em 1964, quando Eremildo Vianna assumiu a direção da emissora dentro do novo arranjo político que se instaurou durante o Regime Militar.

A entrada e consolidação do cronismo no rádio evidenciaram a adaptabilidade do gênero literário aos mais diversos meios de comunicação, sublinhando sua característica de reunir jornalismo e literatura.

Enquanto o “Quadrante” levava aos ouvintes da Rádio Mec textos produzidos por literatos, a Rádio Nacional veiculava crônicas feitas por radialistas e redatores da emissora, como Giuseppe Ghiaroni e Cesar Ladeira, a maioria interpretada pelo ator Paulo Gracindo. Destaque para os programas “Isto e Aquilo”, “Crônicas da Cidade” e “Café da Manhã”.

Em levantamento feito na pesquisa sobre as crônicas no rádio (Thomé, 2015) foi possível identificar pelo menos quatro tipologias para a literatura de ouvido: as que apresentam histórias a partir de diálogos entre personagens, as que trazem fatos vividos pelo cronista, as que fazem referência a algum fato noticiado pela imprensa e aquelas mais ficcionais. O cronismo no rádio pode variar em tipos e em estilos autorais, mas mantém características comuns, como o destaque para a entonação, o olhar humanizado, a voz autoral, o foco no detalhe do cotidiano que nem sempre cabe no noticiário, mas que pode partir dele.

O hibridismo acadêmico mencionado aqui leva estudos como este a adotar uma abordagem interdisciplinar, o que é muito bem-vindo na atualidade. Isso implica na análise das crônicas e seu desenvolvimento sob múltiplas perspectivas, considerando também sua relação com a história da imprensa no Brasil. É importante notar que, ao mesmo tempo em que as crônicas começaram a ser transmitidas no rádio entre as décadas de 30 e 40, os jornais brasileiros passaram por um processo de reestruturação, transformando o jornalismo em uma indústria impulsionada por novas demandas características das sociedades de massa.

Essas demandas incluíram a produção em série de roupas, um aumento na oferta de transporte por ônibus e trilhos, bem como uma maior presença de anúncios publicitários, que deixaram de ser apenas classificados para ocupar um espaço mais amplo nas páginas dos jornais,



frequentemente acompanhados de ilustrações. Esse crescimento na publicidade acelerou o desenvolvimento econômico dos grupos de comunicação, transformando-os em empresas viáveis. Como o pesquisador Luiz Beltrão (2006) explicou, os jornais se tornaram “big business,” controlados por grupos econômicos liderados por famílias que se tornaram referências na imprensa nacional, como os Marinho, do Infloglobo; os Frias, da Folha de S. Paulo e Universo On Line, e os Mesquita, do Grupo Estado de S. Paulo.

Com o aumento dos anúncios nas páginas dos jornais, houve menos espaço editorial disponível para os cronistas, o que os forçou a escrever textos mais concisos. Isso acabou acentuando o estilo brasileiro do cronismo, tornando as crônicas mais precisas e acessíveis aos leitores. Essa adaptação tornou as crônicas impressas nos jornais quase ideais para serem transmitidas no rádio, sem a necessidade de ajustes significativos. As crônicas radiofonizadas encontraram um espaço na programação das emissoras, reproduzindo no rádio o sucesso que já haviam alcançado na nova imprensa industrial brasileira.

Luiz Beltrão observa que a preferência dos leitores por opiniões individuais, juntamente com a falta de tempo para ler todas as reportagens e artigos, levou o público a procurar seções que correspondessem aos seus interesses profissionais ou atendessem às suas necessidades imediatas. Como resultado, os jornalistas nas redações passaram a se especializar, e aqueles que ainda se dedicavam ao cronismo diário tornaram-se cada vez mais raros. No rádio, o cronismo se estabeleceu como forma de entretenimento, e os radialistas que se aventuraram no campo eram em grande parte ligados ao rádio teatro e a programas de humor.

Essa distinção entre o cronismo de literatos, como Rachel de Queiroz e Dinah Silveira de Queiroz, ambas imortais da Academia Brasileira de Letras, e o cronismo de jornalistas e radialistas, como Nelson Rodrigues, Carlos Heitor Cony e Giuseppe Ghiaroni, fica evidente. Devido à fidelização de leitores e ouvintes e ao talento dos autores, houve um estímulo para a publicação de coletâneas de crônicas em livros, quer fossem originalmente publicadas em jornais ou transmitidas no rádio. No entanto, essa migração das crônicas da efemeridade das páginas de jornais e ondas do rádio para as páginas encadernadas de livros gerou polêmica.

Em um estudo de 2004, o professor Luiz Carlos Santos Simon se refere criativamente aos livros de coletâneas de crônicas como “cotidiano encadernado”. Ele resgata a controvérsia inicial que cercava essas coletâneas, iniciada nos anos 30 por Alceu Amoroso Lima e posteriormente alimentada por críticos como Massaud Moisés. Ambos acreditavam que os livros eram inadequados para as crônicas efêmeras, que raramente suportariam a releitura. No entanto, o professor Simon argumenta que os livros de crônicas de Rubem Braga servem como um exemplo que refuta essa polêmica. Simon lembra que, em 1933, quando Amoroso Lima expressou sua oposição à inclusão de crônicas em livros, Rubem Braga estava apenas começando a publicar seus textos em jornais. Seu primeiro livro seria lançado três anos depois.

O referencial do crítico, portanto, não poderia ser o cronista capixaba, o que ajuda a compreender melhor aquele posicionamento. Não pretendo aqui desprezar nem condenar a crônica anterior a Rubem Braga, mas é preciso reconhecer o aparecimento desse autor como um marco que redefine traços e caminhos do gênero (Simon, 2004, p. 57)

Simon faz referência ao ano de 1958, quando o teórico Eduardo Portella defendeu as coletâneas de crônicas em formato de livro. Nesse ponto, Rubem Braga já havia publicado nove títulos, e escritores como Carlos Drummond de Andrade, Lêdo Ivo e Fernando Sabino estavam colhendo êxito com as edições de textos originalmente publicados em jornais. Simon conclui seu argumento ressaltando os sucessos editoriais de cronistas contemporâneos, como o gaúcho Luís Fernando Veríssimo, que chegou a ter seis textos publicados semanalmente em jornais de todo o país e lançou mais de 50 coletâneas desde seu livro de estreia, “O Popular,” em 1973.

Em um trabalho apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom em 2004, o professor Renato Cordeiro Gomes, especialista na obra de João do Rio, contribui para o debate a favor das coletâneas de crônicas. Ele argumenta que esses textos resistem ao teste do tempo quando transitam da efemeridade das páginas de jornais para o formato de livros duradouros.

Se aí ela (a crônica) perde as relações de contigüidade com a matéria jornalística que a rodeava, ganha, por outro lado, mais autonomia e vale como ponto de referência para se (re)pensar o tempo fixado pelo cronista, que deixa na escrita marcas da subjetividade. As visões parceladas do cotidiano que afetam e mobilizam o cronista permitem recompor um possível painel que rearranja os fragmentos da história miúda recolhida no efêmero da realidade, a que o autor se atrela. O cronista então se liga ao tempo, ao seu tempo. (Gomes, 2004, p. 2)

Cordeiro Gomes argumenta que quando as crônicas de jornais, revistas e suplementos são transferidas para o formato de livro, elas se estabelecem como uma maneira significativa de retratar aspectos da

sociedade. Isso apoia a concepção de que temas como o Carnaval carioca, o malandro e o subúrbio do Rio de Janeiro encontram nas crônicas, seja em publicações periódicas ou em coletâneas, uma plataforma relevante para sua divulgação, promoção e consolidação.

É importante destacar que ao longo da evolução dos meios de comunicação, as crônicas encontraram novos meios de expressão. Elas foram adaptadas para programas de televisão em diferentes momentos, como o exemplo de um parte fixa no programa da apresentadora Ana Maria Braga, intitulado “Mais Você,” na Rede Globo, que ocorreu entre 1999 e 2004. Nesse segmento, a apresentadora lia crônicas de Carlos Heitor Cony. No entanto, essa abordagem assemelhava-se mais à literatura oral do que à literatura televisiva propriamente dita, uma vez que baseava-se na leitura sem a incorporação de imagens.

A presente pesquisa sobre o uso de crônicas nos meios de comunicação identifica, a partir de estudos prévios, o pioneiro modelo de crônica televisual no programa “Saltimbanco,” que foi transmitido na década de 1970, principalmente na TVE do Rio de Janeiro. Liderado pelo jornalista Humberto Borges, esse método de produção priorizava a imagem sobre o texto e pode ser categorizado como videoteratura.

Foi possível identificar nas crônicas televisivas as cinco tipologias previstas para o cronismo impresso, o que sinaliza para a existência de um sistema percorrido pelo gênero ao deslizar entre as mídias, trazendo características que lhe são próprias. Na TV, no entanto, como apontado pela pesquisa, há particularidades que precisam ser observadas e que diferenciam ainda mais as crônicas entre si, em função de maior ou menor grau de adaptação ao meio. Há as que são lidas na televisão, as que são colagens de imagens e as que são propriamente televisivas, contendo o que o cronista Artur da Távola batizou de “videoteratura”. As categorias adotadas para análise do cronismo na televisão,

apresentadas neste trabalho, não são únicas em cada crônica nem excludentes, mas se hibridizam. (Reis & Thomé, 2017, p. 582)

Através da análise crítica do cronismo audiovisual (Reis & Thomé, 2017), foi possível identificar os seguintes critérios que definem a cronicabilidade: a representação de situações cotidianas pitorescas e eventos de menor importância; a exploração de aspectos históricos e da memória; a utilização do som como pano de fundo (BG) como elemento narrativo; o emprego da imagem como elemento narrativo, resultando em uma forma de videoteratura; a presença do narrador como parte integrante da crônica; e o estabelecimento de um diálogo com o espectador. É importante observar que, nos tempos contemporâneos, a crônica tem encontrado um novo lar na Internet, onde também migraram romances, poemas e contos.

Graças a essa migração voltaram a ser propagados alguns desses textos que estavam esgotados editorialmente, outros que buscavam sem sucesso encontrar espaço em publicações tradicionais, enquanto muitos representam resgates de textos há muito esquecidos ou perdidos. Tal revitalização dos textos ocorre sem, no entanto, romper completamente com a tradição de publicação em jornais e livros, embora esses últimos tenham atualmente suas tiragens reduzidas devido aos custos de impressão e ao uso do papel.

O presente mapeamento demonstra que, na web, alguns autores que surgiram naquele ambiente inicialmente ganharam destaque em sites e blogs. Um exemplo disso é a publicitária Martha Medeiros, que conquistou reconhecimento como cronista após iniciar sua carreira publicando crônicas em seu site pessoal, antes de estreitar em

jornais, como o gaúcho Zero Hora. Além disso, novos autores, como Ana Cecília Rodrigues, também do Rio Grande do Sul, começaram a divulgar suas crônicas exclusivamente na web, por meio de blogs como [anaceciliaromeu.blogspot.com.br](http://anaceciliaromeu.blogspot.com.br). Atualmente, seus textos são publicados em jornais tanto no Rio Grande do Sul quanto no Rio de Janeiro, como o carioca O Dia.

Como dito acima, na Internet as crônicas costumam ser publicadas em blogs, sites de notícias, redes sociais e em outros espaços digitais, com contornos próprios, alguns hibridizados com os formatos dos outros meios de comunicação, tais como informalidade, no qual a linguagem próxima à conversação as torna acessíveis e atraentes para os leitores online. Há possibilidade de temas variados, desde situações cotidianas engaçadas até questões sociais, políticas e culturais.

No tocante ao específico da web, há preferência por eventos recentes ou acontecimentos atuais, permitindo que os leitores se identifiquem facilmente com o conteúdo. Ainda há a possibilidade de interatividade permitindo que os leitores interajam com o autor por meio de comentários, compartilhamento nas redes sociais e outras formas de feedback. Há também farta variedade de formatos: Além de texto escrito, as crônicas na web podem incorporar elementos multimídia, como imagens, áudio e vídeo, para enriquecer a experiência do leitor. No tocante ao conteúdo, algumas apresentam um toque de humor ou ironia, tornando o texto mais envolvente e cativante. Ou seja, os autores buscam possibilidades oferecidas pela web para alcançar um público diversificado e engajado.

## Considerações finais

A crônica é um gênero literário e jornalístico que caracteriza-se por relatar acontecimentos cotidianos de forma pessoal, reflexiva e muitas vezes subjetiva. Com texto simples e direto, ao “rés do chão” (Candido, 1992, pp. 13-14), ela pode abordar uma ampla variedade de temas, desde observações sobre a vida urbana até reflexões sobre experiências pessoais. A relação entre a crônica e os meios de comunicação é significativa, pois a crônica frequentemente encontra, desde sua origem, espaço em jornais, revistas, blogs e até mesmo programas de rádio e televisão e na Web.

Nos meios de comunicação, o cronismo é acionado muitas vezes para tratar de temas sensíveis e trazer reflexões que demandam um olhar mais humanizado, como em questões relativas à vida e à morte. Na história do jornalismo, o gênero manteve espaço garantido em jornais impressos, a partir de colunas fixas, nos programas de rádio, em quadros semanais nos telejornais e, mais recentemente, em sites, blogs e canais da web, onde a limitação de espaço e tempo deixa de existir.

Nesses espaços, escritores renomados ou jornalistas experientes analisam suas observações pessoais sobre eventos e questões do dia a dia. As crônicas são populares porque oferecem uma perspectiva única e muitas vezes humanizam os argumentos discutidos.

Com a ascensão da internet e das mídias sociais, qualquer pessoa pode se tornar um cronista. Blogs pessoais e plataformas de mídia social, como o Facebook e o Twitter, permitem que indivíduos compartilhem suas crônicas com um público amplo. Essa propagação da crônica permitiu que mais vozes fossem ouvidas e trouxessem uma variedade de perspectivas para o gênero.

Alguns programas de rádio e televisão apresentaram ao longo do tempo e ainda apresentam segmentos e produtos dedicados à crônica. Os autores ou narradores compartilham histórias pessoais, reflexões e observações sobre acontecimentos da atualidade. Isso cria um ambiente onde a crônica pode ser transmitida oralmente, atingindo um público diferente daquele dos textos escritos.

No rádio, o esporte ganha cronistas do porte do tricolor Nelson Rodrigues que inaugura tal narrativa que atualmente migra para os programas esportivos de fim de semana, no qual despontam narradores como Tino Marcos que até 2021, quando deixou a TV, levou ao ar verdadeiras videoteraturas até hoje disponíveis na web, em plataformas como o Youtube, com a que fez na despedida do jogador Ronaldo da seleção brasileira de futebol.

Os meios de comunicação recorrem frequentemente à crônica para fornecer comentários e análises sobre eventos atuais, sociedade e cultura. Autores de crônicas podem ser convidados para escrever ou falar sobre tópicos relevantes, adicionando uma perspectiva única e muitas vezes emocional à cobertura jornalística tradicional. Na pandemia da Covid-19, autores como a repórter Edlaine Garcia, do programa Mais Caminhos, na EPTV, foram acionados para aliviar a tensão no momento de isolamento social.

As crônicas podem servir, portanto, como uma forma de documentar a história contemporânea. Elas capturaram as opiniões, sentimentos e observações de um período específico, tornando-se registros importantes para futuras gerações entenderem como as pessoas viveram, pensaram e experimentaram eventos em determinado momento da história.



Em resumo, a crônica tem uma relação próxima com os meios de comunicação, pois é frequentemente utilizada para oferecer uma perspectiva subjetiva e pessoal sobre eventos e questões atuais. Ela enriquece a diversidade de vozes na mídia e permite que os leitores e espectadores se conectem de maneira mais profunda com os tópicos abordados.

## Referências

Arrigucci Jr, D. (1987). *Enigma e Comentário: Ensaio sobre Literatura e Experiência*. Companhia das Letras.

Beltrão, L. (2006). *Teoria e prática do Jornalismo*. FAI; Cátedra UNESCO de Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.

Candido, A. (1980). *A Vida ao Rés-do-chão*. Ática.

Candido, A. (1992). *A Crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Editora da UNICAMP.

Coutinho, A. (1971). *A literatura no Brasil*. Editorial Sul Americana.

Coutinho, A. (1999). *A literatura no Brasil*. Global.

Gomes, R. C. (2004). *Melhores Crônicas de Marques Rebelo*. Global.

Melo, J. M. (1985). *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Vozes.

Portella, E. (1958). *A cidade e a letra*. José Olympio.

- Simon, L. C. S. (2004). Do jornal ao livro: a trajetória da crônica entre a polêmica e o sucesso. *Temas & Matizes Revista Unioeste*.
- Reis, M. A., & Thomé, C. (2017). Videoteratura - Uma proposta de análise do cronismo na televisão. *Linguagens – Revista de Letras, Artes e Comunicação*.
- Reis, M. A. (2015). *O Subúrbio feito Letra: o cotidiano da periferia em crônicas ácidas e carnavalizadas* [Tese de doutorado, UFRJ].
- Resende B. (2001). *Cronistas do Rio*. José Olympio Editora.
- Távola, A. (1981). A crônica na televisão: de Rubem ao Saltimbanco. *Jornal O Globo*.
- Thomé, C. (2015). *Literatura de ouvido: crônicas do cotidiano pelas ondas do rádio*. Appris.
- Thomé, C. A. (2012). *Literatura de ouvido: crônicas de Dinah Silveira de Queiroz e de Giuseppe Ghiaroni no rádio brasileiro de 1951 a 1964* [Tese de doutorado, UFRJ].
- Thomé, C., & Reis, M. (2020). *Videoteratura como estratégia do telejornalismo: um olhar epistemológico sobre produtos das emissoras TV Globo e Globonews. Narrativas midiáticas contemporâneas: epistemologias dissidentes*. Catarse.
- Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento de métodos*. Bookman.

# ÍNDICE REMISSIVO

## Símbolos

- 8 de janeiro 86, 95, 96, 97, 111, 113, 114
- 8 de Janeiro 65, 66, 68, 74, 76, 82, 88, 89, 90

## A

- AM 386, 388, 389, 390, 391, 393, 394, 396, 399, 401, 402, 403

## B

- Brasil de Fato 324

## C

- comunicação 122, 123, 125, 126, 127, 128, 129, 131, 142, 146, 147
- Comunicação 121, 146
- covid 226, 404, 405, 409, 410, 412, 413, 414, 415, 418, 419, 420, 422, 425, 426
- Covid 16, 17, 20, 30, 36, 44, 47, 174, 205, 256, 257, 261, 269, 271, 274, 275, 346, 359, 363, 367, 369, 370, 371, 375, 404, 417, 448
- covid-19 226, 404, 405, 409, 410, 412, 413, 414, 419, 420, 422, 425, 426
- Covid-19 17, 20, 30, 36, 44, 47, 174, 205, 256, 257, 261, 269, 271, 274, 275, 346, 359, 363, 367, 369, 370, 371, 375, 448

## D

- desinformação 88, 182, 203, 258, 261, 264, 265, 266, 269, 272, 273, 337, 369, 371, 372, 373, 374, 375, 384, 406
- Desinformação 273, 384

## E

- Ecoa Uol 204, 206, 208, 213, 214, 215, 221

## F

- Facebook 62, 69, 182, 193, 205, 275, 427, 447

- fake news 43, 60, 68, 203, 258, 261, 262, 264, 266, 269, 272, 273, 275, 337, 385
- FM 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 396, 398, 399, 401, 402, 403
- Folha de S. Paulo 46, 64, 74, 80, 81, 88, 90, 91, 441

## G

- Guerra 19, 40, 122, 130, 131, 176, 208
- guerras 16
- Guerras 366

## I

- imagem 131, 142, 143, 144
- imagens 122, 123, 132
- impresso 155, 184, 187, 205, 275, 284, 285, 428, 431, 438, 444
- impressos 285, 286, 317, 347, 447
- Instagram 182, 188, 191, 193, 197, 202, 205, 273
- internet 28, 68, 69, 70, 130, 149, 153, 164, 167, 183, 201, 202, 206, 213, 222, 246, 256, 258, 272, 324, 325, 332, 335, 336, 337, 338, 343, 345, 356, 358, 363, 364, 375, 384, 407, 408, 423, 435, 437, 438, 447
- Internet 183, 186, 201, 274, 357, 385, 407, 430, 432, 445, 446
- Israel 121, 122, 123, 127, 129, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 142, 143, 144

## J

- JN 255, 257, 259, 262, 267, 268, 269, 270, 271, 274, 374
- jornais 22, 23, 24, 27, 33, 34, 36, 37, 38, 74, 78, 128, 129, 130, 131, 141, 146, 158, 185, 186, 193, 225, 299, 315, 316,

317, 339, 347, 359, 430, 432, 433, 434,  
435, 436, 437, 438, 440, 441, 442, 443,  
445, 446, 447

Jornais 122

jornal 27, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 73, 78,  
81, 82, 86, 89, 155, 188, 192, 205, 206,  
207, 220, 234, 237, 238, 247, 268, 282,  
315, 358, 366, 371, 383, 412, 418, 431,  
433, 434, 437, 450

Jornal 257, 258, 262, 263, 265, 267, 268,  
269, 270, 272, 273, 274, 275, 358, 367,  
374, 390, 393, 404, 406, 409, 410, 411,  
412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419,  
421, 422, 424, 426, 427, 450

Jornal da Manhã 404, 406, 409, 410, 411,  
412, 413, 414, 419, 426

jornalismo 17, 18, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 29,  
30, 31, 32, 35, 37, 39, 40, 41, 42, 72,  
73, 74, 76, 121, 125, 148, 150, 152,  
153, 154, 155, 156, 157, 158, 160, 162,  
163, 166, 168, 175, 176, 177, 178, 179,  
182, 183, 184, 185, 187, 188, 189, 192,  
195, 196, 198, 199, 200, 201, 203, 209,  
210, 211, 212, 222, 256, 257, 258, 260,  
272, 274, 275, 284, 295, 299, 310, 312,  
316, 329, 332, 333, 334, 335, 338, 339,  
340, 341, 343, 344, 348, 349, 350, 354,  
355, 357, 358, 361, 362, 364, 365, 366,  
367, 368, 371, 372, 375, 376, 377, 378,  
384, 385, 387, 394, 399, 401, 402, 403,  
419, 422, 423, 424, 428, 430, 431,  
439, 440, 447

Jornalismo 16, 39, 40, 42, 92, 121, 156, 176,  
177, 179, 184, 189, 203, 204, 205, 206,  
207, 209, 210, 212, 213, 216, 221, 222,  
223, 274, 275, 276, 308, 313, 314, 315,  
330, 357, 359, 360, 366, 377, 383, 385,  
386, 403, 408, 432, 449

jornalista 26, 28, 38, 70, 73, 125, 149, 153,  
154, 155, 159, 162, 164, 166, 169, 173,  
175, 189, 193, 200, 220, 237, 266, 269,  
349, 362, 367, 368, 371, 380, 381, 444

Jornalista 16, 148, 313, 404

jornalistas 28, 34, 35, 37, 38, 46, 92, 151,  
153, 154, 155, 160, 163, 164, 165, 174,  
175, 179, 182, 184, 185, 186, 187, 188,  
189, 201, 206, 207, 220, 232, 233, 236,  
239, 243, 256, 257, 270, 341, 355, 369,  
414, 428, 437, 441, 442, 447

Jornalistas 369

Jornal Nacional 257, 258, 262, 263, 265,  
267, 268, 269, 270, 272, 273, 274,  
275, 374, 404, 406, 415, 416, 417,  
418, 419, 421, 427

Jovem Pan 389, 390, 398, 404, 406, 408,  
409, 422, 424, 425, 426

## K

k-dramas 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231,  
232, 233, 234, 235, 236, 237, 238,  
239, 240, 241, 242, 243, 244, 245,  
247, 248, 250

## L

LGBTQIA+ 82, 230, 236

LGBTQIAP+ 373, 374

## M

mídia 17, 21, 22, 23, 24, 27, 30, 31, 37, 39,  
41, 61, 70, 71, 72, 89, 122, 123, 124,  
126, 128, 129, 130, 131, 134, 137, 141,  
145, 147, 149, 151, 163, 168, 183, 184,  
185, 186, 187, 188, 198, 200, 201, 210,  
225, 226, 237, 242, 244, 245, 246, 260,  
266, 295, 296, 300, 307, 323, 333, 334,  
335, 336, 337, 338, 340, 355, 361, 362,  
363, 364, 395, 397, 402, 405, 422, 423,  
424, 425, 427, 447, 449

Mídia 39, 40, 41, 71, 89, 124, 135, 146,  
184, 186, 213, 221, 231, 256, 357,  
358, 383, 384, 401

mídias 27, 28, 39, 45, 51, 57, 70, 71, 72,  
74, 123, 127, 186, 187, 241, 263, 272,  
285, 331, 332, 338, 339, 342, 345, 348,

356, 357, 364, 375, 396, 429, 432,  
436, 444, 447

música 288, 306, 389, 421

## N

narrativas 16, 17, 21, 22, 24, 27, 29, 30, 31,  
34, 36, 37, 44, 49, 51, 123, 124, 143,  
144, 145, 150, 151, 152, 153, 154, 155,  
156, 157, 158, 160, 161, 162, 163, 164,  
165, 166, 170, 174, 204, 205, 229, 230,  
233, 235, 236, 240, 241, 243, 244, 247,  
260, 271, 274, 275, 276, 313, 314, 315,  
316, 317, 328, 330, 339, 346, 350,  
352, 353, 356, 406, 407, 432, 435, 436

Narrativas 25, 143, 177, 179, 184, 450

notícia 2, 5, 12, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 40,  
55, 57, 59, 60, 73, 132, 133, 174, 181,  
182, 183, 184, 188, 189, 190, 191, 192,  
194, 199, 200, 203, 205, 207, 208, 210,  
211, 216, 220, 221, 232, 238, 256, 258,  
260, 261, 266, 269, 274, 324, 330, 332,  
334, 341, 354, 359, 363, 365, 372, 376,  
396, 410, 411, 416, 419

Notícia 132, 133, 180, 190, 192, 203

notícia falsa 55, 60, 266

notícias 23, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 43, 49,  
61, 70, 72, 75, 79, 80, 122, 131, 132,  
141, 143, 148, 150, 152, 158, 164, 170,  
174, 180, 181, 183, 192, 200, 205, 207,  
208, 210, 213, 214, 215, 216, 220, 223,  
231, 232, 234, 238, 240, 255, 256, 257,  
258, 262, 263, 264, 265, 273, 274, 315,  
324, 328, 333, 338, 339, 342, 352, 359,  
363, 365, 368, 371, 373, 376, 395, 396,  
411, 416, 419, 420, 423, 429, 437, 446

Notícias 57, 62, 64, 183, 195, 201, 205,  
208, 222, 369

notícias falsas 43, 61, 152, 265, 373

## P

Palestina 121, 122, 127, 129, 131, 132, 133,  
135, 136, 138, 142, 144

pandemia 16, 17, 20, 30, 33, 36, 47, 172,  
174, 178, 204, 222, 226, 256, 257, 258,  
260, 261, 262, 268, 269, 271, 273, 346,  
359, 363, 367, 369, 370, 371, 375, 385,  
404, 405, 406, 408, 409, 410, 411, 412,  
413, 415, 416, 417, 419, 420, 421, 422,  
424, 425, 426, 427, 448

Pandemia 204

portais de notícias 148, 150, 164, 170

povos originários 313, 314, 315, 317, 319,  
322, 324, 328

Povos Originários 318

## R

rádio 55, 130, 192, 281, 282, 284, 297, 363,  
386, 389, 390, 392, 393, 394, 395, 396,  
399, 400, 401, 402, 403, 430, 431,  
436, 437, 438, 439, 440, 441, 442,  
447, 448, 450

Rádio 192, 292, 379, 388, 389, 390, 393,  
394, 396, 398, 399, 401, 403, 439, 440

Rádio AM 396

rádios 333, 387, 388, 389, 391, 392, 394,  
396, 397, 400, 402

Rádios 388, 396

rede social 184, 188, 190, 195, 299

redes sociais 66, 67, 68, 69, 72, 92, 153, 165,  
182, 183, 184, 186, 187, 188, 189, 193,  
194, 195, 200, 201, 205, 222, 232, 255,  
257, 258, 261, 264, 273, 274, 276, 322,  
335, 336, 337, 344, 353, 356, 375, 385,  
413, 416, 417, 421, 429, 446

## T

Telegram 86, 96, 182

telejornal 23, 32, 255, 257, 259, 260, 262,  
263, 264, 266, 268, 270, 271, 272, 273,  
276, 333, 341, 342, 344, 346, 347, 348,  
349, 350, 351, 352, 353, 354, 360, 362,  
366, 374, 378, 380, 406, 407, 408, 409,  
412, 416, 419, 420, 421, 422, 424,  
425, 426, 431

telejornalismo 41, 256, 261, 273, 276, 324,  
331, 332, 333, 337, 338, 339, 340,  
341, 342, 344, 352, 355, 356, 357,  
359, 360, 361, 362, 363, 364, 365,  
366, 367, 368, 369, 370, 371, 374,  
375, 376, 377, 382, 383, 384, 385,  
404, 405, 406, 407, 426, 450

Telejornalismo 42, 273, 274, 276, 331, 337,  
357, 359, 362, 365, 384, 385, 406, 427

televisão 55, 130, 187, 228, 233, 234, 239,  
243, 251, 260, 280, 281, 282, 283,  
284, 289, 295, 297, 305, 306, 309,  
310, 312, 329, 337, 343, 358, 363,  
364, 375, 409, 422, 430, 431, 436,  
437, 438, 444, 447, 448, 450

Televisão 273, 275, 311, 312, 390

Tik Tok 182, 193

TikTok 188

TV 46, 66, 135, 137, 141, 184, 228, 243,  
245, 246, 258, 259, 261, 274, 278, 279,  
280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287,  
288, 291, 292, 295, 299, 301, 302, 303,  
304, 305, 306, 307, 309, 311, 332, 341,  
345, 357, 360, 361, 362, 363, 364, 370,  
376, 378, 379, 380, 385, 406, 407, 408,  
415, 437, 444, 448, 450

Twitter 251, 275, 447

## W

web 55, 58, 186, 255, 313, 314, 328, 336,  
407, 428, 429, 430, 431, 437, 445,  
446, 447, 448

Web 447

WhatsApp 96, 350, 354

## Y

yanomami 326, 327, 329

Yanomami 313, 314, 318, 319, 320, 321,  
322, 326, 327, 328, 329, 330

Yanomamis 315, 318, 321

YouTube 59, 249, 273, 406, 409, 426



**UTPL**  
*La Universidad Católica de Loja*