

# Ecossistema jornalístico

Liliane Ito e Rita Paulino (Orgs.)

# Ecossistema jornalístico

Liliane Ito e Rita Paulino (Orgs.)

50 AÑOS  
UTPL

 RIA  
Editorial

## Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Ecuador)

Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)

Andrea Versuti (UnB, Brasil)

Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)

Carlos Arcila (Universidad de Salamanca, Espanha)

Catalina Mier (UTPL, Ecuador)

Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Diana Rivera (UTPL, Ecuador)

Fatima Martínez (Universidad do Rosário, Colômbia)

Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)

Fernando Gutierrez (ITESM, México)

Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)

Gabriela Coronel (UTPL, Ecuador)

Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)

Hernán Yaguana (UTPL, Ecuador)

Jenny Yaguache (UTPL, Ecuador)

Jerónimo Rivera (Universidad La Sabana, Colombia)

Jesús Flores Vivar (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)

João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)

John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)

Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)

Juliana Colussi (Universidad do Rosario, Colombia)

Koldo Meso (Universidad del País Vasco, Espanha)

Lorenzo Vilches (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha)

Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)

Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)

Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Octavio Islas (Pontificia Universidad Católica, Ecuador)

Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)

Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)

Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)

Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)

Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)

Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)

Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)

Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

## FICHA TÉCNICA

Copyright 2021 ©Ria Editorial. Todos os direitos reservados

Foto de capa e design: ©Denis Renó

Diagramação: Luciana Renó

1.ª edição, Aveiro, dezembro, 2021

ISBN 978-989-8971-54-8

Título: Ecossistema jornalístico

Organizadores: Liliane Ito e Rita Paulino



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



Aveiro, Portugal  
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 correccões.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pela avaliadora externa Dra. Andrea Versuti, que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

Diante da relevância das contribuições apontadas pelo conjunto de textos que compõem o livro intitulado: Ecossistema Jornalístico, pela variedade e profundidade das reflexões elucidadas sobre o papel das mídias e de diferentes tipos de práticas informacionais no contexto pandêmico (2020-2021), eu considero extremamente necessária sua publicação, para que esta possa ser uma obra de referência e consulta para pesquisadores e estudiosos da temática.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

## **Autores**

- Adriana Pierre Coca  
Alexandra Fante  
Cândida Emília Borges Lemos  
Carlos Enrique Fernández García  
Caroline Kraus Luvizotto  
Cláudia Maria Arantes de Assis Saar  
Daniela Chirino Guerrero  
Dennis Vargas Marín  
Emílio Sant'Anna  
Fabiana Piccinin  
Fellipe Sá Brasileiro  
Francisco Rolfsen Belda  
Gustavo Pereira  
Hilda Paola Muñoz-Pico  
Jaqueline Frantz de Lara Gomes  
Jonas Gonçalves  
José Tarcísio de Oliveira Filho  
Karla Gabriela Silva dos Santos  
Laura Botosso Gomes da Silva  
Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho  
Nayara Kobori  
Priscila Romero Sanches

Renato Essenfelder

Roberta Scheibe

Rodrigo Bartz

Simone Martins

Vanessa Silva Oliveira

Violeta Alejandra Santiago Hernández

Vladimir Tornero Cruzatt

# Sumário

Apresentação.....	12
-------------------	----

## REFLEXÕES

Confabulações entre a crônica-reportagem e a etnografia: distintos ofícios e uma só natureza.....	16
<i>Cláudia Maria Arantes Assis Saar</i> <i>Roberta Scheibe</i>	
Jornalismo e realidades digitais.....	34
<i>Alexandra Fante</i>	
Os limites de sua língua são as fronteiras do seu mundo?.....	51
<i>Cândida Emilia Borges Lemos</i>	
Pós-modernidade e credibilidade: um olhar para estratégias narrativas ancoradas nas subjetividades.....	69
<i>Jaqueleine Frantz de Lara Gomes</i> <i>Rodrigo Bartz</i> <i>Fabiana Piccinin</i>	
Reconfiguração das redações brasileiras durante a pandemia de Covid-19.....	99
<i>Renato Essensfelder</i> <i>Emílio Sant'Anna</i> <i>Adriana Pierre Coca</i>	

## ANÁLISES

Bulos sobre la COVID-19 en medios de comunicación latinoamericanos.....	117
<i>Hilda Paola Muñoz-Pico</i>	
O afeto nas novas práticas informacionais: a atuação jornalística na plataforma “Inumeráveis” na pandemia da Covid-19.....	133
<i>Vanessa Silva Oliveira</i>	
<i>Fellipe Sá Brasileiro</i>	
Sobre a “cura do mal”: a visibilidade da ciência nas telas do Jornal Nacional.....	153
<i>Gustavo Pereira</i>	
<i>Simone Martins</i>	
<i>José Tarcísio de Oliveira Filho</i>	
Formatos multimedia de Instagram. Estudio de caso El País México.....	177
<i>Daniela Chirino Guerrero</i>	
Protestos no google: o agendamento da imprensa brasileira na cobertura das manifestações populares em 2020.....	197
<i>Priscila Romero Sanches</i>	
<i>Nayara Kobori</i>	
<i>Caroline Kraus Luvizotto</i>	
Revista AzMina, nós mulheres da periferia e o cuidado: gênero e mediações comunicativas na cobertura da pandemia de Covid-19 em veículos feministas.....	220
<i>Laura Botosso Gomes da Silva</i>	

## REFLEXÕES

- Os ambientes multicódigos nos processos comunicacionais durante a Pandemia de Covid-19..... 249

*Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho*

- Periodismo resiliente: el ideal del rol social para ejercer el periodismo en contexto de violencia macrocriminal en México..... 277

*Violeta Alejandra Santiago Hernández*

- A utilização de dados sobre o Covid-19 por webjornais brasileiros..... 299

*Cláudia Maria Arantes de Assis Saar*

*Karla Gabriela Silva dos Santos*

*Roberta Scheibe*

- Radio streaming como estrategia tecnológica en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes universitarios: retos y perspectivas desde el nuevo paradigma de la comunicación..... 317

*Dennis Vargas Marin*

*Carlos Enrique Fernández García*

*Vladimir Tornero Cruzatt*

- Redações jornalísticas no pós-pandemia: considerações sobre a tendência de consolidação de um sistema híbrido de trabalho..... 345

*Jonas Gonçalves*

*Francisco Rolfsen Belda*

- Índice Remissivo..... 363*

# **Ecossistema jornalístico**

## APRESENTAÇÃO

*Denis Renó  
Andrea Versuti  
Vicente Gosciola  
Diretores Acadêmicos  
MEISTUDIES*

A pandemia do Coronavírus, que assolou o planeta no ano de 2020, foi transformadora. Nosso cotidiano não é mais o mesmo, e nem voltará a ser. As características de rotinas profissionais, educacionais e culturais certamente deixarão alguns traços, mesmo quando a humanidade estiver imunizada e a circulação de pessoas voltar a ser uma realidade. Nesse cenário de mudanças, o ecossistema midiático acaba por testemunhar novas combinações, onde atores sociais aprendem a conviver de outras formas com os meios e as tecnologias.

É importante perceber, também, que as mudanças sofridas pela humanidade fizeram com que testemunhássemos processos importantes de ressignificação. Os processos de produção e circulação

de notícias assumiram um papel crucial na sociedade pandêmica, especialmente quando a desinformação tornou-se arma política e genocida de grupos negacionistas. Discussões sobre a notícia passaram a ser ainda mais fundamentais.

Preocupados com essa reviravolta, popularmente conhecida como novo normal, realizamos o 4º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies – MEISTUDIES, que teve como tema “Desafios e reflexões sobre o ecossistema midiático pós pandemia”. O evento também foi marcado pela realização paralela do V Seminário Internacional Red ITC, que traz o tema *“Formación de competencias y virtualización en la docencia e investigación en comunicación”*. Em sua quarta edição, novamente realizada totalmente virtual, o MEISTUDIES reuniu participantes de 11 países. A partir do evento, organizou-se uma série de obras acadêmicas com textos apresentados e reavaliados para compor os livros, dentre eles esta obra, intitulada Ecossistema Jornalístico e organizada por Liliane Ito e Rita Paulino. O livro é composto por 16 textos, divididos em três partes: reflexões, análises e proposições.

A série acadêmica é publicada pela Ria Editorial em conjunto com o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Técnica Particular de Loja - UTPL (Equador). Todos os livros foram avaliados previamente à publicação por pareceristas internacionais, que recomendaram a publicação e/ou mudanças em seu conteúdo. Dessa forma, foi possível manter o compromisso do MEISTUDIES, que desde 2018 se propôs a movimentar o mundo acadêmico em prol da construção e disseminação democrática do conhecimento científico em torno da Ecologia dos Meios e

Estudos sobre Imagem. Essas características foram assumidas por nós como missão, que cumprimos parcialmente com a publicação desse livro. Boa leitura, e que venha o novo.

## **REFLEXÕES**

# CONFABULAÇÕES ENTRE A CRÔNICA-REPORTAGEM E A ETNOGRAFIA: DISTINTOS OFÍCIOS E UMA SÓ NATUREZA

*Cláudia Maria Arantes Assis Saar<sup>1</sup>  
Roberta Scheibe<sup>2</sup>*

Este artigo elucida as aproximações de observações, descrições densas e intercâmbio de linguagens entre os ofícios da crônica-reportagem jornalística e da etnografia e estimula um diálogo possível entre as áreas.

Antes de eliciar o termo “crônica-reportagem”, é necessário apresentar os conceitos que deram origem a este subgênero. O primeiro esmiuçado é a crônica, gênero fronteiriço entre a literatura, a história e o jornalismo. É, segundo Bordini, um texto de comentários irreverentes,

- 
1. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). É líder do grupo de pesquisa COMERTEC – Comunicação, Mercado e Tecnologia. [claudiamaria@unifap.br](mailto:claudiamaria@unifap.br)
  2. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). É integrante do grupo de pesquisa COMERTEC – Comunicação, Mercado e Tecnologia. [roberta.scheibe@unifap.br](mailto:roberta.scheibe@unifap.br)

sérios ou sisudos acerca de observações do cotidiano, focados em temáticas reais ou que poderiam ter acontecido (Bordini, 1982). Para Jorge Sá (1985), no século XVI, o principal objetivo da crônica, fundamentada num gênero opinativo, era o registro do circunstancial; situação que fundamenta a fronteira com a história, pois registrava um tempo, conforme características do primeiro texto considerado crônica, que foi a Carta de Pero Vaz de Caminha (1999). Ocorre que os relatos vinham acrescentados da ampliação de pequenos fatos, conforme Sá (1985), que poderiam passar despercebidos, com elementos textuais de narração e descrição, daí a interface com a literatura e o jornalismo.

A partir do século XIX a crônica tomou espaço nos jornais, com textos de caráter histórico, mas aliando traços de ficcionalidade; ou seja, histórias reais escritas como se fossem romances (Coutinho, 1971). O primeiro registro deste gênero – com suas características de folhetim – nos jornais brasileiros ocorre no Correio Mercantil, no Rio de Janeiro, entre 1854 e 1855, mas consolidou-se na Gazeta do Rio de Janeiro no mesmo período (Candido, 1992). O escritor Machado de Assis dizia que a crônica datava de muito antes e que provavelmente nasceu numa conversa de vizinhos queixando-se do calor do dia e falando sobre o que comeram no jantar (Assis, 1994). A crônica com características modernas, no Brasil, desce das transformações culturais e dos processos de urbanização e industrialização dos anos 1930. Logo, a crônica ratificou-se como uma recriação do mundo real (Melo, 2002).

A crônica varia de lugar para lugar, tendo características específicas em diferentes regiões do mundo: em alguns lugares ela é apenas informativa e cronológica e em outros países mais vinculada a um comentário. No Brasil o gênero foi inspirado em Portugal, mas há uma

grande diferença: em portugal os cronistas reconstituem na íntegra um fato, e no Brasil não há esta preocupação, pelo contrário, muitas vezes os cronistas conferem aos fatos uma nova configuração, aproximando-se da ficção. Trazem, sim, a base da realidade, mas a interpretam subjetivamente. Como escreveu Martin Vivaldi, em trecho reproduzido por José Marques de Melo (1986, p. 141):

O característico da verdadeira crônica é a valoração do fato ao tempo em que se vai narrando. O cronista, ao relatar algo, nos dá sua versão do conhecimento; põe em sua narração um toque pessoal. Não é uma câmera fotográfica que reproduz uma paisagem; é o pincel do pintor que interpreta a natureza, imprimindo lhe um evidente matiz subjetivo.

O foco discursivo da crônica está na primeira ou na terceira pessoa. Nilson Lage escreve que a literatura é a informação estética e o jornalismo é o conteúdo do que é informado (Lage, 1993). Já a reportagem jornalística está direcionada para o detalhamento dos fatos e conteúdos, relatados por meio de várias fontes (entrevistados) que trazem diferentes versões para um mesmo acontecimento. Segundo Lage (2012), a reportagem também traz o repórter como testemunha e agente de um fato.

Para Lima (1995, p.18), a reportagem presta informações ampliadas sobre fatos e situações de relevância social. Este autor chama a atenção para as reportagens que se transformam em reportagens extensas de revistas e livros-reportagens, criando a modalidade da grande reportagem. Esta, por sua vez, tem, de acordo com o autor, um enfoque sistêmico, no sentido de contextualizar realidades, mapear o fenômeno em pauta no tempo, entendendo os fatos presentes, os antecedentes, bem como os desdobramentos futuros; e também identifica a função que o sistema – ou

o fato evidenciado – desempenha ou poderá desempenhar. Em paralelo, a reportagem em profundidade pode conflagrar suas fronteiras com a literatura, ao utilizar, em seu método de observação e escrita, elementos oriundos da literatura, como narração, descrição, múltiplos pontos de vista, entre outros elementos.

Entendendo, portanto, que a crônica-reportagem é um subgênero tanto da crônica quanto do jornalismo, adentramos no conceito de “crônica-reportagem”. O termo “Crônica-reportagem” é amplamente utilizado no jornalismo atual como uma mescla de características informativas do jornalismo com o estilo do gênero opinativo Crônica, embora sem conceituações teóricas. Há definições semelhantes, como a de “Crônica Sociológica” de Dileta Martins (Scheibe, 2008, p. 32), onde há a abordagem de problemas sociais com reflexões do cronista e a de “reportagem-crônica” de Sodré e Ferrari (1986, p. 94) onde a reportagem-crônica “tem caráter mais circunstancial e ambiental. Sendo pequena, não é notícia, nem tem a abrangência da grande-reportagem”. Ainda para os autores, “Não se inscreve nos modelos de fact-story, action-story ou quote story, embora possa usar alguns recursos. Chega perto da crítica social e da opinião velada”.

A etnografia, por sua vez, refere-se a estudos antropológicos que correspondem à fase de elaboração de dados obtidos em pesquisas de campo, e estudos descritivos sobre partes ou processos da vida social e cultural de um povo ou de um grupo. Para Strathern (2014, p. 345), a etnografia é um método para investigar e apreender “a complexidade da vida social”. Segundo a autora, “essa prática ocorreu sempre em dois lugares, tanto naquilo que, já há um século, chamamos tradicionalmente

de ‘campo’ como gabinete, na escrivaninha ou no próprio colo” e, que este seja um momento de imersão do observador.

Isabel Travancas, em um importante texto acerca do fazer etnografia no mundo da comunicação, explica que a descrição densa está atrelada ao processo de interpretação da realidade, no sentido de dar conta de processos de significação que estão por trás dos comportamentos humanos, individuais ou em grupo; e que estas interpretações sociológicas podem acontecer de modo relacionado à área da Comunicação Social (Travancas, 2014).

De acordo com Geertz (1978), a etnografia e a própria pesquisa de campo se consolidam em um esforço intelectual para elaborar uma descrição densa da realidade, por meio de observações atentas, rigorosas e intensas; e por meio de análises interpretativas. Geertz, neste sentido, argumentava que este método de trabalho permite compreender a estrutura de significantes imersos nas ações e práticas sociais observadas. Cuturas são entrelaçamentos de significados oriundos de estrutura de significantes e de processos de significações de indivíduos e de grupos sociais. Para Geertz (1978, p. 15), são “teias de significados que ele mesmo [ser humano] teceu”. Logo, a ação de um antropólogo em campo está para além da observação, mas para entender e interpretar as ações e práticas sociais; uma vez que o próprio etnógrafo é mais um agente em campo, que também vive, dramatiza e performiza suas ações sociais.

Fazer uma etnografia é um trabalho longo. Exige tempo de pesquisa de campo, assim como de elaboração do material. Por isso outro ponto importante para se evidenciar acerca da etnografia é sobre o processo de escrita das descrições densas. Segundo Strathern (2014, p. 346), “a escrita só funciona se ela for uma recriação imaginária de alguns dos

efeitos da própria pesquisa de campo”; ou seja, ao ler as notas da pesquisa de campo e escrever os próprios relatos em si, é preciso se voltar novamente para aquele grupo de pessoas, repensando os processos de significações e realizando uma tradução destes processos para um novo público – o que vai ler o trabalho. Há ainda um outro sentido: primeiro, no escritório, se imagina como será a pesquisa; ao chegar no campo o pesquisador vê realmente como é. Strathern diz ainda que a escrita é um segundo campo. Para esta troca entre os dois campos, onde se junta o que é entendido, analisado e observado à necessidade de entender o que é observado, Strathern chama de “momento etnográfico” (2014, p. 350). Para realizar todo o processo, o pesquisador precisa se usar de instrumentos, como a realização de entrevistas em profundidade e observação participante – para somente depois recriar os fatos e suas interpretações por meio da escrita. As entrevistas são sempre abertas e/ou em profundidade.

## **Na Tecitura dos Ofícios**

Para expor uma história real, tanto na crônica quanto na reportagem e na etnografia é preciso evidenciar as portas da investigação, da apuração e da observação planejada. É necessário extrapolar os abordes dos eventos do cotidiano, por meio da contextualização e interpretação (Pena, 2007). Para a viabilidade dos ofícios dos gêneros postos aqui é sugerido tecituras que partem de linguagens, técnicas, métodos e escutas.

Segundo Edvaldo Pereira Lima, a reportagem – e por consequência a crônica-reportagem – está entre fronteiras de território em conformação, no sentido de que dialoga com outras áreas do conhecimento. Para ele, esta conflagração ocorre por meio de extensões por meio dos

temas, dos ângulos escolhidos para retratarem fatos e interpretações, por meio de fontes, de captações como entrevistas aprofundadas, de histórias de vida, observação participante, memória, e documentação (Lima, 1995). O autor ainda sugere o uso de elementos oriundos da literatura para a fruição do texto como narração, descrição, exposição, funções da linguagem, técnicas de angulação, pontos de vista e até mesmo técnicas de edição.

Para contar um episódio é necessário mostrar as ascendências, enfoques e implicações de um fato; além de esmiuçar a história de vida de seus personagens humanizando-os. Segundo Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986), a técnica da narrativa, inclusive, é essencial no texto jornalístico e antropológico – é/são discursos capazes de demonstrar um mundo muito variado, concebido como múltiplas realidades, materialidades, espiritualidades, centrado num determinado espaço com peculiaridades. Neste colóquio sobre o ato de observar e relatar situações da vida, Geertz afirma que o admirável é embrenhar-se na procura pelas particularidades, e as condições de entrosamento das culturas localizadas, e não mais das estruturas e processos de pensamento (Geertz, 1978).

A crônica está embutida no fator tempo; é atual, factual, mas permite o flerte com o ficcional. Já a reportagem (Lima, 2003) quanto a etnografia (Geertz, 1997) interagem com fatores cujo artefato de estudo satisfaz ao real, aos fatos sociais, abastecidos de veracidade e possibilidade. Os dois gêneros esmiúçam os fatos para uma dimensão detalhada mergulhando de forma intensiva nos eventos sociais. Para a edificação de reportagens e etnografias, os dois campos podem empregar métodos em comum, como a memória, a história oral, a micro-história, a história de vida e a observação participante ou sistemática.

É inegável a fronteira híbrida dos gêneros postos neste artigo. Imerso nesta fronteira está o ofício da tecitura, ou seja, da elaboração do material que sai da cabeça e das mãos do cronista, jornalista ou antropólogo. Precisamos refletir sobre as percepções do olhar, ouvir, escrever (Oliveira, 2002), que são da mesma natureza tanto na crônica-reportagem quanto na etnografia. O “escrevente” deve perseguir a infinita riqueza da experiência social e vislumbrar as ausências, ou seja, aquilo que não é mostrado, e também as emergências (Santos, 2006). E isto pode se dar através da interdisciplinaridade de linguagens, articulada à imaginação e a sensibilidade, em resposta às interpelações da realidade.

Michel Foucault, a partir do estudo do Cuidado de Si, repensa a relação entre verdade e subjetividade, assim como as práticas subjetivas. A partir daí a noção de escuta atenta merece destaque. Para o autor, o cuidado de si perpassa pelo ato de escutar cuidosamente a alteridade (Foucault, 2010); escutar é uma habilidade que perpassa pela observação; é sentido ativo e por meio dela se aprende a virtude e se acessa o outro. Ouvir – e daí observar e tecer textos de múltiplas linguagens – possibilita o intercâmbio de experiências entre quem ouve e quem fala, quem vê e quem faz; é como se fosse uma narração partilhada do sujeito que se narra ao contar e do sujeito que também se narra ao recontar o que lhe foi dito. Há aí sujeitos subjetivados que se recriam o tempo todo, num sentido de experiência e memória. São processos de reinvenções identitárias mediadas por relações (Gonçalves, 2012), dentro de perspectivas de universos socioculturais e de representações do outro e que integram o modus operandi dos ofícios aqui descritos.

## “História de um Olhar”

O vital para uma profissão que exija grande observação não é só o resultado de um trabalho, mas o processo para se chegar a ele. O mundo é movimento e tem muitas experiências vividas e olhares distintos (Carvalho, 2009). Queremos, aqui, voltar nossa atenção para o ofício de uma observação e de um texto que abranja sensibilidade, observações sem julgamentos, escuta, apuração das informações e “momento etnográfico”, na feitura de um texto contendo elementos jornalísticos, literários e antropológicos. É voltando o olhar para esta diversidade de realidades e múltiplas possibilidades de contação de uma história que a jornalista Eliane Brum se debruça.

Eliane Brum é jornalista, cronista e documentarista. É gaúcha de Ijuí, formou-se em Jornalismo em 1988 e desde lá direciona o seu trabalho para reportagens e crônicas. Seus relatos trazem histórias de mais distintas realidades, incluindo as temáticas de seu trabalho no que Boaventura de Sousa Santos chama de “Sociologia das ausências”. Levantando esta bandeira, Brum já venceu mais de quarenta prêmios nacionais e internacionais de jornalismo, escreveu o romance *Uma duas*, e os livros de reportagem *Coluna Prestes – O avesso da lenda*, *A vida que ninguém vê* – livro de Crônica-Reportagem que venceu o prêmio Jabuti em 2007, *O olho da rua*, *A menina quebrada*, entre outros. Ainda é codiretora de dois documentários: *Uma História Severina e Gretchen Filme Estrada*. Trabalhou por muitos anos no jornal Zero Hora de Porto Alegre, na Revista Época, e no jornal El País Brasil onde até hoje mantém uma coluna semanal trazendo crônicas-reportagens mostrando o que é considerado invisível pela maioria das pessoas.

Em seus textos Brum rebate a razão indolente e produz uma razão cosmopolita (Santos, 2006), porque se aproveita ao máximo das mais variadas versões da realidade e de todas as experiências possíveis. Logo, ela traz à tona as ausências. No livro *A vida que ninguém vê* (2006) o invisível para grande parte da sociedade e população de um lugar torna-se evidente através do texto, toma corpo, e mostra as suas peculiaridades e profundezas.

Eliane Brum procura fatos e histórias que não são notícia nos meios de comunicação, busca o excepcional protagonizado por cada vida anônima e imerge no cotidiano para mostrar que todas as vidas são únicas. Na obra há 21 histórias, entre elas a do senhor que não pode movimentar suas pernas e anda com as mãos; a do homem que comia vidro; a do senhor que enterrou sua mulher e sua filha; a do o carregador de malas de aeroporto que nunca tinha voado; a do colecionador de almas sobradas; a de Frida, a senhora que assiste às sessões da câmara de vereadores; entre muitas outras particularidades. Na capa de seu livro, os editores tecem um texto que revela o modo de pensar alusivo às reflexões da Sociologia das Ausências:

É tudo verdade. Da primeira à última linha, todas as palavras foram ditas, todos os sentimentos vividos. *A vida que ninguém vê* é o resultado da busca de uma repórter pela notícia que não estava no jornal. Os textos são reportagens pautadas pelo exercício de um olhar atento aos pequenos acontecimentos, ao que se passa na existência das pessoas desconhecidas. É a trajetória de uma repórter em busca do extraordinário em cada vida – só aparentemente – ordinária. É o avesso do jornalismo padrão (Brum, 2006, capa).

Cada realidade depende de um ponto de vista, desta forma não existe nenhum olhar neutro, e sim dirigido. O bom observador não separa a

produção científica/textual de sua vida, de suas escolhas e experiências (Mills, 1965). No exercício diário de observar o outro, Eliane Brum se familiariza com o estranho e estranha o familiar (Velho, 1987); e percebe as transformações culturais a partir das novas – e velhas – conexões de tempo e espaço, adentrando nos processos de significantes. Ao longo dos textos do livro em discussão, a autora capta as formas de convivência e os preâmbulos da sociabilidade. Há diversas linguagens e pontos de vista para se mostrar as versões da realidade, e este é o espírito do livro.

Brum afirma que para domesticar o olhar, é necessário, também, insubordinar o olhar:

Sempre gostei de histórias pequenas. Das que se repetem, das que pertencem à gente comum. Das desimportantes. O oposto, portanto, do jornalismo clássico. Usando o clichê da reportagem, eu sempre me interessei mais pelo cachorro que morde o homem do que pelo homem que morde o cachorro – embora ache que esta seria uma história e tanto. O que esse olhar desvela é que o ordinário da vida é o extraordinário. E o que a rotina faz com a gente é encobrir essa verdade, fazendo com que o milagre do que cada vida é se torne banal. Esse é o encanto de *A vida que ninguém vê*: contar os dramas anônimos como os épicos que são, como se cada Zé fosse um Ulisses, não por favor ou exercício de escrita, mas porque cada Zé é um Ulisses. E cada pequena vida uma *Odisséia*. (Brum, 2006, p. 187)

Para a autora, a singularidade de cada ser humano, ironicamente, só pode ser reconhecida no universal. Tudo, para ela, resulta no modo de olhar. Roberto Cardoso de Oliveira (2006), no texto “Olhar, ouvir, escrever”, reflete sobre a importância e os cuidados do olhar e do ouvir para depois escrever. Hoje a junção dos sentidos de ver, ouvir, sentir o outro – ou reconhecer o outro, como salientou Santos (2006) – é intuir os tempos que se cruzam, abranger os novos espaços e as distintas

versões da realidade. Para Oliveira, olhar e ouvir é o direcionamento da percepção e da observação. E, quando chegar o ato de escrever, dar conta da sensibilidade apurada (no sentido de apuração dos fatos e percepções) através da descrição, da narração e uso de diálogos; bem como das profundas interpretações da realidade que interpela o escritor – cronista, jornalista ou etnógrafo.

Um exemplo desta sensibilidade – e dos recursos técnicos utilizados – são mostrados no texto “Enterro de pobre”:

Não há nada mais triste do que enterro de pobre. Porque o pobre começa a ser enterrado em vida. Quem diz é Antonio, um homem esculpido pelo barro de uma humildade mais antiga do que ele. Um homem que tem vergonha até de falar e, quando fala, teme falar alto demais. E quando levanta os olhos, tem medo de ofender o rosto do patrão apenas pela ousadia de erguê-los. Quem diz é Antonio Antunes. Ele acabara de sepultar o caixão do filho cujo rosto desconhece. O bebê de 960 gramas que morreu ainda no ventre da mãe. Antonio quis espiar a face do filho por um momento, mas a funcionária que foi buscar a criança na geladeira não deixou. Antonio tinha comprado uma roupinha de sete reais no centro de Porto Alegre para que o filho não fosse sepultado nu como um rebento de bicho. Mas não pôde vesti-lo. Restou a Antonio o caixinho branco que ninou nos braços até a cova número 2026 do Campo Santo do Cemitério da Santa Casa.

(...) Antonio Antunes disse:

- E esse é o caminho do pobre.

E disse com tal dor, com tal desesperança, que a frase açoitou o cemitério da pobreza. Porque uma frase só existe quando é a extensão em letras da alma de quem a diz. (Bru., 2006, p. 36)

Com isso, a cronista manifesta o seu “faro” de observadora e confere a crônica o que Sá (1985, p. 13) chama de “lirismo reflexivo”, ou seja, o lirismo que alia emoção à razão. Este texto, além de crônica-reportagem, pode ser considerado uma “crônica especializada *sentimental*”,

de acordo com a proposta de Beltrão (1980, p. 55), ou uma “crônica exposição poética”, segundo definição de Antonio Candido (Melo, 1994, p. 158). Isto porque expõe os fatos sob um olhar lírico, capaz de emocionar os leitores.

Oliveira argumenta sobre o convertimento do olhar de um observador ou, como ele escreve, uma “domesticação” (2002, p. 09) teórica do olhar e do ouvir, ou seja, observar a realidade de acordo com a individualidade de cada pessoa mas, paralelamente, captar os acontecimentos ao redor conseguindo se colocar no lugar do outro; porque realidades são pontos de vista e versões. No ato de gravar as observações no papel, Eliane Brum – como no trecho citado acima - trabalha a descrição densa e a busca de sentido no outro (Geertz, 1989). Ela insere a pluralidade de vozes na sua investigação.

Nos textos em destaque, a realidade é o fio condutor da história. As temáticas do cotidiano estão inseridas numa abordagem de natureza psicológica. Nesse livro há o permanente envolvimento do “eu” do autor com o assunto em pauta, o que confere aos textos um tom dramático e/ou confessional, como fica perceptível no texto “O Sapo”:

O mais incrível é que o Sapo estava ali havia 30 anos. E há mais de uma década nos crozávamos na Rua da Praia. Minha cabeça no alto, a dele no rés-do-chão. Eu mirando seu rosto. Ele, os meus pés. Só dias atrás tive a coragem de me agachar e nivelar nossos olhares. Subvertendo as regras do jogo de que ambos participávamos. Não nos reconhecemos.

Descobri que o nome dele é Alverindo. Ele soube que me chamo Eliane. Contou-me que os amigos o conhecem por “seu Vico”, e o povo da rua por Sapo. Por causa da eterna posição, lambendo com a barriga as pedras da rua.

Contei-lhe que sou jornalista e escreveria sobre ele. E então apertamos as mãos.

Eis o que conversamos:

- Como o senhor está?
- Com saúde e bastante preguiça. Preguiça, pra dizer bem a verdade, até por dentro dos olhos.
- Como é a rua da praia aí de baixo?
- Olha, é só perna. Um mar de pernas. Mas eu não vejo só perna, não. Vejo de tudo um pouco. Vejo coisa que nem devia... (Brum, 2006, p. 60)

Chama atenção o fato de que essa crônica-reportagem é factual e, simultaneamente, subjetiva. Além disso, nela a autora estabelece um diálogo com o outro e, ao mesmo tempo, consigo mesma. A crônica toma como assunto uma situação invisível para a maioria das pessoas, que, no entanto, detém um “aspecto universal”, ou seja, retrata a singularidade de uma vida. O texto dá ênfase a uma temática social, vinculada a fatos do dia a dia, que podem acontecer com muitas pessoas.

Por fim, é necessário enfatizar que em muitos textos Eliane Brum revela a emoção das pessoas e a sua própria. Em alguns textos, a cronista coloca-se como testemunha da história, ouvindo, opinando e tirando suas conclusões, fazendo uso da técnica da observação sistemática.

Através da Sociologia das Ausências, Brum, em seus textos, produz um jornalismo e uma antropologia aprofundada, investigativa; traz investigações e histórias que visam mostrar o que existe de forma social e histórica, mas que é tratada – e produzida – como não existente. A repórter traz à tona o que foi socialmente descartável por um grupo social ou uma forma de pensar. Assim, Brum transforma pessoas e situações ausentes em presentes. Ou, como ela mesma diz, inverter essa lógica que afasta as pessoas “para mostrar que o Zé é Ulisses – E Ulisses é Zé. Somos todos mais iguais do que gostaríamos. E, ao mesmo tempo, cada

um é único, um padrão que não se repete no universo, especialíssimo. Nossa singularidade só pode ser reconhecida no universal. Tudo é um jeito de olhar” (Brum, 2006, p. 195).

Desta forma, pode-se afirmar que *A vida que ninguém vê* traz em seu âmago a Sociologia das Ausências, porque mostra o existente-latente e, ao mesmo tempo, amplia o mundo e dilata os acontecimentos presentes através de uma conversão do olhar.

Logo, através do exemplo da obra evidenciada, nota-se que há um diálogo possível entre as técnicas e métodos que podem – e são – comuns ao Jornalismo e à Antropologia. Precisamos perseguir como ofício do ato de observar e escrever a infinita riqueza da experiência social e vislumbrar as ausências, ou seja, aquilo que não é mostrado, e também as emergências (Santos, 2006). E isto pode se dar através da interdisciplinaridade de linguagens, articulada à imaginação e a sensibilidade, em resposta às interpelações da realidade (Carvalho, 2009).

Assim, jornalismo e antropologia carecem de um olhar sensibilizado e aprofundado, para refletir a realidade e a interpretá-la. Neste trabalho, por meio do resgate de conceitos e de breve análise da obra *A vida que ninguém vê* compreendemos crônica, reportagem e etnografia como ofícios diferentes, mas com a mesma natureza, e que podem dialogar em métodos e técnicas para a construção de um estudo denso, num texto híbrido fronteiriço cujo objeto seja o mesmo: a vida cotidiana.

## Referências

Assis, M.(1859). Do jornal ao livro. *Jornal Correio Mercantil*. 10 e 12 de janeiro, s/p.

Beltrão, L. (1980). *Jornalismo Opinativo*. Sulina.

Bordini, M. G. (1982). Prefácio. In L. F. Verissimo (org.), *O Gigolô das palavras*. L&PM Editora.

Brum, E. (2006). *A vida que ninguém vê*. Arquipélago Editorial.

Caminha, P. V. (1999). *Carta ao Rei Dom Manuel* (2<sup>a</sup> ed.). Mercado Aberto.

Candido, A. (1992). *Crônica*. Unicamp.

Carvalho, A. M. P. (2009). O exercício do ofício da pesquisa e o desafio da construção metodológica. In M. M. Baptista (org.), *Cultura: metodologias e investigação*. Ver o Verso Edições Ltda.

Coutinho, A. (1971). *A literatura no Brasil* (2<sup>a</sup> ed.). S/E.

Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. LTC.

Geertz, C. (1989). *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Vozes.

Lage, N. (1993). *A linguagem jornalística* (4<sup>a</sup> ed.). Ática.

Lage, N. (2012). *A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística* (10<sup>a</sup> ed.). Record.

Lima, E. P. (2003). *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Editora Manole.

Lima, E. P. (1995). *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. (2<sup>a</sup> ed.). Editora da Unicamp.

Melo, J. M. (1986). *Apresentado em Lisboa*. Veja.

Melo, J. M. (1994). *A opinião no jornalismo brasileiro* (2a ed.). Vozes.

Melo, J. M. (2002). Crônica. In G. de Castro, & A. Galeno (orgs.), *Jornalismo e Literatura. Escrituras*.

Mills, W. (1980). *A imaginação sociológica*. Zahar Editores.

Oliveira, R. C. (2006). *O trabalho do antropólogo*. Editora Unesp.

Pena, F. (2007). *O jornalismo literário como gênero e conceito*. Contracampo, (17).

Sá, J. D. (1985). *A crônica*. Editora Ática.

Santos, B. S.(2006). *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. Cortez Editora.

Scheibe, R. (2008). *A crônica e seus diferentes estilos em Humberto de Campos*. Ética.

Sodré, M., & Ferrari, M. H. (1896). *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. Summus.

Velho, G. (1999). *Individualismo e cultura: Notas para uma Antropologia da Sociedade contemporânea*. Jorge Zahar Editor.

# JORNALISMO E REALIDADES DIGITAIS

*Alexandra Fante<sup>1</sup>*

A tecnologia e o Jornalismo sempre andaram juntos, um instigando o outro, sendo estimulados mutuamente. Ora a tecnologia traz novas possibilidades ao Jornalismo, ora o Jornalismo impõe a necessidade de inovações tecnológicas. Dos tipos de Gutenberg, inventados em 1455 até hoje, em que temos o big data e a mineração de dados, as mudanças percebidas e possíveis no Jornalismo são impressionantes. Há 20 anos não era possível imaginar como os dispositivos móveis, como o smartphone, teriam um papel tão relevante na vida de todos.

E neste contexto móvel, o Jornalismo foi impactado diretamente em três aspectos, sendo na produção, na distribuição e na recepção

---

1. Doutora em Comunicação Social.

Pesquisadora no Grupo de Pesquisa Jornalismo Contemporâneo: Práticas para a emancipação social na cultura tecnológica, pela Faculdade Cásper Líbero e no GENEM – Grupo de Estudos sobre nova Ecologia dos Meios pela Universidade Estadual Paulista - UNESP.

[alexandrafante@gmail.com](mailto:alexandrafante@gmail.com)

da notícia. As tecnologias mobile têm influenciado o Jornalismo, com ênfase. Na produção jornalística, os hardwares miniaturizados, com extensa capacidade de memória e conexão em banda larga permite-se produzir informação de qualquer lugar, sendo em vídeo, fotografia, áudio ou texto. A distribuição acontece, praticamente, de forma imediata pela Internet. Isso se dá, pois o smartphone permite a edição de vídeo, áudio e texto com uma qualidade invejável para computadores de mesa e notebooks. E a recepção é facilitada pelos aplicativos (apps), sites responsivos e mídia sociais.

Apenas para se ter um dado objetivo e expressivo, há no Brasil cerca de 246,8 milhões de smartphones habilitados até julho de 2021 (“Estatísticas de Celulares no Brasil”, 2021), elencando o país entre os cinco maiores players do mundo. Outro fator relevante é que desde 2018 o smartphone é o principal meio de acesso à Internet, no território brasileiro (Tokarnia, 2020).

São inúmeras vertentes que dão aos interagentes, a possibilidade de escolha, personalização, identidade e proximidade. A informação está na ponta dos dedos. É importante, contudo, salientar que a realidade mobile impõe duas condições básicas: o acesso a um dispositivo móvel (tablet ou smartphone) e a conexão à Internet de banda larga e ininterrupta, a qual Pellanda (2009) nomina como *always on*. E, ao citar os dispositivos móveis, em relação ao próprio hardware, são proeminentes as funções, como a conectividade – possível pela rede celular, *wi-fi* e *bluetooth*; a localização permitida pelo GPS; as saídas que permitem o aviso e a recepção de conteúdo, dadas pela vibração, alto-falante e tela; e os sensores que permitem o manuseio e a produção de conteúdo, por meio do touch screen, câmera, microfone, acelerômetro e giroscópio (Palacios &

Cunha, 2012). A tactilidade é o start do processo e foi por isso que se citou, anteriormente, que a informação está na ponta dos dedos.

Esta realidade mobile se distingue muito da tecnologia usada comumente há duas décadas, em que as pessoas estavam presas a equipamentos grandes, pesados e cheios de fios, como se fossem cordões umbilicais. A evolução tecnológica permitiu, então, o surgimento dos aparelhos portáteis, como o notebook, que melhoraram muito a independência de cabos. Atualmente, é a mobilidade e miniaturização dos dispositivos móveis, dadas pelos smartphones e tablets, que inauguram bem-estar e facilidade, permitindo que os aparelhos fiquem juntos dos corpos, o tempo todo. Sem contar, que essa proximidade entre o aparelho e o usuário, permitem uma relação identitária, de reconhecimento e pertencimento.

É possível afirmar que a junção da tecnologia e do Jornalismo pretendem, de forma imediata, alcançar a proximidade com as pessoas. Enquanto um é o caminho, o outro é o conteúdo. E a proximidade se dá por dois aspectos, pelo interesse diante pela localização física ou por temas e assuntos. Esse lugar de interesse, convergente ao Jornalismo, denominando um “território informacional” (Lemos, 2007), é definido como “o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico” (Lemos, 2007, p. 12), onde há valores, normas, costumes e éticas (Belochio, 2009). Para Peruzzo (2002) a proximidade no Jornalismo pode ser explorada de diferentes perspectivas, desde uma mídia local e regional, até os laços pela familiaridade e singularidade dessas determinadas regiões.

Não é que o território não possua mais valor para a comunidade. Ocorre que agora esse território pode ser físico-geográfico ou simbólico. Assim, adquire relevância o sentimento de pertença, já que

se pode pertencer à distância. O que está em jogo é a vontade e os interesses dos membros. (Peruzzo & Volpato, 2009, p. 146)

Mas, como se dá a proximidade está quando se fala em hardware? Começa quando o smartphone fica próximo ao seu proprietário 24 horas por dia. Se dá quando o aparelho fica sempre à disposição do sujeito, de prontidão, para responder a qualquer necessidade de urgência. Ao estar conectado de forma ininterrupta (Rezende, 2016). A impressão é que se tem é de que o mundo converge em um pequeno aparelho. Não é, no entanto, uma impressão. Esse sentimento e realidade é explicado pela cultura da convergência. Em 2009, Henry Jenkins, previa a coexistência e a coevolução das mídias e espaço compartilhado entre o meio corporativo e o alternativo, de forma que a comunicação seria horizontal, de muitos para muitos e não mais de um, para muitos. Previu ainda o poder do produtor de mídia e o do consumidor, com diferentes papéis, mas com muitas e imprevisíveis interações possíveis. A cultura da convergência previu uma mudança de paradigma entre as grandes mídias e os receptores, mas além disso, defende que a principal mudança se dá no comportamento dos indivíduos. É uma questão que abarca o cultural.

Diante de todos esses aspectos debatidos até aqui, é possível compreender que o Jornalismo na web, chamado de Webjornalismo (Canavilhas, 2001) evoluiu para o Jornalismo Móvel, caracterizado por “um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos”, defende Rezende (2016, p. 26). É, no entanto, importante salientar, que as características

do Webjornalismo (Canavilhas, 2014) estão presentes no Jornalismo Móvel (Nishiyama, 2017), sendo a multimidialidade, a memória, a interatividade, a instantaneidade, a personalização, a hipertextualidade e a ubiquidade. Compreender as funções e definições de cada uma dessas características é crucial para vislumbrar sobre o status quo do Jornalismo.

E diante, de tantas características que permeiam o Jornalismo atual, questiona-se imediatamente, como a notícia se apresenta. Será que é igual há 10 anos? É no mesmo modelo e formato do jornal impresso? A grande questão é que essas características do Jornalismo Móvel são possíveis devido à Internet, que uniu todas as possibilidades em um só lugar. No entanto, seria errôneo dizer que, por este motivo, irá decretar-se a morte dos formatos mainstream. Com o objetivo de discutir e analisar os novos modelos ou formatos, permitidos pela junção multimidiática em um mesmo conteúdo, Nishiyama (2017) defende que há uma arquitetura da notícia que precisa ser compreendida. Para a pesquisadora, a arquitetura da notícia

Além do design gráfico que envolve a plataforma, remete à estruturação do conteúdo, com diferentes mídias que se complementam e interagem, de forma unívoca e ao mesmo tempo independente, proporcionando ao sujeito a interatividade, a imersão e a possibilidade de escolher seus próprios interesses e se aprofundar neles. (Nishiyama, 2017, p. 149)

A arquitetura da notícia envolve não só a distribuição e a ordem dos elementos, mas a experiência que gera e uma série de elementos, entre eles, os gêneros e formatos jornalísticos, o uso da multimidialidade, estruturas piramidais (pirâmide invertida, deitada, etc.) e o design que organiza e torna atraente toda a informação (Nishiyama, 2017, p. 150).

Se for feita uma comparação do Jornalismo produzido e publicado e, ainda a forma de interação com a notícia, é mister afirmar que muitas práticas se refizeram. É, contudo, salientar, afirmar que algumas coisas não mudam e não devem mudar no Jornalismo. Por exemplo, os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, a ética jornalística, o sigilo da fonte, entre outros. Esses aspectos permanecem como base da boa conduta do jornalista. Pode, porém, haver evoluções.

Para isso, uma Teoria da Comunicação exemplifica com maestria esse processo evolutivo. Roger Fidler (1997) trata da Midiamorfose, em comparação com a metamorfose, como processo natural de evolução das espécies, defendido por Darwin em 1850.

La mediamorfosis no es tanto una teoría como un modo de pensar acerca de la evolución tecnológica de los medios de comunicación como un todo. En vez de estudiar cada forma por separado, nos lleva a ver todas las formas como integrantes de un sistema interdependiente, y a advertir las similitudes y relaciones que existen entre las formas del pasado, del presente y las emergentes. Al estudiar el sistema de comunicación como un todo, veremos que los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente. Aparecen gradualmente, por la metamorfosis de los medios antiguos. Y cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose. (Fidler, 1997, p. 57)

O estudioso afirma que a Midiamorfose acontece quando não há outro caminho a não ser mudar, caso contrário o meio de comunicação irá morrer. Ele pontua seis princípios fundamentais para esse processo de mudança e a analogia é clara ao entender a razão da comparação com a metamorfose. O primeiro princípio é de que, ao mesmo tempo, existe a coevolução e coexistência – passado e presente caminham

juntos. O segundo princípio é a transformação, a própria metamorfose, que explica o processo de evolução das velhas mídias para um novo formato de apresentação. O terceiro se dá referente a propagação de traços dominantes das velhas mídias nas emergentes – aqui cabe, perfeitamente, o ponto que foi citado sobre a ética, os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia. O quarto princípio versa da mudança por uma questão de sobrevivência do meio de comunicação e das mídias. O quinto reflete a necessidade e a oportunidade em mudar, no qual envolve a razão social, política e econômica para desenvolver e adotar inovações. Por fim, devido ao medo, a falta de investimento e a crença da necessidade de mudança, o meio de Comunicação tenta postergar ao máximo as mudanças que são tendências e só as faz depois de perceber que houve uma escolha generalizada por parte dos concorrentes.

Antes, o Jornalismo tinha dia e hora. Todos esperavam o horário do telejornal ou a entrega do jornal impresso na banca ou na porta de casa. Esse jornalismo não cabe mais diante de uma sociedade altamente conectada. Derick Kerckhove, em a Pele da Cultura, exemplifica de forma objetiva o momento que a sociedade está, diante de tanta tecnologia e, pontua sentimentos e sintomas como resultado.

A instantaneidade, função da globalização, impõe uma aceleração em todas as sociedades humanas. Tem dois efeitos principais: um é o alcance e o feedback instantâneos, o outro é a eliminação dos períodos de adaptação. O primeiro efeito nos torna nômades eletrônicos: coloca-nos em contato com qualquer ponto do globo e recolhe informação de qualquer ponto do globo instantaneamente. A nossa ubiquidade eletrônica acabará sendo necessária e positiva, mas neste momento está causando um perigoso efeito secundário; antes de termos tempo de reorganizar a vida, de encontrar uma resposta institucional, as consequências sociais, políticas e culturais já estão em cima de nós. (Kerckhove, 2009, p. 203)

Contudo, além desta realidade, os dispositivos móveis aceleram um outro lugar para o Jornalismo, que acontece nas redes sociais. O Instagram apresenta o acesso à informação pelo feed e stories, por meio de vídeos, posts estáticos, carrosséis, podcasts, ilustrações, montagens e slideshow. Nas redes sociais, o Jornalismo é impulsionado pelo uso dos dispositivos móveis, com acesso exponenciado durante a pandemia e o lockdown. “As plataformas de social networking elevam o nível de interatividade e aproximam o utilizador do meio de comunicação, ligando-os 24 horas por dia graças a um constante fluxo informativo para quem emite e para quem recebe” (Ferreira, 2012, p. 7).

É possível fazer uma associação ao que defende Barbosa (2013), ao falar sobre o continuum multimídia, como uma comunicação horizontal e dinâmica e o Jornalismo nas redes sociais. No que se refere à dinâmica, as notícias surgem no rolar do scroll, entre publicidades, conteúdo patrocinado e o conteúdo de pessoas conectadas ao perfil. A pesquisadora afirma que neste movimento de continuum multimídia, os conteúdos jornalísticos estão em diferentes suportes e trata-se de uma evolução na área, que ela denomina como quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais. “Social media make well-established uses of news suddenly visible, while also facilitating those uses: discussing and challenging news reports; combining, contributing to, and building on them. Social media have stimulated particular social spaces for news publishing and distribution” (Bradshaw, 2011, p. 18).

A partir de tal realidade, é possível traçar tendências para o Jornalismo, como o 1) Crescente campo para o trabalho a partir da mineração de dados – que envolve a coleta, mineração, classificação, investigação e análise; 2) Maior incidência do Jornalismo robotizado – em que

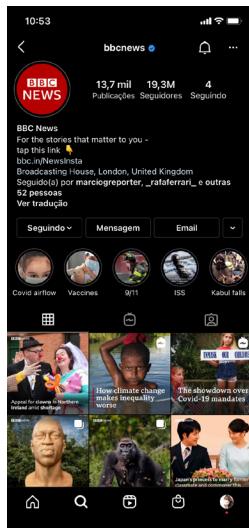
algoritmos traduzem dados estruturados e produzem notícia; 3) A otimização na distribuição – na busca de engajamento, permanência e busca; 4) Por fim, a produção jornalística com distintas linguagens, para diferentes plataformas.

Perceba três dessas tendências que corroboram, diretamente e com mais ênfase, ao se falar em Jornalismo nas redes sociais: 1) O trabalho a partir da mineração de dados, presente nas hashtags, que permite ao jornalista, a busca de informações que emergem da sociedade. 2) A segunda trata sobre a otimização na distribuição de conteúdo, a busca de engajamento e alcance. Essa tendência é percebida quando os meios de Comunicação saem de suas mídias de origem e sites, por exemplo, e ampliam a veiculação nos apps e nas redes sociais, como o Twitter, Facebook, Instagram e também o Tik Tok. 3) O terceiro ponto é sobre a produção jornalística com distintas linguagens em diferentes plataformas. Observa-se essa realidade comparando o conteúdo, de forma mais evidente, no Instagram e no Tik Tok. E é esta análise que será apresentada a seguir.

A BBC no Instagram é um case de sucesso. Em apenas 18 meses cresceu 228% no número de seguidores, indo de 4,4 milhões para 10 milhões. A média de crescimento diário chegou a 10.370 novos seguidores, por dia neste período. Atualmente, o perfil tem 19,3 milhões de seguidores. Alguns recursos, nativos do Marketing e da área da Publicidade, estão presentes no perfil e nos posts, entre eles o Call to Action (CTA). Já na bio é possível perceber a estratégia. Abaixo do logo e do nome a chamada diz “Para as histórias que te interessam – toca neste link”.

## Imagen 1

### Perfil da BBC no Instagram



BBC News (2021b)

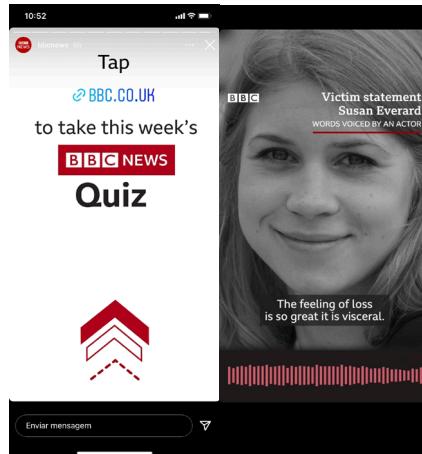
Nas imagens a seguir é possível perceber a interação buscada nos stories, com a ferramenta do quiz (imagem 2 - esquerda) e o uso da multimidialidade, por meio de um podcast, que traz um efeito visual no post (imagem 2 - direita).

A adoção da manchete não é um padrão. Aparece em algumas vezes no lettering ou na legenda. No conteúdo também não há a passagem de um(a) jornalista, mas o uso frequente de depoimentos, sempre legendados.

Outro ponto interessante é a veiculação de fotojornalismo e também de fotodocumentário, além de imagens estáticas, vídeos, carrosséis e slideshow.

## Imagen 2

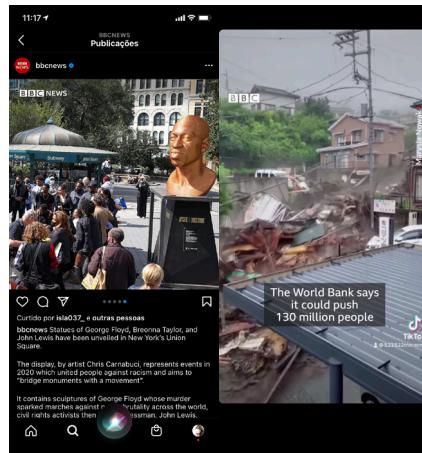
Quiz (esquerda) e Podcast e efeito visual (direita)



BBC News (2021b)

## Imagen 3

Slideshow (esquerda), Uso de legenda (direita)



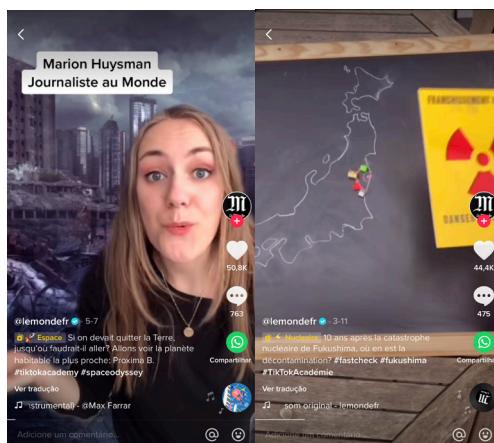
BBC News (2021a)

Na imagem 3 (direita), note o símbolo do Tik Tok. Apesar do app ter sido usado para a edição, este conteúdo não está disponível no próprio Tik Tok, apenas no Instagram.

No entanto, do ponto de vista visual, compare as imagens acima com as próximas, postadas no perfil do Le Mond, no Tik Tok. Na imagem 4 (esquerda) a repórter adota uma postura nada convencional quando se trata de telejornalismo, com roupa despojada e cabelos sem um penteado definido. Neste vídeo postado no Tik Tok é possível perceber uma dinâmica mais solta, com planejamento e criação unidos, em um padrão que poderia se assemelhar a um conteúdo mais publicitário do que jornalístico. Na imagem 4 (direita), que trata sobre o acidente nuclear em Fukushima, no Japão, o Le Mond usa quadro negro e giz, além da ilustração para mostrar a localização da usina no território japonês e dá uma aula rápida, mas bastante eficiente sobre o assunto.

#### Imagen 4

*Montagem (esquerda); Uso de recursos visuais manuais (direita)*



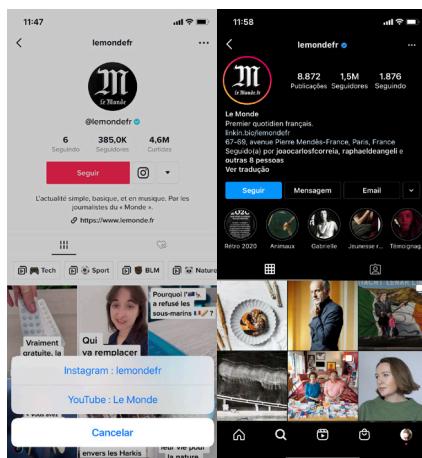
Le Mond (2021b); Le Mond (2021a)

O uso da ferramenta de CTA é recorrente nos conteúdos, que busca maior alcance e audiência, de um público caracterizado pela própria plataforma, formado de pré-adolescentes e jovens. O conteúdo informal, tem caráter informativo. E, a partir do público-alvo, essas escolhas se justificam.

As imagens a seguir, Imagem 5, deixam clara a abordagem do Le Mond no Tik Tok e Instagram, respectivamente. Enquanto o conteúdo no Tik Tok mostra uma abordagem mais informal, no Instagram é o oposto, chegando a parecer que não são o mesmo canal de Comunicação. Essa evidência concorda com as tendências pontuadas anteriormente, principalmente em relação a produção jornalística com distintas linguagens em diferentes plataformas.

## Imagen 5

*Le Mond no Tik Tok (esquerda); Le Mond no Instagram (direita)*



Le Mond (2021c)

No mês de outubro de 2021 o perfil do Le Mond no Tik Tok tinha 385 mil seguidores, enquanto no Instagram eram 1,5 milhão. Os conteúdos deles no Tik Tok somavam 4,6 milhões de curtidas, na data de recolhimento dos dados. Apesar dos números de seguidores serem bastante distintos, é válido ressaltar que o Le Mond está há menos tempo no Tik Tok, do que no Instagram, mas cresce muito rapidamente.

Entre os conteúdos, principalmente do Tik Tok, mais leves e divertidos, considerando os gêneros jornalísticos, que de um lado podem ser interpretados pela intencionalidade, segundo Marques de Melo ou pela estrutura linguística, defendido por Chaparro (como citado em Assis, 2010), é possível perceber com mais clareza os gêneros informativo e opinativo. Porém, conforme Pereira (2018) pontua, o gênero jornalismo na Internet e, especialmente no Tik Tok gera dúvidas. E, se o gênero jornalístico é um acordo prévio entre o meio de comunicação e quem recebe a notícia, como os meios de Comunicação devem se posicionar?

Esta pergunta exibe uma discussão maior, trazida a partir desta observação.

## Referências

Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In J. Canavilhas (org), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis*. LabCom.

Bbc News [@bbcnews]. (2021a, outubro, 1). *Statues of George Floyd, Breonna Taylor, and John Lewis have been unveiled in New York's Union Square* [Fotografia]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CUfud-LKU9j/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUfud-LKU9j/?utm_medium=copy_link)

Bbc News [@bbcnews]. (2021b, outubro, 2). *Appeal for clowns in Northern ireland amid shortage* [Fotografia]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CUhpGOnI79T/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUhpGOnI79T/?utm_medium=copy_link)

Belochio, V. (2009). Jornalismo digital e colaboração: sinais da desreterritorialização. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, VI(2), 203-216.

Bradshaw, P. (2011). Mapping digital media: social media and news. *Open Society Media Program Project*, (15). <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/mapping-digital-media-social-media-and-news>

Canavilhas, J. M. (2001). *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. [www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=602](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602)

Canavilhas, J. M. (org). (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. UBI, LabCom, Livros LabCom.

Estatísticas de Celulares no Brasil. (2021, setembro 14). Recuperado de <https://www.teleco.com.br/ncel.asp>

Ferreira, R. F. da R. (2012). *Jornalismo e redes sociais: novas formas de distribuição e interação na imprensa portuguesa* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/m-jornalismo-2012-rui-ferreira.pdf>

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis*. Barcelona: Granica.

Kerchkove, D. (2009). *A pele da cultura*. Annablume.

Jenkins, H. (2009). *A cultura da convergência* (2a ed.). Aleph.

Le Monde [@lemondefr]. (2021a, março, 11). *10 ans après la catastrophe nucléaire de Fukushima. Où en est la décontamination?* [Vídeo] Tik Tok. <https://vm.tiktok.com/ZM8XurmcJ/>

Le Monde [@lemondefr]. (2021b, maio, 7). *Si on devait quitter la Terre, jusqu'où faudrait-il aller? Allons voir la planète habitable la plus proche.* [Vídeo] Tik Tok. <https://vm.tiktok.com/ZM8XuNxDb/>

Lemos, A. (2007). *Mídia Locativa e Territórios Informacionais*. [https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia\\_locativa.pdf](https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf)

Nishiyama, A. F. (2017). *Arquiteturas da notícia em dispositivos móveis: análise de aplicativos jornalísticos brasileiros e portugueses para smartphones (2013-2016)* [Tese de doutorado, Universidade Metodista de São Paulo e Universidade da Beira Interior].

Palacios, M. S., & Cunha, R. E.S. (2012). A tactilidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Revista Contemporânea - comunicação e cultura*, 10(3), 668-685.

Pellanda, E. C. (2009). Comunicação móvel no contexto brasileiro. In A. Lemos, & F. Josgrilberg (orgs), *Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Edufba.

Pereira, C. J. (2018). *Jornalismo digital e novas tecnologias: estudo de gêneros e formatos nos principais sites jornalísticos brasileiros*. [Tese de doutorado, Universidade Metodista de São Paulo].

Peruzzo, C. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 26(43). <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637>

Peruzzo, C. M. K., & Volpato, M. O. (2009). Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. *Revista Libero*, 12(24), 139-152.

Rezende, I. S. (2016). *Aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis: Uma exploração pela Teoria Ator-Rede*. [Tese de Doutorado. Universidade da Beira Interior].

Tokarnia, M. (2020, abril, 29). Celular é o principal meio de acesso à internet no país. *Agência Brasil*. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/celular-e-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-pais>

# OS LIMITES DE SUA LÍNGUA SÃO AS FRONTEIRAS DO SEU MUNDO?

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

A afirmativa de austríaco Ludwig Wittgenstein (1889-1951) de que os limites da língua seriam as fronteiras do mundo (2017) é problematizada neste artigo que aborda a sexta edição do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp), publicizada em julho de 2021, pela Academia Brasileira de Letras (ABL), na qual foram incluídas 1 mil novas palavras, que agora somam 382 mil entradas. Muitas destas novas palavras brotaram no contexto da pandemia do novo Coronavírus, com termos originados no desenvolvimento científico e tecnológico bem peculiares bem como em comportamentos e atitudes das pessoas anos de 2020/21.

---

1. Doutora em História (Universidade do Porto/Portugal), diretora e pesquisadora da Sutra Comunicação e Consultoria, embaixadora alumni da Universidade do Porto, Mestre em Ciência Política (Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG), Graduação em Jornalismo (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas).

[candidaemiliabl@gmail.com](mailto:candidaemiliabl@gmail.com)

A equipe de Lexicologia e Lexicografia da ABL vem reunindo novos vocábulos colhidos em textos literários, científicos e jornalísticos ou recebidos como sugestão por consultentes do Volp e estão disponibilizados para consulta no site da academia, <https://www.academia.org.br/>. São palavras ou expressões que passaram a ter uso corrente na língua portuguesa, que podem ser um neologismo, um empréstimo linguístico ou mesmo um vocábulo que, apesar de já existir há algum tempo na língua, tem sido usado com mais frequência ou com um novo sentido nos dias de hoje.

Entre as novas palavras, muitas ligadas à área da biomedicina, tais como telemedicina, teleconsulta, laudar, biopsiar, bucomaxilofacial e Covid-19. Outas que ganharam relevância na ambiência social e política durante a pandemia, como coworking, home office, ciberataque, cibersegurança, aporofobia, necropolítica, gerontofobia, feminicídio, sororidade, decolonialidade, notícia-crime, pós-verdade, judicialização, negacionismo e pós-verdade. Aos olhos da ABL, “conhecer o significado de novas palavras enriquece nosso vocabulário e nos faz mergulhar na atmosfera intelectual em que vivemos” (“Novas Palavras”, s.d., par. 3). Ao mesmo tempo,

contribui para o pleno desenvolvimento de nossa capacidade de comunicação, amplia a compreensão que temos do mundo e nos torna aptos a identificar problemas, buscar soluções e sermos agentes de mudança em prol de uma sociedade mais humana, ética e justa (“Novas Palavras”, s.d., par. 3).

Orientada pelo Acadêmico Evanildo Bechara, presidente da Comissão de Lexicologia e Lexicografia da ABL, a entidade considerou importante atualizar o Volp para oferecer ao público uma edição aumentada

em seu universo lexical e em dia com a evolução da língua, ao refletir as mudanças da sociedade brasileira. Grande parte destas palavras foi introduzida no dia a dia do brasileiro por meio da imprensa que a trouxe em sua narrativa na construção de contextos e novos paradigmas da convivência social.

Cabe averiguar em qual medida estes vocábulos estiveram e estão presentes nas narrativas dos meios de comunicação no Brasil e como foram introduzidos, inclusive os estrangeirismos e o ambiente social que levaram ao seu uso na comunicação cotidiana das pessoas. Para a ABL, os termos técnicos das diversas áreas do conhecimento e novos vocábulos de uso comum são “muito divulgados na mídia impressa e em textos acadêmicos, sempre de acordo com os critérios de formação de palavras da língua-padrão” (“Academia Brasileira de Letras disponibiliza a 6.<sup>a</sup> edição do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa”, 2021, par. 4). O jornalismo, portanto, bem mais que informar cumpre também esta função: a de contribuir na construção da língua viva e em movimento ao escolher palavras e expressões que emolduram suas narrativas comunicacionais a amplos públicos.

O presidente da ABL, Marco Lucchesi, na apresentação da nova edição do Volp, destacou que a

Comissão de Lexicologia e Lexicografia – constituída pelos acadêmicos Evanildo Bechara (presidente), Arnaldo Niskier e Domício Proença Filho -, orienta e determina as linhas gerais, a metodologia, as diretrizes formativas do Volp. Eis a tarefa de auscultar os batimentos cardíacos da língua, os instrumentos de sentir o mundo, e de ocupá-lo. A lexicógrafa Shahira Mahmud coordena o setor da ABL, redesenhado em 2021, em consonância com a Comissão de Lexicologia e Lexicografia [...]. A última flor do Lácio conta, a cada edição, com um retrato novo e antigo, ao mesmo tempo, entre

continuidade e pequenas rupturas. A língua viva e a interminável floração. (Lucchesi, s.d., p. 1 )

## Determinantes Múltiplos

A língua sempre foi elemento de interação entre as pessoas e o coletivo, pois através dela se expressa e se insere no corpo social. “É através dela que a realidade se transforma em signos, pela associação de significantes sonoros a significados arbitrários, como os quais se processa a comunicação linguística” (Preti, 1982, p. 2). Neste contexto, Émile Benveniste já havia percebido que a palavra fora o elemento determinante na formação do mundo social e que este só seria possível a não ser pela língua: “Por isto, tantas mitologias, ao ter que explicar que na aurora dos tempos, pôde nascer alguma coisa do nada, citam como princípio criador do mundo esta essência imaterial e soberana, a Palavra” (Benveniste, 1976, p. 27).

As palavras expressam o mundo e formam a sociedade. Em particular, elas só ganham significado pleno na comunicação: “Só então nós saímos do ‘sinal de código’, do ‘valor do dicionário’, para a vida real do significado” (Faraco & Tezza, 2003, p. 47), no contexto da intenção de quem fala ou escreve. Por sua vez, as comunidades de falantes de uma língua incorporam hábitos linguísticos que constantemente atualizam processos da fala coletiva à procura de uma melhor forma de ser e compreender e de ser compreendido, ou seja, que se estabeleça a comunicação (Preti, 1982). Para o autor, “esses hábitos linguísticos coletivos, em constante mas lenta renovação, ganham gradativamente força de convenções tácitas, leis, admitidas pela maioria e conservadas através das gerações com características prescritivas” (Preti, 1982, p. 45).

Na atualidade, esta renovação da língua adquiriu celeridade, em função da rapidez e da multiplicidade de suportes nos quais a comunicação acontece, descontinuadas pelas tecnologias de informação.

Aos meios de comunicação cabe papel singular na difusão de palavras, expressões linguísticas e mesmo fraseologia. Preti, já nos anos 1970, alertava acerca do fenômeno da mídia e sua influência na formação de hábitos linguísticos coletivos, ao lado da escola e da literatura: “Os meios de comunicação constituiriam o terceiro e mais importante fator determinante que atua sobre a norma, criando um verdadeiro condicionamento linguístico e até social” (Preti, 1982, p. 51). Em consequência, a imprensa aproximou a língua falada da escrita: “Uma nova linguagem se instaura, intermediaria entre a fala e a escrita, contendo estruturas e vocabulários de ambas e servindo, indiretamente, aos dois tipos de comunicação” (Preti, 1982, pp. 52-53).

Ao abordar a expressão ideológica em várias estruturas do texto e da fala nos meios, Van Dijk avalia que “o discurso desempenha um papel proeminente, como espaço preferencial para a formulação verbal explícita e a comunicação persuasiva de proposições ideológicas” (Van Dijk, 2005, p. 117). Em seu método, ao lado da sintaxe, das semânticas local e global, das estruturas esquemáticas nas quais o discursos se expressa, da retórica (ritmo e aliterações) e da pragmática e interação dialógica entre os grupos – a interação da linguagem entre a pessoa que fala (falante) e o efeito que sua fala tem na pessoa que ouve (ouvinte) –, o léxico é também ingrediente determinante no processo de transmissão ideológica e persuasão:

Os utilizadores da linguagem podem geralmente escolher entre várias palavras, dependendo do gênero do discurso, do contexto pessoal

(disposição, opinião, perspectiva, do contexto social (formalidade, familiaridade, pertença de grupo, relações de dominância) e do contexto sociocultural (variantes da linguagem, sociolecto, normas e valores). (Van Dijk, 2005, p.125)

Portanto, palavras são ideias e atitudes. Plantam valores, semeiam conceitos. Participam da construção de um tempo, em um determinado lugar. E os meios, em particular, mais além de capitar tendências de uso de palavras na sociedade, apresentam seu próprio repertório que influi diretamente em seu uso no cotidiano de milhares de pessoas, seja na expressão oral, e nas escritas, em diferentes meios, inclusive, as mídias sociais.

A seguir, foram selecionadas nove novas palavras que fazem parte da sexta edição do Volp. O critério de seleção foi de palavras pertencentes à sociopolítica. Serão apresentados seus significados e como a Comissão de Lexicologia e Lexicografia da ABL fundamentou a escolha. Nos verbetes, a imprensa figura nos exemplos selecionados pela academia? Em qual medida? Em qual contexto?

As novas palavras do Volp selecionadas foram o adjetivo antirracista, os substantivos idadismo, feminicídio, micromachismos, sororidade, aporofobia, necropolítica, negacionismo e pós-verdade. A maioria delas diz respeito a preconceitos e exclusões de parcelas da população da vida social.

O verbete antirracista define este adjetivo como “diz-se de postura, atitude, movimento, prática, etc. que se opõe ao racismo ou o combate, Diz-se de quem se opõe ao racismo ou o combate” (“antirracista”, s.d., par. 4). Nos oito exemplos de uso apresentados pelo Volp, três deles são de artigos e reportagens veiculados na revista *Piauí* versão *online*

abrigada no portal *UOL* (Grupo Folha), no *Jornal Nacional* (Grupo Globo), no *Valor Econômico* (grupo Globo e grupo Folha); dois são de eventos acadêmicos (Universidade do Estado do Rio de Janeiro); dois são de livros (editoras Agir e Editora Jandaíra); um de instituição pública (Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDF).

No verbete *idadismo*, a palavra é definida como “discriminação e preconceito baseados na idade, geralmente das gerações mais novas em relação às mais velhas” (“*idadismo*”, s.d., par. 3) e tem como sinônimo o etarismo. Nos sete exemplos de uso apresentados, três são da imprensa: dois do jornal *O Globo* (grupo Globo), um da *Folha de S.Paulo*; três relativos a uma tese de doutorado defendida na Universidade Federal da Bahia; um artigo publicado na revista acadêmica em Comunicação *Galáxia*, da Pontifícia da Universidade de São Paulo (PUC-SP).

Por sua vez, a palavra *feminicídio* é definida como “delito de homicídio praticado contra mulher decorrente de violência doméstica ou familiar e/ou por motivo de menosprezo ou discriminação de gênero” (“*femicídio*”, s.d., par. 3). São oito exemplos de uso apresentados no verbete: um artigo acadêmico em Serviço Social veiculado na *Revista Katálysis*, da Universidade Federal de Santa Catarina; um artigo veiculado no site institucional da Organização das Nações Unidas (ONU); uma notícia divulgada no Portal Câmara dos Deputados do Brasil; um artigo divulgado na Câmara Municipal da cidade de São Paulo; artigo veiculado no boletim do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro; artigo publicado no jornal *O Globo*; duas referências a artigo que consta da publicação especializada *Revista Consultor Jurídico*.

“Conjunto de atitudes e comentários preconceituosos em relação à mulher, geralmente dissimulados ou sutis, mas frequentes e muitas vezes

despercebidos por estarem culturalmente enraizados” (“micromachismo”, s.d., par. 3). Esta é a definição de micromachismo apresentada no Volp. São cinco exemplos de uso da palavra que estão no verbete: um artigo de opinião veiculado no periódico *El País/ Brasil*; duas referências a um artigo de opinião veiculado no portal de informações português *Observador*; artigo de opinião publicado no jornal *online A Hora*, do Rio Grande do Sul; e referência a conteúdo do site da Universidade de Campinas (Unicamp) acerca do vestibular 2020, que incluiu o tema violência contra a mulher em seu exame.

Sentimento de irmandade, empatia, solidariedade e união entre as mulheres, por compartilharem uma identidade de gênero; conduta ou atitude que reflete este sentimento, especialmente em oposição a todas as formas de exclusão, opressão e violência contra as mulheres. [Do latim *soror*, ‘irmã’ + -(i)dade.]. (“sororidade”, s.d., par. 3)

Esta é a definição do Volp para a palavra sororidade. Nos exemplos de uso, estão: um artigo publicado no site da ONG *Politize!*; uma notícia veiculada no site da Universidade Federal Fluminense (UFF) sobre evento realizado que abordou esta temática; uma reportagem divulgada no site do jornal *Correio*, da cidade de Salvador/Bahia; uma reportagem veiculada no portal *Catarinas*, que pratica jornalismo especializado em gênero, feminismos e direitos humanos; artigo de opinião veiculado em *O Globo* versão *online*; e três referências a uma tese de doutorado da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O Volp define aporofobia como “repúdio, aversão ou desprezo pelos pobres ou desfavorecidos; hostilidade para com pessoas em situação de pobreza ou miséria.[Do grego á-poros, ‘pobre, desamparado, sem recursos’ + -fobia.]” (“aporofobia”, s.d., par. 3). Neste verbete há uma

informação complementar na qual se explica como a palavra surgiu pela primeira vez, na Espanha:

O neologismo aporofobia foi criado pela filósofa espanhola Adela Cortina, professora de Ética e Filosofia Política da Universidade de Valência e membro da Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. O termo – eleito a palavra do ano de 2017 pela Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) – foi usado em vários dos seus artigos jornalísticos e em livros em que ela adverte sobre o fato de que se empregam palavras como “xenofobia” ou “racismo” para classificar o rechaço a imigrantes ou refugiados, quando na verdade essa aversão não advém da condição de estrangeiros e sim da situação de pobreza em que eles se encontram. O verbete aporofobia já consta da versão on-line do Diccionario de la lengua española, da Real Academia Española. (“aporofobia”, s.d., par. 9)

São apresentados seis exemplos de uso da palavra aporofobia: um artigo científico divulgado na *Revista Brasileira de Bioética*, da Universidade Federal de Alagoas; notícia divulgada no portal institucional da Câmara dos Deputados do Brasil; artigo de opinião veiculado no site da ONG Rede Brasil; um artigo acadêmico publicado na *Revista Pistis e Praxis*, da Pontifícia Universidade do Paraná (PUC-PR).

Já a definição da palavra necropolítica é um pouco mais extensa que das demais novas palavras do Volp:

Uso do poder político e social, especialmente por parte do Estado, de forma a determinar, por meio de ações ou omissões (gerando condições de risco para alguns grupos ou setores da sociedade, em contextos de desigualdade, em zonas de exclusão e violência, em condições de vida precárias, por exemplo), quem pode permanecer vivo ou deve morrer. [Termo cunhado pelo filósofo, teórico político e historiador camaronês Achille Mbembe, em 2003, em ensaio homônimo e, posteriormente, livro.] (“necropolítica”, s.d., par. 3).

Nos sete exemplos de uso da palavra necropolítica, há a referência ao livro de Achille Mbembe que cunhou o conceito de necropolítica, editado pela N-1 edições; duas referências extraídas de artigo de opinião veiculado na versão *online* do periódico *El País/Brasil*; uma reportagem e dois artigos de opinião vinculados na *Folha de S.Paulo*; artigo publicado no site da Organização não Governamental (ONG) intitulada Educação e Território; artigo publicado no site da ONG *Politize!*; um artigo divulgado no portal do Conselho Nacional de Saúde, instituição de controle social vinculada ao Ministério da Saúde.

O Volp define a palavra negacionismo como “atitude tendenciosa que consiste na recusa a aceitar a existência, a validade ou a verdade de algo, como eventos históricos ou fatos científicos, apesar das evidências ou argumentos que o comprovam” (“negacionismo”, s.d., par. 3). São cinco exemplos de uso apresentados: uma reportagem no site especializado em tecnologia *TecMundo*; um artigo de opinião veiculado na versão *online* do jornal *O Globo*; uma reportagem veiculada na versão online do jornal *Correio*, da cidade de Salvador/Bahia; uma reportagem veiculada na versão *online* da *Folha de S.Paulo* abrigada no portal *UOL*; e artigo de opinião divulgado na *Revista Cult*, publicação segmentada das áreas da arte, cultura, filosofia, literatura e ciências humanas.

A palavra pós-verdade tem três definições no Volp. A primeira na classe do substantivo:

Informação ou asserção que distorce deliberadamente a verdade, ou algo real, caracterizada pelo forte apelo à emoção, e que, tomando como base crenças difundidas, em detrimento de fatos apurados, tende a ser aceita como verdadeira, influenciando a opinião pública e comportamentos sociais. (“pós-verdade”, s.d., par. 3)

Já a segunda definição é no campo conceitual: “Contexto em que asserções, informações ou notícias verossímeis, caracterizadas pelo forte apelo à emoção, e baseadas em crenças pessoais, ganham destaque, sobretudo social e político, como se fossem fatos comprovados ou a verdade objetiva” (“pós-verdade”, s.d., par. 4). Já a terceira definição é a palavra como adjetivo utilizado na acepção política do termo: “Diz-se de política, era, etc. caracterizada pela pós-verdade” (“pós-verdade”, s.d., par. 5). O verbete contém também informações complementares de como a palavra pós-verdade surgiu no contexto político internacional:

Para o Dicionário Oxford, pós-verdade (eleita a palavra do ano de 2016 pela equipe deste dicionário) é um adjetivo que significa ‘relacionado a ou que indica circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal’. Segundo este dicionário, o vocábulo pós-verdade já existia desde a década anterior, mas houve um aumento na frequência de uso no ano de 2016, no contexto do referendo de saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit) e da eleição presidencial nos Estados Unidos. E o prefixo “pós”, em pós-verdade, não se refere a ‘tempo posterior’ mas a ‘tempo em que o conceito especificado [verdade] tornou-se sem importância ou irrelevante’. Essa acepção parece ter se originado em meados do século XX, em formações como pós-nacional (1945) e pós-racial (1971). (“pós-verdade”, s.d., pars. 14-15)

São apresentados seis exemplos de uso da palavra pós-verdade: um artigo de opinião do site *Politize!*; um artigo de opinião veiculado no jornal *O Globo online*; duas referências a artigo veiculado na publicação científica na área de linguística *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*; reportagem publicada no site especializado em economia *Monitor Mercantil*; e artigo de opinião publicado na *Folha de S.Paulo*.

Somam 60 exemplos de uso atribuídos pelo Volp para as nove palavras aqui abordadas. Deste total: grupos da imprensa hegemônica e tradicional brasileiros e um estrangeiro que atua no país, Grupo Folha, Grupo Globo e Prisa - versão *El País/Brasil* -, são 22 exemplos; a segunda modalidade agrupa outras mídias informativas, como jornais regionais, publicações feministas e voltadas às artes e outros jornais *online*, nove exemplos; outro agrupamento é formado pelas universidades/publicações acadêmicas, com 15 citações; o grupo formado por instituições públicas e organizações estatais soma seis citações; outro grupo reúne sites de organizações não governamentais, as ONGs, com cinco citações; e o grupo da mídia livro impresso, com três exemplos (Tabela 1).

### **Tabela 1**

*Exemplos escolhidos pela sexta edição do Vocabulário ortográfico da língua portuguesa (Volp)*

<b>Grupos</b>	<b>Prevalência</b>	<b>Percentagem</b>
Grupos de imprensa hegemônica	22	37%
Universidades/revistas acadêmicas	15	25%
Outras mídias informativas	9	15%
Instituições públicas e governamentais	6	10%
Sites de ONGs	5	8%
Livro impresso	3	5%
<b>Total:</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Elaborada pela Autora.

Portanto, a influência da imprensa, tanto dos grupos hegemônicos da mídia quanto dos grupos alternativos, é expressiva e determinante no emprego e no uso de novas palavras em seu vocabulário cotidiano, com 42% dos exemplos escolhidos pela sexta edição do Volp. A impressa, como parte da esfera pública, influencia e é influenciada na construção da realidade social e política das sociedades onde atua.

Por outro lado, essas palavras analisadas aqui expressam atitudes e conceitos que ganharam impulso no mundo e, particularmente, no Brasil nas últimas duas décadas, com especial relevo no contexto da pandemia do Coronavírus, como a palavra negacionismo. Estas vão ao encontro da pauta da diversidade e da inclusão social, na percepção de que a democracia não se resume à realização de eleições livres para a escolha de representantes. Logo, o aprimoramento da vida política e democrática no Brasil se coloca como fundamental para a qualidade da democracia mais além da democracia eleitoral.

As palavras feminicídio, micromachismo sororidade diretamente relacionam-se à luta feminista do século 21 e ao aumento da violência contra a mulher percebido nos dois últimos anos no mundo e, particularmente no Brasil (Teixeira, 2021). Por sua vez, antirracista por si só é uma atitude e um contraponto à palavra racista. Nos exemplos escolhidos pelo Volp, destaca-se este trecho da tese de Tatiane Leal, em que situa historicamente a construção desta palavra nas práticas sociais e nos conceitos da filosofia política:

A sororidade é compreendida como sentimento moral, a partir da perspectiva de Hume e Smith, e relacionada, geneologicamente, a outros conceitos como simpatia, fraternidade, empatia, irmandade feminina e cuidado. A escassez de estudos sobre a sororidade, a importância que esse conceito assume no feminismo contemporâneo

e a centralidade da mídia para a sua circulação justificam a realização desta tese. (Leal, 2019, p. 9)

Aporofobia e idadismo falam de preconceitos que são percebidos no dia a dia das pessoas e também se expressam no mundo virtual das redes sociais. Necropolítica, negacionismo e pós-verdade estão mais próximas da esfera política, em discursos flamejados, sobretudo, pelos agrupamentos e militantes virtuais da ultradireita, como os próprios exemplos dos verbetes colocam. No contexto da pandemia, esta citação escolhida para compor o verbete da necropolítica ilustra bem:

A procuradora federal dos Direitos do Cidadão, do Ministério Público Federal (MPF), Débora Duprat, também em depoimento gravado, trouxe à tona o conceito de necropolítica, referenciando o teórico Achille Mbembe. ‘Estão apostando numa política de eliminação de vidas, numa escala ascendente de pobreza e miséria extrema, voltando o país para o Mapa da Fome. A pandemia torna mais evidente essa política, num estado precarizado em investimento em Saúde’, criticou. (“#MarchaPelaVida: entidades em todo o Brasil defendem a Ciência frente à negligência do governo diante da pandemia”, 2020, par. 13)

A expressão negacionismo está presente na prática política em vários países. Entre os exemplos selecionados pelo Volp, está um trecho de artigo publicado na *Revista Cult*, abrigada no portal *UOL* do grupo Folha, que versa sobre o crescimento da extrema-direita na Europa:

No campo da política institucional, o negacionismo fincou raízes no mais importante grupo partidário da extrema-direita francesa, o Front National. Jean-Marie Le Pen, um dos seus fundadores e notório negacionista do Holocausto – processado e condenado em última instância por isso – chegou ao segundo turno das eleições presidenciais de 2002,

o que também ocorreu com sua filha, Marine Le Pen, na disputa eleitoral de 2017. Durante a campanha, Marine afirmou que a ‘nação francesa’ não era responsável pela deportação de 13 mil judeus para os campos de concentração, mesmo que a colaboração com o nazismo seja reconhecida pelo estado francês desde 1995. Apesar de derrotada, a candidata do Front National teve quase 35% dos votos, mesmo depois de ser acusada pelo presidente israelense Reuven Rivlin de praticar um ‘negacionismo de tipo novo’ ao negar a responsabilidade da França no Holocausto.

## **Considerações Finais**

O léxico expressa formas de relação de poder, entretanto, pode também ser uma forma de contrapor a relações de poder dominante, na construção de narrativas que relevem atitudes contra-hegemônicas às práticas opressoras e discriminatórias de pessoas e grupos humanos, sejam por clivagens de gênero, de raça ou de idade, dentre outras. Por outro lado, os meios de comunicação, sejam eles os tradicionais ou alternativos, em suportes diversos, continuam a desempenhar papel fundamental na introdução de expressões e de narrativas que expressem os discriminados e os oprimidos pelos sistemas hegemônicos de poder.

Aos dicionários, aos cuidadores das letras e das palavras, e aos falantes da língua, cabe o olhar cada vez mais atento e vigilante do uso da língua viva, para que expresse a diversidade do mundo e a inclusão dos milhares marginalizados da vida social e política, no fortalecimento da democracia inclusiva. Afinal, os limites da língua são as fronteiras do mundo, ou seja, são vastos e quase infinitos, na acepção de Ludwig Wittgenstein.

## Referências

#MarchaPelaVida: entidades em todo o Brasil defendem a Ciência frente à negligência do governo diante da pandemia. (2020, junho 9). Recuperado de <http://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1221-marchapelavida-entidades-em-todo-o-brasil-defendem-a-ciencia-frente-a-negligencia-do-governo-diante-da-pandemia>

Academia Brasileira de Letras disponibiliza a 6.<sup>a</sup> edição do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa. (2021, julho 19). Recuperado de <https://www.academia.org.br/noticias/academia-brasileira-de-letras-disponibiliza-6a-edicao-do-vocabulario-ortografico-da-lingua>

Antirracista. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/antirracista>

Aporofobia. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/aporofobia>

Benveniste, É. (1976) *Problemas de Linguística Geral* (G. Novak & L. Neri, trads.). Companhia Editora Nacional da Universidade de São Paulo.

Faraco, C. A., & Tezza, C. (2003). *Oficina de texto* (7<sup>a</sup> ed.). Editora Vozes.

Feminicídio. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/feminicidio>

Idadismo. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/idadismo>

Leal, T. (2019). *A invenção da sororidade: sentimentos morais, feminismo e mídia* [Tese de doutorado, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Lucchesi, M. (s.d.). *Apresentação da 6.ª edição*. Academia Brasileira de Letras. [https://academia.org.br/sites/default/files/publicacoes/arquivos/apresentacao\\_da\\_6a.\\_edicao\\_presidente.pdf](https://academia.org.br/sites/default/files/publicacoes/arquivos/apresentacao_da_6a._edicao_presidente.pdf)

Micromachismo. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/micromachismo>

Novas Palavras. (s.d.). Recuperado em 29 setembro de 2021, de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/sobre-novas-palavras>

Necropolítica (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/necropolitica>

Negacionismo. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/negacionismo>

Pós-verdade. (s.d.). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/pos-verdade>

Preti, D. (1982). *Sociolinguística: os níveis da fala* (4<sup>a</sup> ed.). Companhia Editora Nacional da Universidade de São Paulo.

Sororidade. (2021). Recuperado de <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/sororidade>

Teixeira, R. (23, março 2021). Estudo revela aumento da violência contra a mulher durante a pandemia. *TV Senado*. <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/03/23/estuda-revela-aumento-da-violencia-contra-a-mulher-durante-a-pandemia>

Valim, P., & Avelar, A. de S. (2020, setembro 3). Negacionismo histórico: entre a governamentalidade e a violação dos direitos fundamentais. *Revista Cult*. <https://revistacult.uol.com.br/home/negacionismo-historico/>

Van Dijk, T. A. (2005), *Discurso, notícias e ideologia* (Z. Pinto-Coelho, trad.). Campo das Letras.

Wittgenstein, L. (2017). *Tractatus Logico-Philosophicus*. (L. H. L. dos Santos, trad.). Edusp. (Trabalho original publicado em 1921).

# **PÓS-MODERNIDADE E CREDIBILIDADE: UM OLHAR PARA ESTRATÉGIAS NARRATIVAS ANCORADAS NAS SUBJETIVIDADES**

*Jaqueline Frantz de Lara Gomes<sup>1</sup>*

*Rodrigo Bartz<sup>2</sup>*

*Fabiana Piccinin<sup>3</sup>*

Em contraposição ao ideário Moderno da técnica, da racionalidade e da objetividade, a estética do contemporâneo emerge com narrativas marcadas, entre outras características, pela subjetividade do dizer. Este tempo, também denominado de Pós-Modernidade - embora não haja um consenso teórico em torno do termo - oportuniza a identificação de reconfigurações narrativas que merecem atenção na disputa

- 
1. Jornalista, Mestra em Letras e doutoranda pelo PPG Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Bolsista FAPERGS/CAPES.
  2. Mestre em Letras e doutorando pelo PPG Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Bolsista CAPES.
  3. Doutora, professora adjunta do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

de atenção dos leitores. Conforme apresentaremos na seção a seguir, um retrospecto acerca das configurações narrativas em acordo com o contexto sócio-técnico-discursivo é importante para a observação de estratégias narrativas derivadas da evidência daquele que narra e que têm ofertado sentido de (mais) credibilidade no contemporâneo.

A credibilidade é fundante no jornalismo e foi sendo consolidada a partir da relação de confiança estabelecida entre a sociedade e os veículos jornalísticos. É, portanto, ainda hoje, reconhecida como uma virtude conferida a esse fazer profissional. A credibilidade jornalística deriva dos primórdios do ofício, quando a atividade se profissionalizava como instituição e empresa capitalista (Modernidade) e, conforme classifica Marcondes Filho (2000), a atividade assumiu para si o papel de ser escavadora da verdade (Iluminismo) no final do século XVIII. Para tanto, a prática foi ancorada em procedimentos de apuração e em uma narrativa especialmente ancoradas na isenção e na assepsia daquele que narra em relação ao fato. Contudo, conforme já adiantamos, o contemporâneo rompe com os padrões da objetividade e proliferam as subjetividades entre as narrativas, entre as quais as jornalísticas. De tal modo, acreditamos ser necessário destacar que os procedimentos oriundos da consolidação das atividades jornalísticas que asseguram efeitos de verdade não são abandonados, mas agora são autenticados por estratégias que buscam autenticação da confiabilidade, sob pena de ruptura do contrato de comunicação. Por essa perspectiva, a pesquisa toma como amostragem duas narrativas em que tais estratégias aparecem com mais evidência, quais sejam, o colunismo contemporâneo dentro do gênero opinativo do jornalismo e nas biografias, nas quais desponta

o conceito de atorização, entendida pela inserção do jornalista também como produtor de significação (Fausto Neto, 2015).

Aludimos ainda à teorização de Dunker (2017), segundo o qual há, no contemporâneo, a assunção da ideia de que cada um tem sua verdade ou, por outras palavras, a objetividade dos fatos fica submetida a crenças pessoais e verdades contextuais. Trata-se da Pós-verdade que, no caso do jornalismo, incide especialmente como resultado do fim da exclusividade dos jornalistas em periciar a informação e publicá-la. Ou, dito de outra forma, fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais. É nessa esteira de pensamento que oferecemos nossa pesquisa, buscando destacar estratégias pelas quais as narrativas jornalísticas em que a subjetividade emerge, se diferenciam e se legitimam como mais qualificadas diante da oferta abundante de informações na rede.

No que diz respeito as narrativas jornalísticas, a classificação em gêneros<sup>4</sup> e seus formatos atende a finalidades práticas e formas de expressão. O colunismo, por sua vez, está inserido dentro do gênero opinativo das narrativas jornalísticas. Um olhar exploratório indica haver uma ressignificação da categoria em busca de legitimação, uma vez que perdeu a exclusividade da emissão da opinião (e das subjetividades). Inclusive, determinadas estratégias rompem com a anatomia

---

4. Segundo a classificação Marques de Melo (2009, p. 35), há cinco gêneros: gênero informativo, no qual estão os formatos de nota, notícia, reportagem e entrevista; gênero opinativo, no qual figuram editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica; gênero interpretativo, com análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê; gênero diversional, no qual se inserem as histórias de interesse humano e colorida; e, o gênero utilitário, com os formatos de indicador, cotação, roteiro e serviço. A categorização vem a atender, desse modo, também a interesses mercadológicos das empresas, de forma a separar informação de opinião e de ficção.

e características definidoras do gênero, segundo conhecemos pela classificação oriunda da Modernidade (Marques De Melo, 2016). Além disso, encontramos também essa ressignificação nos relatos biográficos/biografias jornalísticas<sup>5</sup>, uma vez que essas narrativas, também em busca de legitimação – principalmente as mais recentes – mostram como foi a coleta dos documentos, as entrevistas, o biógrafo se mostra em primeira pessoa, sem pudor nenhum, como se fosse um blog de fofocas, principalmente as narrativas biográficas de personagens ainda vivos. Encontramos, dessa forma, estratégias de reafirmação desse dizer a partir da evidência daquele que narra, ou seja, uma perspectiva ainda mais autoral, e que extrapola os limites do gênero ao apresentar o colunista/biógrafo como fonte e personagem do narrado ao mesmo tempo em que mescla em sua narrativa características de outros gêneros jornalísticos, como o informativo e o interpretativo, como será possível observar na análise. A perspectiva mais autoral, ancorada na autorização, também é evidente nas narrativas de cunho biográfico, uma vez que no contemporâneo passam a relatar a vida de personagens ainda vivos, como afirmamos anteriormente.

Do mesmo modo que o colunismo contemporâneo, as narrativas biográficas contemporâneas também revisitam os cânones conceituais do gênero, uma vez que, no contemporâneo, elas retratam a vida de um personagem ainda vivo, como já ocorrido na escrita biográfica do século XVIII, realizada com maestria por James Boswell. Dosse (2009) chama de biografia à moda anglo-saxônica, (desenvolvendo o enredo da

---

5. Aqui, pela infinidade dessas narrativas e pela dificuldade de classificação, discussão que já realizamos em outros momentos, resolvemos chamar tais narrativas de relatos biográficos/biografias jornalísticas.

pessoa viva), nos moldes das já conhecidas biografias de personagens vivos que hoje - se legitimam frente a um cenário que valoriza cada vez mais os relatos em primeira pessoa.

Pretendemos, dessa forma, a partir da análise de excertos da coluna “Como pode uma empresa controlar a vida e a morte?”, assinada pela jornalista Eliane Brum no portal El País, e da biografia *Eu travesti* (2019), escrita por Luísa Marilac em parceria com a jornalista Nana Queiroz, apontar estratégias narrativas de distinção destas supostamente mais evidenciadas na figura do “eu” que narra e das subjetividades decorrentes. Deste modo, acreditamos que pensar a inserção daquele que narra também como produtor de significação, para além do fato narrado, é uma tendência possível frente à crise de credibilidade da informação no contemporâneo.

### **Narrativas Jornalísticas e a (Im)Possibilidade de Isenção**

Feito o aporte introdutório, entendemos por necessário destacar como as reconfigurações no contexto da sociedade impactaram na prática jornalística, de modo especial no reconhecimento da legitimidade e sua expertise. Consideramos que a narrativa jornalística se insere como uma forma de conhecimento do mundo. Autores como Bird e Dardenne (1999) afirmam que o jornalismo atua como o mito e o folclore, mostrando aos membros de uma cultura quais são os valores compartilhados. Sendo assim, quando narra o jornalista “está na verdade a utilizar valores de ‘estórias’ culturalmente embutidos, retirando-os da cultura e reapresentando-os à cultura e, assim, está próximo do contador folclórico de ‘estórias’ que opera numa ‘matriz comunal’ em relação com o público” (Bird & Dardenne, 1999, p. 274). E, ainda mais, as narrativas “são mais

do que construções literárias; elas conferem às pessoas um esquema para perspectivarem o mundo e viverem a sua vida” (Bird & Dardenne, 1999, p. 276).

Contudo, na Modernidade, o paradigma norteador na sociedade e que refletiu nas narrativas, entre as quais a jornalística, tratava da racionalidade técnica, da ciência, da objetividade e do método no lugar de narrativas-mestras que orientavam a sociedade, suas ações e o entendimento dos sujeitos acerca da sua posição no mundo. De acordo com Sodré (2009), o jornalismo incorporou esse ideal, de modo que era preciso dissimular sempre as marcas do “eu” daquele que narra a história, como se as narrativas jornalísticas fossem o “espelho do real”. A metáfora do espelho, aliás, é bastante bem observada por Santaella (2007, p. 210), que diz que “antes do surgimento da tecnologia fotográfica, a grande metáfora da representação visual foi, durante séculos, a metáfora da janela. A pintura funcionava como uma janela para o mundo”. Desse modo, do século XIX até boa parte do século XX as concepções acerca da representação da realidade estavam marcadas pela ideia do espelhamento. Entretanto, seguindo a esteira de pensamento acerca da objetividade e da subjetividade, Santaella também observa questões que escapam à metáfora do espelho no que diz respeito à verdade jornalística. Vejamos:

É também a metáfora do espelho que está por detrás da ideia de verdade jornalística, pautada na convicção de que a verdade está nos fatos, como se estes não fossem inalienavelmente filtrados pelas percepções e molduras da visão e do pensamento impostas pelo tempo, espaço e posição nas relações sociais que ocupamos, ou seja, pela ideologia, no sentido que lhe deu Bakhtin, quando afirmou que todo signo é ideológico, pois, ao refletir a realidade, a linguagem necessariamente a refrata. (Santaella, 2007, pp. 211-212)

A partir deste ponto, aludimos sobre a impossibilidade de isenção total daquele que narra as notícias porque, além da linguagem, questões subjetivas estão indissociavelmente implícitas, mesmo quando o que se persegue é a busca da objetividade. Como diz Barros Filho (2002), a prática de produção de uma reportagem ou notícia está sedimentada em um caminho repetido que é aprendido no processo de socialização das redações e determinado pelas rotinas produtivas. De modo que essas formas de ação

São justificadas, nos manuais, por permitirem, ou até determinarem «maior isenção», «um relato mais impessoal», ou até mesmo uma «ruptura» com o repertório do jornalista. Essas técnicas encontram sua primeira fundamentação no *cogito* cartesiano e, posteriormente, no positivismo filosófico da segunda metade do século XIX. Auto-definindo-se como «escravos dos fatos», os jornalistas sustentam implicitamente a tese de que a verdade independe do sujeito que contempla, prevalece absolutamente, atinge sua realidade a cada instante. Nesta reflexão, a verdade é autônoma em relação a qualquer processo de observação, verificação e posterior relato, jornalístico ou não. (Barros Filho, 2002, p. 158)

São procedimentos oriundos do pensamento moderno como o “lead” e a “pirâmide invertida” que visam legitimar a prática jornalística como capaz de reproduzir a verdade e que, de igual modo, estão em consonância com a definição de gêneros jornalísticos e formatos específicos, de acordo com a sua finalidade. Nesse contexto, em acordo com as definições da era Moderna, caberia somente ao gênero opinativo a expressão da opinião, tal como na categoria das colunas, inseridas no gênero, a evidência das subjetividades junto ao relato informativo. Isso posto, a perspectiva advinda da Modernidade, que vigorou por mais de 300 anos, vem sofrer mudanças bastante profundas no contemporâneo.

Eagleton (1996) chama atenção para a erosão dos limites e fronteiras conceituais:

Pós-modernidade é uma linha de pensamento que questiona as noções clássicas de verdade, razão, identidade e objetividade, a ideia de progresso ou emancipação universal, os sistemas únicos, as grandes narrativas ou os fundamentos definitivos de explicação. (...) vê o mundo como contingente, gratuito, diverso, instável, imprevisível, um conjunto de culturas ou interpretações desunificadas gerando um certo grau de ceticismo em relação à objetividade da verdade, da história e das normas. (Eagleton, 1996, p.7)

O que ocorreu a partir dessa nova concepção, foi a imposição da ideia de ciência como valor de troca, como algo desvinculado do sujeito que a produz e do consumidor, uma vez que “é uma prática submetida ao capital e ao Estado, atuando como essa particular mercadoria chamada força de produção” (Barbosa, 1998, p. X). Daí, decorre que esse processo, fruto da corrosão dos dispositivos modernos de explicação da ciência, é muito apropriadamente designado por Lyotard (1979) pela expressão ‘deslegitimização’, representada na fragilização dos discursos dos especialistas no contemporâneo. E que pode ser observada, conforme propõe a pesquisa, no que diz respeito à autoridade e perícia de quem produz as narrativas jornalísticas. Trata-se de observar como as narrativas jornalísticas, antes reconhecidas como legítimas “escavadoras” da verdade dos fatos, agora impactadas pela crise dos ideais modernos. Estas se reconfiguraram a partir da valorização das subjetividades, sendo capaz de se afirmarem como narrativa de referência frente à oferta abundante de informações, advindas de especialistas ou não especialistas.

Então, conforme já adiantamos em caráter introdutório, se na Modernidade a credibilidade da narrativa jornalísticas estava embasada na

objetividade e na separação da opinião das manifestações daquele que narra do fato narrado, no contemporâneo a perspectiva é a emergência das subjetividades nas narrativas também no campo do jornalismo. Ou seja, a emergência do “eu” que narra é cada vez mais evidente. Aliás, legitima o dito por meio da oferta de narrativas comprometidas, com atribuições de sentido e interpretação, além do caráter seu testemunhal.

## **Pós-Verdade: Abundância Informativa x Credibilidade**

O jornalismo e suas narrativa colocam o mundo à nossa frente, de forma que organizam nossas ações em função de estratégias culturais em contexto, conforme observa Motta (2005). Não são, portanto, apenas representações da realidade. Conforme Tuchman,

Dizer que uma notícia é uma ‘estória’ não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o facto de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna. Os relatos noticiosos, mais uma realidade selectiva do que uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si só. Eles são documentos públicos que colocam um mundo à nossa frente. (Tuchman, 1999, p. 262)

Sendo assim, reforçamos que a narrativa jornalística traz implícitas subjetividades, sem negar a racionalidade do ethos na prática. É preciso considerar os dizeres de Motta (2009, p. 12), ao colocar que a ideia da narrativa jornalística como construção da realidade oferece ao leitor marcas subjetivas no texto e, desta forma, uma construção de “verdades” em vez de “verdade absoluta” pregada pela objetividade. “Não é possível à mente humana escolher ou determinar ‘o mais importante’

sem o exercício subjetivo da valorização dos fatos a narrar”, contribui Chaparro (2007, p. 12).

Porque a observação e o relato estão no espaço estético da intervenção individual, sob a perspectiva escolhida pelo sujeito narrador. Não há como ser objetivo no exercício criativo de escolher ângulos, enfoques e relevâncias. (Chaparro, 2007, pp. 12-13)

Por outro lado, se o contemporâneo valoriza a evidência das subjetividades nas narrativas, o contexto também contribui para a disseminação de diversas outras narrativas que se propõe jornalísticas, incluindo aquelas não oriundas de instituições legítimas e de vozes especializadas. É por esse viés que a presente pesquisa se coloca diante das reconfigurações em curso na atividade jornalística, decorrentes uma vez mais das transformações sócio-técnico-discursivas na sociedade contemporânea e que afetam o campo. Para dizer de modo mais específico, cabe pensar o cenário Pós-moderno e de como as configurações deste vão incidir nas narrativas (e sua anatomia) correspondentes ao período.

Pelo exposto, acreditamos que “a pós-modernidade é a condição ideológica a partir da qual a pós-verdade pode emergir como uma espécie de reação regressiva” (Dunker, 2017, p. 40). Sendo assim, instiga pensar que, enquanto a Modernidade marcou a institucionalização do jornalismo capaz de trazer à luz os fatos e o segredos medievais, as práticas contemporâneas vêm trazer a ideia da verdade agora dependente dos diferentes contextos. Por outras palavras, a partir da orientação positivista da objetividade e da imparcialidade (Marcondes Filho, 2000) o jornalismo que veio constituir e pautar a esfera de debate público (Habermas, 1984), tomando esse lugar de *watchdog* – o fiscalizador dos

atos de governo - agora sofre as influências de uma estética orientada pelas paixões e subjetividades das narrativas, em acordo com o que diz Dunker (2017).

Resulta daí que a legitimidade daquele que dá a conhecer as notícias, pela profundidade e análise das mesmas, passa dialeticamente a ser um valor neste contexto. Essa dinâmica vem oportunizar, assim, o surgimento de uma prática jornalística embasada no reconhecido público de seus atores enquanto jornalistas de grandes empresas da área que passam a investir nesse papel de curadores e analistas dos fatos, desta vez no espaço das colunas – e não mais nas editorias específicas nas quais as redações se organizam -, numa perspectiva mais autoral. O mesmo se dá nas biografias que, como veremos adiante, passam a ter seus personagens vivos, contando a própria história Em vista, então, de perceber como essas questões mudam as narrativas contemporâneas, um dos conceitos que despontam é o de atorização (Fausto Neto, 2015), objeto da próxima seção.

### **Em Busca de (mais) Credibilidade**

Fausto Neto (2006, p. 1) aponta que “os processos que estabelecem a criação de vínculos de confiança entre o sistema de produção jornalística e a comunidade dos leitores, passam por transformações estratégicas nas últimas décadas”. A compreensão está em acordo com as transformações do contemporâneo que incidem sobre as narrativas e, especialmente no que diz respeito às narrativas de cunho jornalístico. E explica:

As transformações havidas nos processos pelos quais a mídia jornalística estabelece novos padrões de confiança com seu leitorado, tem a ver com a afetação das práticas sociais por parte da

midiatização, o que incide também na importância que tomam suas próprias discursividades. Também com os efeitos da descontinuidade crescente havida nas tarefas de produção de sentido por parte de outros sistemas (instituições), ou seja a emergência de novas complexidades no funcionamento dos sistemas sociais. (...) Trata-se agora de incorporar a este processo de produção aquilo que ‘estava fora’, e que lhe sobrava como ‘insumo’ de uma categoria distante, a de ‘rotina produtiva’. O conceito tratava de naturalizar, ou reduzir, o que agora para os discursos jornalísticos torna-se num índice de prova de sua existência e sobre o qual deve-se, nele, depositar a crença. (Fausto Neto, 2006, pp. 2-3)

E mais:

A atorização do processo de construção de noticiabilidade representa um dos elementos-chave para a definição dos elementos com os quais o jornalismo mostra como redesenha os vínculos de confiança entre sua oferta e o seu leitor-interlocutor. Além de “provar que ele está” - o que já representa um índice de crença oferecida ao leitor - estes processos acionam outros índices, que visam explicitar as pistas com as quais o leitor, deve crer no que lhe propõe o discurso jornalístico. (Fausto Neto, 2006, p. 9)

Nesse sentido, além de trazer à tona a questão da atorização do processo produtivo das notícias como índice de confiança e credibilidade, a evidência daquele que narra segue a mesma tônica, ou seja, a constituição da oferta do ‘lugar de confiança’. Assim, desponta em nossa análise o conceito de atorização, próprio destes tempos e identificado tanto nas narrativas jornalísticas como nas biografias no contemporâneo, sobre o qual passamos a relatar (brevemente em vista do limite de espaço).

O conceito abrange os narradores – os jornalistas - em suas ações, segundo valorações de qualidades morais, humanas e profissionais. Trata-se, resumidamente aqui, de dizer da inserção do jornalista também

como produtor de significação, para além do fato narrado. Fausto Neto (2015, p. 186) aborda a questão da seguinte maneira:

Ou seja, o jornalista ingressa na circulação, não com o acontecimento, mas com o próprio corpo, onde ele é fonte, é objeto, ele é recepção também. Com esses deslocamentos ele vira receptor em algum momento. Essa atorização tem a ver com uma fase que desloca a aura do jornalista, na perspectiva de Walter Benjamin, a aura de um narrador, instalado num lugar onde fazia a mediação de um lugar para outro, para ser alguém que exercita o problema do seu ingresso no nicho das celebridades. Essa individuação do processo da produção jornalística, passando por essa singularização e essa performance do corpo, mostra que é o corpo-significante do jornalista quem singulariza esses processos. Mas isso também tem a ver com pesquisas que são feitas sobre relação entre jornalistas e leitores, quando estes últimos sinalizam como identificam o trabalho deste tipo de profissional.

De outro modo, o teórico explica que é

Também, uma estratégia para que a confiança do leitor se estabeleça mais na performance jornalística, do que necessariamente naquilo que o discurso aponta. Tais padrões de confiança passam também pelos próprios perfis dos jornalistas. São transformados em atores, celebridades, moeda de atribuição à credibilidade ao trabalho feito por eles. Não basta exaltar as virtudes dos talentos, mas dar-lhes um modo de existência na rotina produtiva, explicitando os seus fazer, suas competências. Suas imagens são mostradas, prova concreta da sua existência ali, como agentes de um sistema interpretativo, e cuja dimensão “abstrata” ganha corpo através de seus “peritos”. Esta operação visa especificar para o leitor os mecanismos usados pelo “lugar jornalístico” para tecer a questão da confiança e, provocar como resultante, a credibilidade sobre o que faz. (Fausto Neto, 2006, p. 10)

Portanto, o conceito se insere, assim como nossa pesquisa, no campo do jornalismo midiatisado<sup>6</sup>, que tem entre as características a autorização, e a auto-referência, ou seja, a produção de narrativas de si mesmo devido a irritações no sistema (Soster, 2015), para citar as que mais importam para a pesquisa. Dessa forma, com base em Véron (1995), está implícito compreender a geração de sentidos na perspectiva da midiatisação<sup>7</sup>, ou seja, as afetações dentro do sistema midiático-comunicacional.

As próximas seções evidenciam como isso se dá nas narrativas do contemporâneo pela análise de uma coluna jornalística e do olhar empírico para uma narrativa de cunho biográfico.

### **Colunismo Contemporâneo: a jornalista Eliane Brum é fonte**

Como já dissemos, o que complexifica radicalmente o gênero opinativo e nele o colunismo, é o fato de que, conforme as categorizações em voga e concebidas na Modernidade, este sempre foi o formato que deteve a prerrogativa de expressar opinião. De tal modo, cabe pensar o que acontece com as colunas, a partir das transformações do jornalismo no contemporâneo, ou seja, como a coluna se reconfigura nesse cenário em que a Pós-verdade vem se constituir, conforme Dunker (2017), da narrativa inflacionada de subjetividade, mas sem nenhum sujeito.

O colunismo é originário da imprensa norte-americana, em meados do século XIX, quando os jornais assumiram feição informativa. Marques

- 
6. Eliséo Verón (1995) identificou uma dinâmica comunicacional própria da midiatisação, tendo como característica central a não-linearidade de causa e efeito em seus processos, assim como circuitos de feedbacks não-lineares, que se contatam através da circulação. Dentro da ambição da midiatisação, a circulação é um dos conceitos que tentam compreender as novas dinâmicas comunicacionais, que se estabelecem nesses atravessamentos.
  7. Devido ao limite de espaço, não nos deteremos à explicitação do conceito.

de Melo (2003, p. 140) observa, nestes termos, que o público começou a desejar matérias com mais personalidade, que saíssem do anonimato, trazendo bastidores das notícias, descobrindo fatos e pinçando opiniões que ainda não foram expressas. Originalmente, essa demanda deu espaço para o aparecimento de seções sob a responsabilidade de jornalistas conhecidos, no sentido da construção de um jornalismo de referência, por profissionais com perícia e técnica no fazer, dada a formação e a experiência na carreira. Ainda, historicamente a classificação dá conta da antiga diagramação vertical dos jornais impressos, o que já não supre mais o formato em vista da sua presença também nos espaços online, com navegação em camadas e links e onde o espaço não sofre os mesmos constrangimentos do papel. Em razão disso, coluna também pode ser entendida como uma seção especializada de um veículo de informação, desde que publicada com regularidade e assinada.

Do ponto de vista estrutural, a coluna é um mosaico de fatos relatados com brevidade, em tópicos, comentários rápidos sobre situações emergentes, “com unidades informativas e opinativas que se articulam” (Marques De Melo, 2003, p. 142). Nesses termos, os tipos de coluna mais comuns na imprensa brasileira são: coluna social, coluna esportiva, coluna política, coluna econômica, coluna policial, coluna de livros, de cinema, de televisão, de música. Estas divisões tendem especialmente agora a caminhar para uma dinâmica menos categorizada e mais definidas justamente em termos de identidade por um certo hibridismo e pela convergência de influências que podem ajudar a compreender que narrativa resulta no colunismo contemporâneo.

A partir da compreensão da classificação do colunismo, observamos que no contemporâneo há movimento da categoria para colocar-se como

lugar de referência entre as narrativas, (re)legitimando a prática jornalística impactada no contexto da Pós-verdade. Pela identidade daquele que narra – o jornalista colunista – há uma aproximação com o leitor, entendimento oportuno para o momento que vive o jornalismo e as afetações entre o “mundo da produção” e o do “consumo” de informações. O reconhecimento e o prestígio daquele que narra podem atuar neste sentido como indutores da legitimidade do dito num contexto em que todos, em tese, podem emitir opinião. Vejamos, abaixo, como isso se dá a partir da análise de excertos da coluna Eliane Brum, em *El País*<sup>8</sup>. E já na seção seguinte apresentamos uma reflexão acerca das biografias.

A narrativa do recorte empírico desta pesquisa foi publicada no portal *El País*, na seção de opinião assinada pela jornalista Eliane Brum em 10 de dezembro de 2020. A narrativa aborda a atuação da hidrelétrica de Belo Monte na Amazônia. Já no título “Como pode uma empresa controlar a vida e a morte?” (Brum, 2020) a colunista propõe uma interlocução com o leitor, o que segue no decorrer da narrativa e indica uma tentativa de aproximação com a audiência, uma redução da mediação veículo-colunista-público, como notado em excertos como “Imagine. E mantenha o fôlego. Imagine que sua vida não é controlada por você”; “Você é estimulado a comer produtos ultraprocessados”; “A roupa que você veste”; “Dizem que você é livre”; “Parece um pesadelo?”, entre outras expressões que convidam o leitor a acompanhar o relato de forma

---

8. Eliane Brum é escritora, repórter e documentarista. Em *El País* assina uma coluna que leva o seu nome, com publicações quinzenais de temas variados, com especial interesse na Amazônia, Governo Bolsonaro e pandemia de coronavírus. Os assuntos relacionados à pandemia, aliás, são de acesso aberto ao público. *El País* foi fundado em 1976, é o principal meio de informação em espanhol, independente.

mais próxima, a partir da própria realidade em comum ao narrado pela colunista.

A busca por capturar a atenção do leitor quase que com a oferta de um conteúdo personalizado – indício que é reforçado na seção sobre os hiperlinks adiante - segue com a jornalista e colunista se apresentando como igualmente próxima do narrado e do público a quem se dirige. Ao dizer “nossa vida atual” se coloca no mesmo patamar do leitor, se aproxima, embora tenha o “poder de voz” amplificado por sua posição de profissional, personalidade reconhecida e autoridade/expertise narrativa pela formação e anos de prática profissional. Estratégias que, podemos antecipar, é recorrente no extrato de colunas analisadas.

A descrição acima dá uma noção de como a estratégia se apresenta nas narrativas de Eliane Brum. De todo modo, indicaremos a seguir alguns excertos das com o objetivo de deixar mais nítida a recorrência de estratégias que a diferenciam do formato original do colunismo. Sendo assim, seguimos com a apresentação de exemplos extraídos das colunas da jornalista Eliane Brum.

A linguagem simples na explicação da temática, 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 sua própria autoria, 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 por Eliane Brum. Embora a colunista se apresente, como dito, 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 torno da temática. Em nove páginas de texto, considerando o arquivo no formato .pdf da coluna veiculada de forma online, as informações para além do texto mostram a densa interpretação e contextualização da narrativa acerca da exploração dos recursos naturais pela Belo Monte, as implicações com as formas de vida na natureza e a sobrevivência dos ribeirinhos e indígenas, como pode ser observado, por exemplo, no seguinte trecho:

No final de novembro, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) conseguiu obter uma decisão favorável na Justiça federal, que **obriga a Norte Energia a manter um hidrograma “provisório”**, até que os estudos possam ser concluídos, para garantir a sobrevivência da Volta Grande. Isso significa que a empresa precisa liberar mais água para o ecossistema do que ela demanda no maliciosamente chamado Hidrograma de Consenso. A decisão foi tomada pelo juiz federal Roberto Carlos de Oliveira com base no “princípio da precaução, da prevenção e da inversão do ônus da prova”, “impondo ao empreendedor o dever de provar que a sua atividade questionada não causa ou não está causando danos ao meio ambiente.

Quando a usina recebeu a licença de operação, em 24 de novembro de 2015, apesar de todas as denúncias de violações e todo o passivo ecológico, a Volta Grande já tinha começado a se transfigurar. No ano seguinte, os Yudjá, povo indígena que considera ter canoas em vez de pés, porque são parte do rio, chamaram o ano de 2016 de “o ano do fim do mundo” ([leia aqui](#)). Em 2020, porém, a seca foi ainda maior. Por consequência, a situação da Volta Grande ficou ainda pior. Em toda a região atingida por Belo Monte, houve uma morte massiva de peixes. Ribeirinhos avisaram pelo WhatsApp que o Xingu estava se transformando num cemitério. “Os filhos do Xingu já não reconhecem mais o vai e vem da água”, disse **Raimunda Gomes da Silva, liderança ribeirinha** que teve sua casa e sua ilha incendiadas pela Norte Energia. (Brum, 2020, par. 14, grifos nossos para indicar hiperlinks)

Os grifos indicam a oferta de hiperlinks com recorrência ao longo da coluna. Como no trecho, o primeiro grifo é de um conteúdo externo, da seção de economia do *Estadão*. Quando cita “leia aqui”, Eliane Brum refere uma coluna de sua própria autoria e, em seguida, outra publicação do *El País*. A oferta de informações para além do texto base da coluna com apurações e citação a fontes externas, assim como a autorreferência indicam o domínio acerca do narrado, conhecimento de caso, apuração e expertise profissional, que são competências jornalísticas advindas do ideário moderno, pressupostos estes que não sucumbem no contemporâneo, mas extrapolam as definições do gênero opinativo e, por consequência, da categoria de coluna.

A contextualização e a interpretação da temática proposta para além da opinião manifesta, assim como o conhecimento de caso e domínio das informações apresentadas também podem ser observadas na apresentação de dados de forma explícita e ancorados nos hiperlinks, bem como na correlação entre fatos. Como podemos verificar no excerto abaixo, a exploração da Amazônia aparece ligada à corrupção, consequências para os povos locais como a violência e o aumento de casos de suicídios. Vejamos:

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. (Brum, 2020, par. 34)

Outro aspecto que destoa da categorização original do colunismo são as entrevistas e nelas a evidência das fontes especializadas, assim como a de fontes/personagens locais e/ou envolvidos nos fatos e acontecimentos narrados. 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:

Fatos, pesquisas científicas e experiência cotidiana mostram que a administração da água para a operação de Belo Monte está provocando a destruição da Volta Grande do Xingu e, portanto, a destruição da vida dos humanos e não humanos que vivem lá. André Oliveira Sawakuchi, **professor do Instituto de Geociências da Universidade de São Paulo**, afirma que o efeito do controle da água pela Norte Energia equivale a antecipar o colapso climático na Volta Grande do Xingu. “Possivelmente, o desmatamento no Alto Xingu e as barragens de Belo Monte têm um efeito muito mais severo (e em curso) na vazão da Volta Grande que a crise climática global”, afirma o geólogo, que estuda o Xingu e Belo Monte há anos. (Brum, 2020, par. 12, grifos nossos para indicar quem são os entrevistados e/ou fontes consultadas)

A natureza é muito mais delicada e complexa do que qualquer invenção humana. “Espero que a Justiça e o Ibama consigam garantir uma quantidade de água que nos permita viver na Volta Grande”, **diz Bel Yudjá**. Já estamos nos transformando num cemitério de peixes, acredito que seremos um cemitério de árvores mortas. Estamos aqui, lutando, e esperamos que as pessoas se somem a nós nessa luta para que a Volta Grande possa continuar viva e a nossa vida deixe de estar ameaçada’. (Brum, 2020, par. 21, grifos nossos para indicar quem são os entrevistados e/ou fontes consultadas)

De 9 a 12 de novembro, o núcleo de “Guardiões”, formado por indígenas dos povos Xipaya, Kuruaya e Yudjá, ribeirinhos, pescadores e agricultores familiares, interditou a Transamazônica no quilômetro

27 para denunciar que os peixes não conseguiam fazer a piracema. Ou seja, a reprodução tinha sido interrompida. “Estamos unidos para defender as águas do Xingu e as nossas vidas. Belo Monte quer nos matar aos poucos, assim como faz com os peixes do Xingu, mas nós lutaremos”, **escreveram em uma carta manuscrita**. “Estamos aqui para mostrar a situação que temos vivido desde a chegada de Belo Monte e o roubo da água do Xingu. Faz cinco anos que estamos sofrendo os impactos da barragem [...] A nossa vida não pode ser ignorada. Nossas vidas importam!”, afirmaram em documento às autoridades. (Brum, 2020, par. 16, grifos nossos para indicar quem são os entrevistados e/ou fontes consultadas)

A variedade de hiperlinks, 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. A coluna, dessa forma, compila e recupera informações, apresenta dados atualizados, reúne o máximo de conteúdo acerca do narrado em um mesmo espaço em uma narrativa que se propõe acessível e próxima do contexto da vida do leitor.

Como podemos perceber, apostando nas subjetividades a partir da autorização (Fausto Neto, 2015), a coluna, enquanto formato encarregado da narrativa analítica, incumbida de ofertar opiniões embasadas em fatos objetivos que intentam contribuir para o entendimento dos fenômenos sociais, sugere a reafirmação de seu lugar. Oferecendo, desta forma, sentido de mais credibilidade ao narrado. Vejamos que tais estratégias, por alguém que se apresenta junto ao narrado, conferem um pacto com os leitores que vai além da opinião, perpassando práticas de checagem objetivas, assim como o testemunho e as afetações de alguém que é ao mesmo tempo fonte e personagem. Desse modo, reforçam uma relação de confiança com aquele que lê ao apostarem em uma narrativa que se

apresenta com mais autenticadores de credibilidade. Pressupomos, desse modo, o colunismo contemporâneo assentado ainda mais na expertise, no saber especializado daquele que narra e que alcança destaque por sua trajetória profissional.

### **Os “Camarins” da Biografia “Eu travesti” (2019)**

“Eu travesti” (2019), editora Record de 193 páginas, retrata a vida da ativista LGBTQIA+ Luísa Marilac e que fora escrita em parceria com a jornalista Nana Queiroz. Luísa Marilac ficou famosa depois de um vídeo seu viralizar nas redes sociais. A parceria entre a jornalista e Luisa veio depois de Luisa se tornar colunista da revista *Azmina*, da qual Nana é fundadora. Na obra, Luisa conta suas memórias, quando se assumiu aos 17 anos, sua vida na Europa como atriz pornô e alguns de seus casos secretos com personalidades famosas, dentre eles um jogador da seleção italiana de futebol, além das diversas violências sofridas, como as sete facadas que levou quando quase foi morta. Assim como em várias narrativas biográficas contemporâneas, o nome da personagem – Luisa Marilac – aparece juntamente ao da jornalista Nana Queiroz.

Em relação à análise a que nos propomos, uma primeira alteração – ocorrida nas biografias de personagens, além de retratarem a vida de alguém ainda vivo – é a aparição da curadora das informações, a jornalista, profissional que auxilia na coleta de dados e montagem do

material final, na capa<sup>9</sup>. Muitas vezes, aparece como coautora, colaboradora ou em parceria. Não que isso seja novo, exatamente, no entanto antes esses profissionais ficavam “nos bastidores”. Esses profissionais, citados anteriormente, eram os chamados *ghostwriter*, ou escritores fantasmas<sup>10</sup>. Em uma busca no dicionário de termos literários de Massaud Moisés temos a seguinte definição:

Designa o escritor que emprega sua pena a fim de redefinir obra publicada sob nome alheio. Vincula-se, geralmente, à atividade jornalística [...] a pessoa interessada [...] contrata os serviços de um escriba profissional ou dum escritor momentaneamente necessitado de ampliar seu orçamento. (Moisés, 2004, p. 209).

O que chama atenção, levando em consideração a aparição desses profissionais nas capas das obras, é exatamente esse “mostrar” ao leitor a forma de construção; a autorização (Fausto Neto, 2006). Ou seja, há a necessidade de inserir aquele que narra também como produtor de significação, como um aparato concreto frente à crise de credibilidade, ou, como afirmou Figueiredo (2010), um contraponto ao “tudo ficcional” do contemporâneo.

---

9. O que ocorre em muitas outras obras, Como Biografia escrita em coautoria temos *O livro de Jô: uma autobiografia desautorizada* (2017), Companhia das Letras, biografia escrita em parceria com o jornalista Matinas Suzuki Jr. – *Eu travesti* (2019), editora Record, de 193 páginas que retrata a vida da ativista LGBT Luisa Marilac e que fora escrita em parceria com a jornalista Nana Queiroz – A biografia *Casagrande e seus demônios* (2013), editora Globo livros, embora date de 2013, é outro exemplo de parceria entre biógrafo e biografado, uma vez que traz como autores o jornalista Gilvan Ribeiro e o ex-jogador e comentarista de futebol Walter Casagrande – dentre muitos outros exemplos.

10. Uma discussão muito interessante a esse respeito é realizada na obra *Direitos Autorais e Ghostwriter: o Caso ‘O Doce Veneno do Escorpião’ à Luz das Doutrinas do Droit d’Auteur e do Copyright* 2020 de Luís Marcelo Algarve.

Como podemos verificar na figura abaixo em que o nome da jornalista que realizou as entrevistas com Luísa Marilac e organizou todo material aparece como colaboradora:

#### **Figura 4**

*Capa Relatos biográficos Eu Travesti*



*Eu Travesti.* (s.d.).

O que fica claro é que esse (antes) “fantasma” – agora aparece – é uma coautora das memórias da atriz. Além disso, corroborando essa questão, Fausto Neto (2007, p. 12) afirma que “descrever as operações é o meio através do qual se estrutura a credibilidade e, por efeito, atualiza a noção de confiança”. O pesquisador Antonio Fausto Neto (2008) afirma que o jornalista, ao descrever essas operações acaba assumindo uma referencialidade de seus processos produtivos, o que, por princípio, colaboraria na construção da relação de confiança e credibilidade com o leitor.

Ou seja, a auto-referencialidade também aparece aqui, na obra *Eu travesti* (2019), ao final do livro com o título “Nota de leitura: Ser a voz da outra por Nana Queiroz” (Marilac, 2019, p. 156). Nessa parte da obra a jornalista relata como foi o processo de produção da obra; nesses relatos da jornalista Nana Queiroz há a tentativa de mostrar ao leitor os mecanismos utilizados pelo jornalista para a elaboração da obra, ou seja, como um contrato ou pacto diferente (Lejeune, 2008), gerando credibilidade sobre sua tarefa:

Encontro-me, então, encarregada de ser a voz escrita da Marilac, o canal entre o que ela sente, pensa e lembra, e a palavra. E eu, que como jornalista sempre pretendi ser a voz alheia em algum grau, topei ser a voz mais íntima da Marilac, a voz em primeira pessoa. O primeiro impulso foi pensar: preciso diminuir, ficar meio invisível, para aprender a ser a voz do outro. (Marilac2019, p. 156)

Nesse aspecto, é perceptível na obra pretensões de acesso à verdade, as quais resultam na evidência do “eu” também na narrativa jornalística (Figueiredo, 2010). Ademais, esse ceticismo em relação à objetividade e à verdade (Eagleton, 1996), necessitam ser expostos e solidificados, para que, de certa maneira, o leitor acredite no que lê.

## **Considerações Finais**

A coluna, como o caso da de autoria da jornalista Eliane Brum, adota e institui práticas capazes de reforçarem a autoridade e a legitimidade do discurso frente às verdades contextuais, especialmente porque está assentada na sua natureza e vocação que é a de dar voz a um especialista. Estas ações firmam-se em processos de filtragem e checagem de informações, contextualização e aprofundamento da notícia e, ainda, no

embasamento daquele que narra com autoridade de fonte. Do mesmo modo, a busca por uma realidade “mais real” se mostra na biografia “Eu travesti” pelo personagem vivo, como pela evidência da jornalista no relato biográfico, estabelecendo um pacto de checagem e testemunho numa perspectiva mais autoral.

As análises realizadas permitem observar que a objetividade, o ritual técnico, estratégico, no sentido de assegurar qualidade e acuidade no tratamento das informações, cedem lugar contemporaneamente por seu contrário. De tal modo, indicamos haver nessa estratégia organizada, quer dizer, ancorada tanto em práticas objetivas como na exploração das subjetividades, a oferta de sentidos de mais credibilidade ao narrado diante da abundância de narrativas disponíveis ao leitor no contexto contemporâneo (e da Pós-verdade). Não há uma negação do ritual estratégico objetivo das narrativas midiáticas, mas a busca de reafirmação do seu lugar de perícia pela evidência daquele que narra – e da sua autoridade narrativa - e as subjetividades decorrentes. Ou seja, as narrativas desde uma perspectiva autoral assumida pelo jornalista/columnista e/ou narrador das biografias constitui-se agora como estratégia de autenticação de seu dizer. O que se passa com a evidência da subjetividade, por sua vez, é a oferta de um relato dito com mais qualidade e fidedigno ao real por alguém que se mostra, posto que está mais perto, presenciou o fato ou é fonte. Sendo assim, uma versão mais autêntica do narrado.

## Referências

Barbosa, W. V. (1998). Tempos pós-modernos. In J. F. Lyotard (org.), *A condição pós-moderna*. Olympio.

Barros Filho, C. (2002). *O habitus na comunicação*. Paulus.

Bird, E., & Dardene, R. W. (1999). Mito, registro e “estórias”: explorando as qualidades narrativas das notícias. In N. Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Veja.

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>

Chaparro, M. C. (2007). *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. Summus.

Dunker, C. (2017). Subjetividade em tempos de pós-verdade. In C. Dunker, C. Tezza, J. Fúks, M. Tiburi, & W. Saflate (orgs.), *Ética e pós-verdade*. Dublinense.

Eagleton, T. (1996). *As Ilusões do Pós-modernismo*. Jorge Zahar..

Fausto Neto, A. (2006). *Mutações nos Discursos Jornalísticos: Da ‘construção da realidade’ a ‘realidade da construção’* [Trabalho apresentado]. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1804-1.pdf>

Fausto Neto, A. (2007). Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos [Trabalho apresentado]. XXX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1528-2.pdf>

Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Matrizes*, (2), 89-105. <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38194/40938>

Fausto Neto, A. (2015). Jornalismo: do chão da fábrica aos novos processos de redesenho da profissão na sociedade em vias de midiatização. *Revista Latino-americana de Jornalismo*, 2(1), 170-187.

Figueiredo, V. (2010). *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. PUC - RJ.

Goergen, P. (2001). *Pós-modernidade, ética e educação*. Campinas, Autores Associados.

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tempo Brasileiro.

Lejeune, P. (2008). *O Pacto autobiográfico: de Rousseau à internet*. Trad. Jovita Maria Gerheim Moronha e Maria Inês Coimbra Guedes. Editora UFMG.

Lyotard, J.-F. (1979). *A Condição Pós-moderna*. José Olympio.

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

Marilac, L. (2019). *Eu travesti [recurso eletrônico]: memórias de Luísa Marilac / Luísa Marilac/Nana Queiroz*. Record.

Marques de melo, J. (2003). *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro* (3a ed.). Mantiqueira.

Marques de Melo, J. Assis, F.. (2016). *Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório*. *Intercom*, 39(1), 39-56.

Motta, L. G. (2005). *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Portcom Anais.

Motta, L. G. (2009). Narrativas: representação, instituição ou experimentação da realidade? In: *Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*, 7, São Paulo. Anais. São Paulo: SBPjor.

Resende. F. A. (2005). *O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador jornalista* [Trabalho apresentado]. XIIIV Encontro COMPÓS, 2005, Niterói. RJ, Brasil. [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_846.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_846.pdf)

Resende, F. A. (2009). O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. *Revista Galáxia*, (18), 31-43.

Santaella, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. Paulus.

Sodré, M. A. (2009). *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Vozes.

Soster, D. A. (2015). Reconfiguração das vozes narrativas no jornalismo midiatizado. *Rizoma*, 3(1).

Tuchmann, G. (1999) A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: Traquina, N. (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (pp. 74-90). Vega.

Véron, E. (1995). *Construir el acontecimiento*. Gedisa Editorial.

# RECONFIGURAÇÃO DAS REDAÇÕES BRASILEIRAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

*Renato Essenfelder<sup>1</sup>  
Emílio Sant'Anna<sup>2</sup>  
Adriana Pierre Coca<sup>3</sup>*

O jornalismo, enxergado como o processo e como o produto do trabalho de jornalistas, vive em estado de beta permanente (Neff & Stark, 2004), sendo constantemente repensado, reconfigurado e reinventado conforme mudam os processos/tecnologias, as relações sociais/laborais (Chia, 1995) e os próprios paradigmas epistemológicos e ontológicos de uma sociedade. Isso significa que são normais, até esperadas, transformações no campo jornalístico. Embora mantenham-se seus valores

- 
1. Doutor, Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal), investigador associado ao LabCom-UBI e ao CIAC.  
[ressenfelder@ufp.edu.pt](mailto:ressenfelder@ufp.edu.pt)
  2. Mestre, Escola Superior de Propaganda e Marketing (São Paulo).  
[emiliосantanna@gmail.com](mailto:emiliосantanna@gmail.com)
  3. Doutora, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.  
[apcoc@ualg.pt](mailto:apcoc@ualg.pt)

centrais, que Reginato (2020) identifica principalmente ao redor da tarefa de “informar de modo qualificado”, o modo de produção e as fronteiras precisas dessa função primordial (incluindo a definição sobre o que informar, como, para quem, quando, a que custo) são tensionadas a todo momento por uma amálgama complexa de interesses sociais, políticos, corporativos, financeiros e, por que não, pessoais.

Concordamos com Deuze e Witschge (2015) sobre a impossibilidade de ainda hoje nos agarrarmos a definições monolíticas do jornalismo, apenas para fins didáticos. Afinal, mesmo quando reduzido à sua forma mais básica, entendido puramente como método e prática de contar histórias de interesse público que sejam atuais e verdadeiras, o ofício que conhecemos como jornalismo abre mil flancos para questionamentos que põem em xeque a narrativa pretensamente estável e monolítica (Deuze e Witschge, 2015) que jornalistas ao redor do mundo elaboram sobre a própria profissão como ofício nobre, independente, desinteressado, altruísta, a serviço do público.

Mesmo conceitos amplamente estudados na literatura sobre o jornalismo, como interesse público, atualidade e verdade, estão longe de um consenso pacífico. O jornalismo, como uma entidade viva que circula na sociedade, em vários níveis e com vários interesses e configurações distintos, é muito mais difícil de definir e apreender do que as faculdades de jornalismo fazem parecer (Essenfelder, 2016).

Raramente, contudo, o jornalismo vê ocorrer uma tempestade perfeita, em todos esses níveis, com mudanças notáveis em várias frentes ao mesmo tempo, como a atravessada na atualidade. Suspeitamos que vivemos, neste início do século 21, um momento de singularidade decididamente agravado pela pandemia de Covid-19 que assola o mundo

há quase dois anos e que provocou profundas transformações na forma de pensar, fazer e consumir notícias.

Tendo em mente essas considerações sobre a complexidade do campo, este artigo investiga a transformação que se deu nas Redações de dois dos maiores jornais do Brasil, Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo, desde o início da pandemia no país, sob a ótica de repórteres e editores envolvidos na produção diária de notícias.

Em março de 2020, o avanço da Covid-19 esvaziou completamente as Redações dessas empresas, então obrigadas a enviarem seus funcionários para casa e substituir as jornadas presenciais pelo teletrabalho, ou *home office*. Tal mudança exigiu adequações feitas às pressas. Em menos de um mês, reuniões de pauta e de planejamento e a produção de notícias se deslocaram e descentralizaram. A apuração das notícias também passou a ser quase que exclusivamente feita à distância, sem trânsito de repórteres.

Exceção feita ao trabalho de fotojornalistas, o ciberespaço se consolidou ainda mais como o local em que a investigação jornalística se dá, ao menos nos meios de comunicação escrita. As consequências dessa mudança abrupta podem ter passado despercebidas pelo leitor, mas passaram por questões estruturais, como o acesso à rede de computadores, a escolha de softwares propícios e o controle de ponto das jornadas, a questões ideológicas e filosóficas sobre o fazer jornalismo à distância, mediante a impossibilidade de estar no local dos acontecimentos. Empresas e funcionários precisaram “reaprender a trabalhar” com a mesma velocidade com que as notícias sobre a pandemia se multiplicavam.

O que parecia ser uma experiência pontual, que duraria poucas semanas, arrastou-se no tempo. Em outubro de 2021, 19 meses após a mudança, as empresas ainda avaliavam se seus profissionais voltariam ou não para as Redações e em quais condições. Consequência direta do teletrabalho, as empresas passaram a economizar custos operacionais. Já os jornalistas economizaram nos deslocamentos e passaram a contar com mais tempo para suas vidas familiar e pessoal – embora, no contexto pandêmico, esse tempo provavelmente não se tenha traduzido em mais contatos efetivos fora do agregado familiar. Por outro lado, é presumível que tenham se enfraquecido os laços sociais e de solidariedade entre os profissionais, bem como valiosas trocas de experiências que poderiam resultar em ideias de pauta e conselhos ou indicações para facilitar ou aprimorar a apuração e a escrita das matérias.

Tendo essas considerações em mente, a presente investigação se debruça sobre a experiência desses profissionais com mais de um ano de teletrabalho e as expectativas de retorno à rotina presencial entre o fim de 2021 e o início de 2022, quando a maioria da população brasileira já deve estar imunizada. Passado (presumivelmente) o pior período da crise do novo coronavírus, como os jornalistas avaliam a experiência do teletrabalho? Desejam voltar ao trabalho presencial? Para responder a essas perguntas, submetemos 19 profissionais dos jornais *O Estado* de S. Paulo e *Folha de S. Paulo* a um questionário eletrônico.

## **Procedimentos Metodológicos**

O questionário eletrônico, contendo 11 perguntas – sendo dez estimuladas, de múltipla escolha, e uma aberta, discursiva – foi aplicado entre agosto e setembro de 2021, período em que os casos de Covid-19

no Brasil apresentavam queda acentuada, passando das mais de 60 mil novas confirmações diárias de julho para pouco menos de 30 mil no final de setembro. À medida que acelerava a vacinação no país, durante essa fase da pandemia, uma série de empresas começou a programar o retorno ao trabalho presencial, o que ainda parecia, à altura, distante da vontade da maioria dos funcionários. Segundo pesquisa da consultoria Korn Ferry (Cavallini, 2021) 70% dos profissionais em regime de teletrabalho no país afirmaram, em julho de 2021, que já consideravam o trabalho remoto “o novo normal” e que o retorno à rotina do escritório seria “difícil” e “estranho”.

Apesar do avanço da vacinação no país, o percentual da população totalmente imunizada (com as duas doses ou a dose única) não chegava ainda nem a 50% até o dia 10 de outubro, na média nacional. Inglaterra e alguns países-membros da União Europeia ultrapassavam à altura índices superiores a 80% de seus moradores vacinados e retornavam a uma situação de relativa normalidade, com a liberação do uso de máscaras ao ar livre e permissão para a realização de eventos coletivos, como shows e jogos de futebol em estádio.

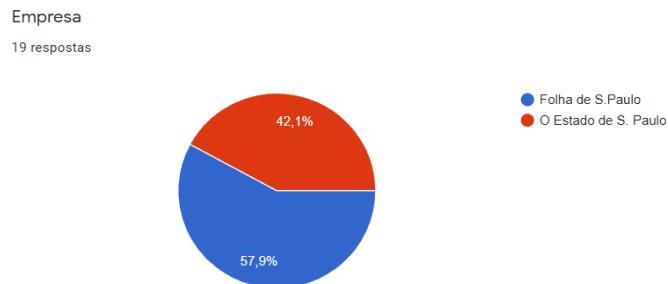
Voltando ao Brasil, Estados como Rio de Janeiro e São Paulo, alardeando índices de vacinação de adultos superiores a 70% e a 90%, respectivamente, discutiam o fim da obrigatoriedade do uso de máscaras ainda no mês de outubro (Mazzo et al., 2021).

No total, 19 jornalistas de O Estado de S.Paulo e da Folha de S.Paulo responderam a 11 perguntas do questionário eletrônico, sendo 10 profissionais da Folha e 9 do Estadão. Mantendo-se o compromisso de confidencialidade de seus nomes, foram entrevistados repórteres, editores e diagramadores dos dois tradicionais jornais paulistas de circulação nacional.

O perfil da amostra em relação à empresa em que trabalham e à renda média auferida pode ser conferido nas Figuras 1 e 2, abaixo reproduzidas.

## Figura 1

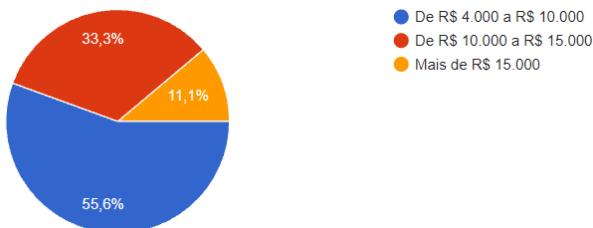
### *Empresa de Origem*



Pesquisa dos autores.

## Figura 2

### *Renda dos profissionais*



Pesquisa dos autores.

A maior parte dos profissionais que responderam ao questionário são homens (57,9%), têm entre 31 e 40 anos (47,4%) e possuem renda entre R\$ 4 mil e R\$ 10 mil (55,6%) – típico perfil de meio de carreira no Estado. Quanto ao tempo que trabalham em suas respectivas empresas, a maioria tem mais de 10 anos de experiência na mesma Redação

jornalística (36,8%), índice seguido de perto pelos que estão entre 5 e 10 anos empregados no mesmo veículo de comunicação (31,6%).

## Resultados e Discussão

Questionados sobre a avaliação que esses jornalistas fazem do trabalho remoto, que esvaziou as Redações dos dois jornais e que experimentam desde março de 2020, a maioria absoluta considera o modelo de trabalho positivo. Entre as seguintes possíveis respostas: Ótima, Boa, Indiferente, Ruim ou Péssima, quase a totalidade (95%) optou por uma das duas primeiras alternativas. Para 73,7%, a experiência do trabalho remoto foi Boa. Outros 21,1% consideraram esse modelo Ótimo. Apenas 5,3% disseram que trabalhar de casa vem sendo uma experiência ruim.

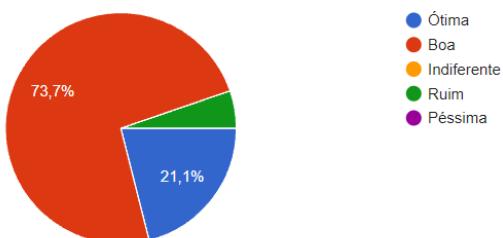
Nenhum respondente avaliou esse modelo de produção longe das Redações como Péssimo, como se vê na Figura 3, abaixo.

**Figura 3**

*Avaliação do trabalho fora das Redações durante a pandemia*

5-Qual sua avaliação sobre sua experiência com o trabalho a distância?

19 respostas



Pesquisa dos autores.

A aprovação ao modelo de teletrabalho se estendeu quando os respondentes foram chamados a avaliar o impacto do trabalho remoto sobre suas vidas profissionais. À seguinte pergunta: “Como seu trabalho foi afetado pela pandemia de Covid-19 e por não poder estar na Redação?”, 42,1% afirmaram que longe da Redação jornalística tiveram mais liberdade para exercer suas funções. Para 26,3%, a interlocução com seus superiores foi afetada por estarem distantes, e 15,8% consideraram que suas apurações sofreram impacto com a mudança. Igual percentual de respondentes não sentiu qualquer efeito negativo ou positivo em seus trabalhos.

É de se notar que a maior parte dos entrevistados afirmou que passaram a produzir mais trabalhando em casa (63,2%), enquanto 21,1% afirmam que produziram menos, e 15,8% dizem não ter sentido qualquer alteração no nível de produção.

A aprovação, no entanto, não se mantém quando os mesmos profissionais avaliam o suporte que as duas empresas deram a eles para desempenharem suas funções fora das Redações. Os 19 jornalistas foram questionados sobre o que acham da qualidade e do apoio das empresas a itens como a conexão com a internet a partir das casas, oferecimento de cadeira ergonômica e sistema de controle de horas trabalhadas (ponto eletrônico) e também sobre o fornecimento de máscaras de proteção e álcool em gel, material de proteção contra a Covid-19, para o caso de entrevistas e outros trabalhos que exigissem deslocamento para fora de casa. Consideraram Péssimo esse suporte 42,1% dos respondentes. Os que consideraram o suporte Ruim são 21,1%, ante 36,8% que responderam Regular.

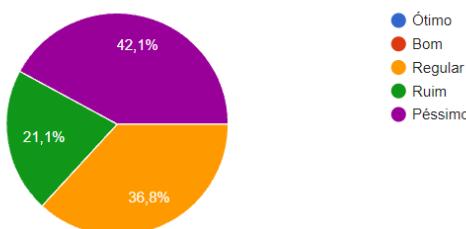
Nenhum entrevistado apontou que as empresas prestaram auxílio Ótimo ou Bom ao teletrabalho, conforme se observa na Figura 4, abaixo.

**Figura 4**

*Apoio das empresas ao trabalho remoto e proteção contra a Covid-19*

8- Como avalia o apoio da empresa a seu trabalho em casa (conexão com a internet, cadeira ergonômica, sistema de ponto eletrônico) e na rua (máscaras de proteção, álcool em gel)?

19 respostas



Pesquisa dos autores.

A avaliação dos profissionais também é negativa sobre os efeitos de trabalharem longe de seus colegas. À seguinte pergunta: “Trabalhar longe de outros repórteres e editores afeta seu trabalho?”, 68,4% disseram que Sim e 31,6% afirmam que Não.

A questão seguinte foi aberta, de modo que os respondentes de “Sim”, que observaram influência prejudicial do isolamento no seu trabalho, puderam explicar melhor de que forma se dava essa interferência. As 12 respostas são apresentadas abaixo, entre elas, são recorrentes os temas da: 1) falta de interlocuções enriquecedoras com colegas e superiores; 2) diminuição da criatividade; 3) dificuldade de planejamento do trabalho.

**Tabela 1***Efeitos negativos do teletrabalho*

<b>Como estar longe de outros repórteres e editores afeta seu trabalho?</b>
Diminui o senso de equipe e a criatividade
A interlocução com equipe e colegas gera melhora nas pautas e especiais. Eventuais reuniões virtuais ajudaram muito, mas este foi um dos fatores de piora no trabalho
Perdemos as trocas presenciais de ideias
Falta de interlocução sobre assuntos do momento e pautas
É possível desenvolver bem o trabalho de maneira remota, mas é claro, que presencialmente as trocas eram maiores
Processos de retorno e troca de ideias foram prejudicados
Não existe mais a geração espontânea de pautas, que acontecem em conversas de corredor, idas ao café etc...
01) Dificulta a possibilidade de contribuição espontânea, aquela troca natural de ideia sobre determinada pauta; 02) Dificulta a comunicação e planejamento de rotina; 03) Aumenta a prevalência do trabalho na rotina
Sinto falta de trocar ideias e experiências com os colegas
A comunicação foi afetada e passou a ter mais ruídos, pessoas fazendo a mesma tarefa, por exemplo
A interlocução com editores fica reduzida, o que prejudica a orientação do trabalho. Sem a companhia de repórteres, há menos compartilhamento de apuração, o que levar a menos insights
Por mais que tenha uma comunicação por WhatsApp/telefone, a interação acaba sendo menor. Uma dúvida pequena que seria resolvida facilmente no presencial agora demora mais ou nem se pergunta. É mais fácil entender o que ocorre na Redação, ter ideias etc...

Pesquisa dos autores

Por fim, os 19 jornalistas foram questionados se, e quando, os jornais em que são empregados deveriam retornar ao modelo presencial que predominava antes da pandemia de Covid-19. A essa pergunta, a maioria (47,4%) defendeu que essa seja uma escolha do funcionário, e outros

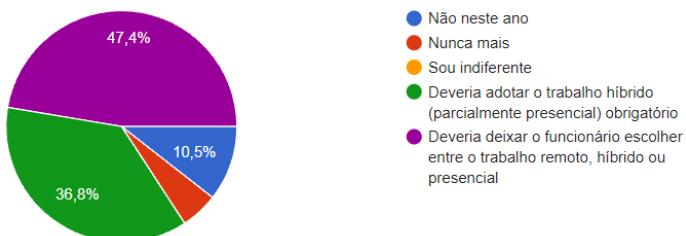
36,8% defendem um modelo híbrido. Ninguém se declarou indiferente a essa questão, conforme aponta a Figura 5, abaixo reproduzida.

**Figura 5**

*Volta ao normal*

11- Você acha que sua empresa deveria voltar ao trabalho presencial?

19 respostas



Pesquisa dos autores.

## Considerações Finais

Com medo e apreensão do alastramento da Covid-19, centenas de jornalistas das Redações de O Estado de S.Paulo e da Folha de S.Paulo foram mandados para trabalhar a partir de suas casas, no início de 2020. O distanciamento da Redação, que se esperava que durasse pouco tempo, permanece sendo o normal 20 meses após o registro do primeiro caso da doença no Brasil, em fevereiro do ano passado. Se àquela época pouco se sabia como, e se, funcionaria a produção e o trabalho jornalísticos à distância, em outubro de 2021 isso já não é uma dúvida. Outras questões, no entanto, surgiram: os profissionais devem voltar ao convívio dos colegas nos mesmos moldes pré-pandêmicos? Quando? Como o

isolamento social forçado, a estrutura doméstica dos jornalistas e as medidas adotadas pelas empresas têm impactado o trabalho realizado?

Na amostra estudada, é significativamente ampla a aprovação à experiência do trabalho jornalístico remoto. Apenas 5,3% dos 19 jornalistas que responderam ao questionário eletrônico disseram que trabalhar de casa vem sendo uma experiência ruim. Da mesma forma, 42,1% afirmaram que longe da Redação jornalística tiveram mais liberdade para exercer suas funções.

A aprovação, no entanto, não se sustenta quando a avaliação recai sobre o suporte que as empresas fornecem aos funcionários e sobre a relação com colegas e as perdas que a falta de convívio gera ao próprio fazer jornalístico.

Entre os efeitos mais citados estão a falta de interlocução com chefes e outros jornalistas e a perda da oportunidade de discussão das pautas, que leva também à perda de criatividade – fator que, embora não figure nas discussões mais ortodoxas sobre o fazer jornalístico, aparece como ponto importante na amostra, o que faz sentido quando lembramos que os jornalistas são agentes culturais criativos e criadores, e não máquinas de reprodução de uma pretensa realidade objetiva (Essenfelder, 2016).

Outra das consequências citadas é o alargamento da jornada de trabalho, quando esta ocorre em casa, o que aponta para a transformação do trabalhador de “sujeito de obediência” descrito por Foucault para “sujeitos de desempenho e produção” (Han, 2015). Nesse sentido, o mesmo parece se dar entre profissionais de outras áreas, queixosos da cultura de trabalho *non-stop* que o distanciamento ajuda a alimentar.

Apesar de levados ao trabalho remoto por uma situação de emergência sanitária completamente anômala, a volta automática e compulsória à

Redação não é um desejo desses profissionais. De um lado, portanto, temos volumosas críticas às empresas, que não fornecem a estrutura adequada, somadas a um reconhecimento efetivo da perda de aspectos sociais que por sua vez afetam a percepção da qualidade do trabalho – embora futuros estudos sejam necessários para mensurar essa eventual perda e melhor caracterizá-la. De outro lado, temos uma situação de total conformidade com o modelo remoto, com 95% dos entrevistados avaliando sua relação pessoal com esse método como ótima ou boa.

A oposição só é paradoxal se tentamos entender a situação pelo prisma exclusivamente produtivista, desconsiderando a vida desses trabalhadores como um todo. É possível que, conforme observamos, os aspectos pessoais compensem amplamente os aspectos profissionais prejudicados pela relação remota. Há que se considerar que os entrevistados são todos moradores de São Paulo, megacidade com mais de 11 milhões de habitantes, com todas as dificuldades de deslocamento, custo de vida (alimentação e transporte diários, entre outros) decorrentes também disso, e lembrar que a falta de tempo para atividades pessoais, para estar com a própria família, ou mesmo para possuir uma vida pessoal concreta, fora da esfera do trabalho, simplesmente, tem sido uma queixa histórica de jornalistas no Brasil e no mundo (Figaro, 2013, 2014; Grisci & Rodrigues, 2007; Reimberg, 2015; Travancas, 1993).

Estudo extenso organizado por Figaro (2014) concluiu que um dos aspectos mais preocupantes na vida dos milhares de jornalistas entrevistados em todo o país na ocasião era justamente a impossibilidade de equilibrar vida pessoal e vida profissional. A maioria dos respondentes à época dizia não conseguir elaborar plano algum para a vida pessoal e

só efetuar planos de curto prazo, nessa seara. Será que a pandemia terá ajudado os jornalistas a alimentarem essa vida pessoal tão negligenciada?

Se for mesmo isso, é compreensível a relutância para o retorno ao trabalho presencial, ainda que os próprios jornalistas percebam vantagens do ponto de vista relacional (com potencial, naturalmente, para ecoarem na qualidade do trabalho realizado). Por ora, O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo ainda não anunciaram seus planos para o futuro próximo – ou mesmo para o futuro pós-pandêmico. As duas empresas não definiram data para o retorno às atividades presenciais, mas é esperado que em dezembro deste ano parte dos funcionários seja convocada a retornar, no caso da Folha. No Estadão, desde este mês, editores podem marcar reuniões presenciais com suas equipes na Redação. O comparecimento presencial, no entanto, não é obrigatório às equipes.

Dados os limites da amostra avaliada, e as restrições de espaço deste artigo, acreditamos que novos estudos podem vir a confirmar esses resultados e esmiuçar questões como a contradição entre não querer voltar ao trabalho presencial, mas não sentir respaldo da empresa para manter o modelo de *home office*, as razões específicas que levam os jornalistas a preferirem trabalhar em casa, e principalmente a aferição de como o trabalho remoto impacta o jornalismo praticado, em termos da variedade e profundidade de pautas, aspectos relativos às fontes entrevistadas, relações com assessorias de imprensa e *releases*, uso mais intenso de redes sociais, perdas na qualidade do texto, escrito mais solitariamente, entre muitos outros.

Outra frente de pesquisa está associada aos modernos estudos sobre a centralidade da estrutura das Redações no jornalismo. Tradicionalmente, dizem Deuze e Witschge (2015), os modos de pensar e

de exercer o jornalismo remetem à Redação, tida como forma dominante de emprego e de organização do trabalho no campo. “A Redação se tornou o local para ser um jornalista, para ser reconhecido como tal, e os estudiosos têm validado esse processo, defendendo abordagens etnográficas exclusivamente dedicadas às Redações (Paterson & Domingo, 2011). Mas hoje, com a emergência do jornalismo pós-industrial (Anderson et al., 2013), ganha força uma espécie de jornalismo pós-Redação. Para Wahl-Jorgensen (2009), estamos vendo o começo do desaparecimento da Redação. Nesse contexto, cabe a pergunta: a pandemia terá acelerado esse processo? De que forma e com quais consequências?

Se a Redação não é mais o centro do jornal – e muito menos do jornalismo –, convém investigar de que forma a experiência intensiva com trabalho remoto, no contexto pandêmico, aponta para novas formas de pensar e de fazer o jornalismo, seja ele *mainstream*, como no caso das empresas estudadas, seja em arranjos alternativos.

## Referências

- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). *Post-industrial journalism: Adapting to the present*. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism.
- Cavallini, M. (2021). Volta ao trabalho presencial será ‘difícil’ e ‘estranha’ para os profissionais, diz pesquisa. *G1*. <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2021/08/01/volta-ao-trabalho-presencial-sera-dificil-e-estranha-para-os-profissionais-diz-pesquisa.ghtml>

Chia, R. (1995). From modern to postmodern organizational analysis. *Organization Studies* 16(4), 579-604.

Deuze, M., & Witschge, T. (2015). Além do jornalismo. *Leituras do jornalismo*, 2(4).

Essenfelder, Renato. (2016). De transmissor a narrador: desconstrução de estereótipos sobre jornalistas. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 6(18), 31-47.

Figaro, R. (2013). Perfis e discursos de Jornalistas no mundo do trabalho. In R. Figaro (org), *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. Atlas.

Figaro, R. (2014). Jornalismos e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. *Revista Parágrafo*, 2(2).

Grisci, C. L. I., & Rodrigues, P. H. (2007). Trabalho imaterial e sofrimento psíquico: o pós-fordismo no jornalismo industrial. *Psicologia & Sociedade*, 19(2), 48-56. <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/20434>

Han, B-C. (2017). *Sociedade do cansaço* (E. P. Giachini, trad.). Vozes.

Mazzo, A., Rocha, M., & Pasquini, P. (2021). São Paulo e Rio avaliam tornar máscara opcional em espaços abertos. *Folha de S.Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/10/sao-paulo-e-rio-avaliam-tornar-mascara-opcional-em-espacos-abertos.shtml>

Neff, G., & Stark, D. (2004). *Permanently beta*. In L. Lievrouw, & S. Livingstone (eds.), *Handbook of new media* (pp. 173-188). Sage.

Paterson, C., & Domingo, D. (2011). *Making online news*, (2nd ed.). Peter Lang.

Reimberg, C. O. (2015). *O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho* [Tese de doutorado em Comunicação, Universidade de São Paulo. <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-26062015-161358/pt-br.php>

Reginato, G. D. (2020). Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo nas sociedades democráticas. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 17(1), 43-53.

Travancas, I. S. (1993). *O mundo dos jornalistas*. Summus.

Wahl-Jorgensen, K. (2009). News production, ethnography, and power: on the challenges of newsroom-centricity. *Journalism and Anthropology*, 21-35. IU.

## **ANÁLISES**

# **BULOS SOBRE LA COVID-19 EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN LATINOAMERICANOS**

*Hilda Paola Muñoz-Pico<sup>1</sup>*

La divulgación de informaciones falsas en torno a la crisis sanitaria de la COVID-19 se ha convertido en un problema debido a las distintas aristas desde las que se puede abordar la pandemia: sanitaria, social, económica y política. El desafío ante la desinformación radica en una adecuada gestión y difusión de la información, por lo que los medios juegan un papel clave. Los profesionales de la comunicación deben filtrar contenidos y poner a disposición de la población información verificada, basada en pruebas. Sin embargo, rutinas periodísticas, como la de recurrir a voces de “autoridad” -por ejemplo las de políticos o funcionarios de gobierno- impiden que la cobertura sea adecuada.

---

1. PhD en Comunicación.

Docente del Departamento de Ciencias Humanas de la Universidad Internacional del Ecuador.

[himunozpi@uide.edu.ec](mailto:himunozpi@uide.edu.ec)

Esto se aprecia, especialmente, en los temas cuyo eje principal tiene que ver con la ciencia y su método, en los que se requiere de una voz experta. Es decir que, como en otros asuntos de relevancia social, las representaciones de los medios afectan las opiniones del público sobre la pandemia. Por ello, ahora se mencionarán algunos criterios de noticiabilidad, por los que se decide qué es de interés periodístico, para adentrarnos en la cobertura de la COVID-19.

Los criterios de noticiabilidad son básicos dentro de las rutinas periodísticas. Su uso facilita la delimitación de la agenda informativa, incluidas la selección de temas y su jerarquización. Ortells-Badenes (2014) distingue dos tipos de criterios que se complementan entre sí para llevar a cabo el proceso de elección de contenidos informativos: los periodísticos y los extraperiodísticos. Estos últimos abordan aquellas cuestiones que condicionan la selección informativa, no por el contenido, sino por las limitaciones o condicionantes que posee el propio medio. De esta manera, entre los criterios periodísticos señala a: 1) la novedad, 2) el impacto y la trascendencia social, 3) el conflicto, 4) el interés humano, 5) la notoriedad, 6) la proximidad, 7) la dimensión del hecho, 8) la rareza, 9) la idea de progreso y utilidad de la información, 10) la calidad del material audiovisual, 11) la accesibilidad, 12) la continuidad del hecho, y 13) el equilibrio temático. Mientras que en lo que respecta a los criterios extraperiodísticos ubica a: 1) la observación de la competencia, 2) el análisis de su público objetivo, 3) la línea editorial, 4) los actores económicos, y 5) las limitaciones relacionadas con los recursos técnicos del medio. Aparte de los factores señalados anteriormente, se deben considerar cuestiones que se han ido convirtiendo en tendencia, por lo que también repercuten en las representaciones de los

medios. Una de ellas es el infoentretenimiento que, de alguna manera, desdibuja la frontera entre los géneros informativos y el entretenimiento (Delli & Williams, 2011). Como el interés de este estudio es la propagación de bulos sobre la COVID-19 en los medios de comunicación, a continuación se hablará sobre algunos criterios periodísticos que han propiciado su difusión y se los complementará con ejemplos.

- Novedad: la necesidad de tener algo “nuevo” que informar y de hacerlo público de inmediato -dado que su relevancia puede desaparecer con el paso del tiempo- puede llevar a equívocos, como cuando el periódico *La Patria* publicó en marzo de 2021 que el Gobierno boliviano cerró las fronteras con Brasil para evitar el ingreso de una nueva cepa de coronavirus surgida en ese país, información que posteriormente fue desmentida por las autoridades bolivianas.
- El interés humano: los temas que tratan sobre las personas y sus vicisitudes permiten conectar emotivamente con la audiencia, sin embargo, es importante que lo que se cuenta sea verificado para no desinformar. Esto último fue obviado por los canales bolivianos *Red Uno* y *Bolivisión* que publicaron en marzo de 2021 un vídeo de personas en Brasil, orando en las calles por una supuesta nueva cepa de coronavirus que azotaba a su territorio, cuando aquel vídeo era de abril de 2020.
- La utilidad de la información: los medios tienen una vocación de servicio social, por lo que es común encontrar entre sus contenidos información que sirva a la gente en su cotidianidad, más aún en el contexto de la pandemia. Sin embargo, es necesario que lo que se dice tenga un sustento real para no confundir a las personas, llevándolas a actuar de forma inapropiada. Esto fue pasado por alto por una presentadora de *Canal 26*, de Argentina, que dijo que el 99,98% de individuos “puede pasar el coronavirus sin vacunarse” y que todos los que se enferman producen anticuerpos, lo que es falso ya que, como se sabe, la probabilidad de morir

depende, sobre todo, de la edad de las personas y de si tienen condiciones médicas preexistentes, por lo que el riesgo de muerte es muy alto en ciertos casos (Mayoclinic.org, s.f.). Adicionalmente, no todos los que se contrajeron el SARS-CoV-2 crean anticuerpos. Según la OMS (2020), algunos desarrollan anticuerpos específicos, pero estos varían entre los que enfermaron gravemente (altos niveles de anticuerpos) y los que tuvieron síntomas leves o fueron asintomáticos (bajos niveles de anticuerpos).

- El impacto y la trascendencia social: la vacunación es uno de los mayores logros en el marco de la pandemia. Del avance de ese proceso depende el retorno a la normalidad, incluidas las actividades económicas, que son las que preocupan especialmente en los países más pobres. Informar sobre esto, por lo tanto, da cuenta de cómo un país enfrenta a la pandemia. En un intento por contar esto, el periódico *Bolivia* indicó en una de sus portadas “Vacuna Sputnik V llega al 97,7 % del personal de salud en todo el país”. Sin embargo, las dosis recibidas solo alcanzaban para el 5 % del total del personal de salud, tal como publicó el diario *Página Siete* (Zapana, 2021).
- Conflicto: los medios suelen buscar voces que sean capaces de movilizar los componentes más emotivos de la audiencia (Vicente-Mariño & Vicente-Torrico, 2014) recurriendo para ello, principalmente, a figuras políticas. Los políticos, aparecen, en noticias y entrevistas que llegan con poca profundidad a las audiencias y refuerzan modos de ver el mundo y lo que sucede en él (Moreno-Cano & Angulo-Rincón, 2013; Quiñónez, 2012). Al no ser fuentes especializadas, dan cabida a que las falsedades se cuelen en los medios. Ejemplo de ello fueron las declaraciones del candidato a la Presidencia de Perú, Hernando de Soto, quien durante una entrevista televisiva dijo que Perú “es el único país donde el monopolio de la entrega de vacunas para la COVID-19 lo tiene el Estado”, cuestión que es falsa ya que, como es de conocimiento público, en varios países el Estado es el único encargado de la vacunación de la población. Por último, el hecho de que el discurso científico quede relegado frente al

político se debe a que los expertos suelen quedarse en un plano predominantemente expositivo, no buscan el conflicto, por lo que los medios buscan a actores que puedan generararlo.

Los criterios periodísticos, de manera general, no propician la desinformación. Esta surge cuando los profesionales de la comunicación olvidan ciertos puntos básicos, como la verificación, al momento de informar. De hecho, cuestiones como la novedad sirven para contar de forma novedosa lo existente.

## **Objetivos**

Esta investigación tiene por objetivo identificar los bulos difundidos sobre la COVID-19 que tuvieron como primera plataforma de distribución a medios de comunicación. Esto servirá, entre otras cosas, para conocer las rutinas periodísticas que propician la diseminación de contenidos falsos; así como también los tipos de bulos más difundidos en Latinoamérica.

## **Metodología**

Para conocer la realidad de la difusión de bulos sobre la COVID-19 en el contexto latinoamericano se seleccionaron países representativos ya sea por el número de empresas de medios con las que cuentan, lo que les permite ser exportadores de contenidos, y a aquellos en los que la medicina ancestral tiene una importante cabida para tratar variedad de enfermedades y dolencias. Así se seleccionó a Argentina, México, Colombia, Chile, Perú y Bolivia y se realizó un análisis de contenido de las informaciones emitidas durante el primer trimestre de 2021. Se delimitó ese periodo de tiempo porque resultaba interesante observar

las representaciones de los medios de cara al primer año de pandemia, tras su declaratoria oficial por parte de la Organización Mundial de la Salud en marzo de 2020 (“La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia”, 2020).

Entre las consideraciones metodológicas también se utilizó la definición de bulo de Salaverría et al. (2020, p. 4) que lo señalan como “todo contenido intencionadamente falso y de apariencia verdadera, concebido con el fin de engañar a la ciudadanía, y difundido públicamente por cualquier plataforma o medio de comunicación social”; así como la tipología de bulos que los autores emplean. Se recurrió, además, a la metodología utilizada en otras investigaciones sobre desinformación en las redes sociales, analizando los bulos identificados como tales por plataformas de verificación (Brennen et al., 2020). En total, de enero a marzo de 2021 se registraron 219 contenidos falsos relacionados con la pandemia en [Chequeado.com](https://Chequeado.com), [Animalpolítico.com](https://Animalpolitico.com), [Colombiacheck.com](https://Colombiacheck.com), [Malaespinacheck.cl](https://Malaespinacheck.cl), [Ojo-publico.com](https://Ojo-publico.com) y [Boliviaverifica.bo](https://Boliviaverifica.bo). De ellos, 30 tuvieron como primera plataforma de difusión a medios de comunicación.

La matriz para el análisis se realizó en base a las siguientes preguntas de investigación:

- [P1] ¿Qué formatos se emplean en los bulos?
- [P2] ¿Cuál es su temática principal?
- [P3] ¿Cuáles son las fuentes de los bulos?
- [P4] ¿Dónde (territorio) se generan?
- [P5] ¿Qué tipos de bulos son los predominantes?

## Resultados

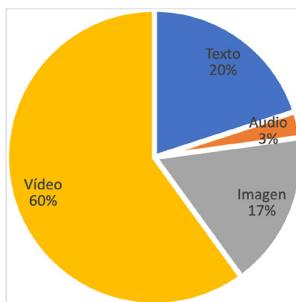
El análisis de contenido fue sometido a una prueba intercodificadores para establecer el acuerdo entre el juicio de los dos codificadores que participaron en el estudio. Para esto se empleó la  $k$  de Cohen, obteniendo un resultado superior al 90 % para cada variable. A continuación se responden las preguntas de investigación:

### *[P1] ¿Qué formatos se emplean en los bulos?*

Aquí nos interesó conocer el formato o formatos predominantes en la difusión de bulos, por lo que se consideró el texto, el audio, la imagen y el vídeo. La mayor parte de las falsedades utiliza diversos formatos. A la cabeza está el vídeo (21 casos), cuyo éxito radica en la experiencia que genera en el receptor ya que, a diferencia de los contenidos acústicos y textuales, es multisensorial. En el mundo material, nuestros sentidos perciben estímulos visuales y acústicos que requieren de un procesamiento cognitivo semejante al del audiovisual (Morante, 2009). Asimismo, este formato permite expresarse en varios canales a la vez (verbal, visual, textual, gráfico y musical), influyendo en el receptor en distintos niveles: racional, emotivo y estético, lo que hace que su riqueza comunicativa sea difícil de alcanzar por otros medios (Martínez, 2010). Luego estuvo el texto (7 casos), un formato fácil de manipular y de combinar con recursos visuales y sonoros; y las imágenes (6), que se emplean con el fin de dotar de mayor verosimilitud a los enunciados (Muñoz-Pico et al., 2021).

## Gráfico 1

### *Formatos empleados en el bulo*



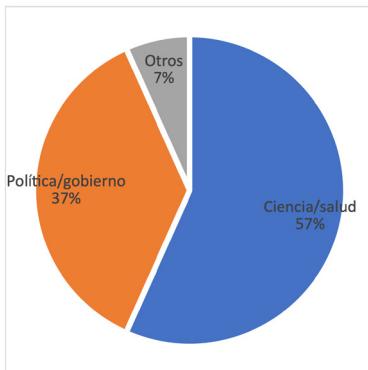
Elaboración propia.

### *[P2] ¿Cuál es la temática principal de los bulos?*

Para responder a esta interrogante, los bulos se dividieron en tres categorías principales, tal como lo hicieron Salaverría et al. (2020): 1) ciencia y salud, en la que se abordaron los aspectos sanitarios y científicos relacionados con la pandemia; 2) política y gobierno, en el que se trataron asuntos de gobierno a escala local, nacional e internacional y en el que los principales protagonistas fueron los partidos políticos y sus miembros, así como los funcionarios o exfuncionarios públicos, y 3) otros. En el gráfico 2, se ve que los bulos sobre ciencia y salud fueron los predominantes (17 casos), seguidos de los de política y gobierno (11), lo que da cuenta de que los vacíos sobre el coronavirus posibilitan que se difunda información errónea.

## Gráfico 2

### *Tema principal del bulo*

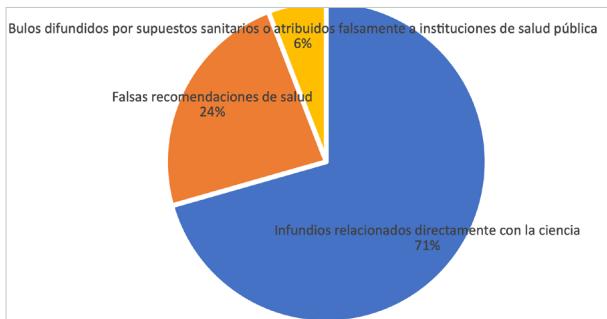


Elaboración propia.

Para tener una mejor comprensión sobre los bulos de la categoría de ciencia y salud, al igual que en el estudio de Salaverría et al. (2000), se los desagregó en: 1) infundios relacionados directamente con la ciencia, 2) falsas recomendaciones de salud, 3) falsedades relacionadas con la gestión sanitaria, y 4) bulos difundidos por supuestos sanitarios o atribuidos falsamente a instituciones de salud pública. Luego del análisis se encontró que los infundios relacionados directamente con la ciencia se ubicaron en primer puesto (12 casos), muy por encima de las falsas recomendaciones de salud (4) y de las aseveraciones difundidas por supuestos sanitarios o instituciones de salud pública (1). El análisis no arrojó casos sobre falsedades relacionadas con la gestión sanitaria, cuestión que se debe, en gran parte, a que se acudió a las fuentes oficiales encargadas de tratar dicho asunto.

### Gráfico 3

#### *Bulos de la categoría Ciencia y salud*



Elaboración propia.

#### *[P3] ¿Cuáles son las fuentes de los bulos?*

Para esta pregunta se consideraron cuatro tipos de fuentes: reales, anónimas, ficticias y suplantadas. Tras el análisis se observó que de las 30 fuentes citadas, 29 eran reales (97 %), es decir, personas o instituciones correctamente identificadas, y apenas una fue suplantada. Debido a lo llamativo de este resultado se lo amplió con el fin de conocer la identidad de esas fuentes. Como se ve en el gráfico 4, los políticos y los funcionarios públicos, con un 50 %, fueron las fuentes que más difundieron bulos sobre la COVID-19. Esto tiene que ver con el periodo de análisis de la muestra (enero-marzo 2021) que antecedió a las elecciones generales de Perú para escoger presidente, vicepresidente, congresistas y parlamentarios andinos para el periodo 2021-2026, por lo que se generaron entrevistas en medios de comunicación con los postulantes a las distintas dignidades. Entre ellos se encontraron Rafael López Aliaga, candidato a la Presidencia, que dijo que “la vacuna de Sinopharm no tiene certificación en ninguna parte del mundo”; Fernando Rospigliosi,

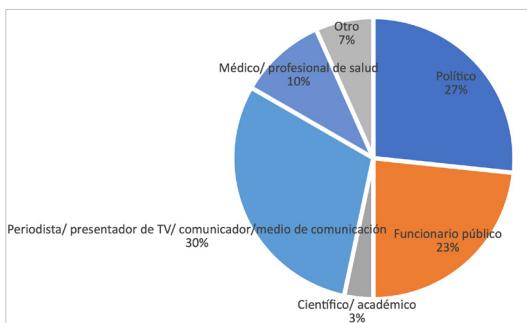
candidato al Congreso, quien aseveró que su país tiene “la mayor cantidad de muertos del mundo por millón de habitantes debido a la COVID-19” y Yonhy Lescano, candidato a la Presidencia, que afirmó que “la sal mata al bicho (responsable de la COVID-19) cuando se instala en la garganta”.

Llama la atención que el segundo lugar lo hayan ocupado los profesionales de la comunicación, con el 30 %. Esto se debe a que, como se adelantó en la parte introductoria, no se ciñen a una cuestión que debe ser infaltable en el periodismo, sobre todo en situaciones de crisis: la verificación. El diario *La República*, por ejemplo, publicó que Colombia pagaría 21 dólares por dosis de la vacuna de la Universidad de Oxford y AstraZeneca junto a precios entre 2,19 y 4,5 dólares para otros países citando como fuente al Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef, por sus siglas en inglés), que tiene datos recolectados de fuentes públicas sobre los precios por dosis, pero en el que Colombia ni siquiera aparecía. Otro caso fue el del *Nuevo Sur* de Bolivia que puso en portada que la medicina tradicional es una opción para curar y prevenir la COVID-19, a pesar de no contar con evidencias científicas que respalden esa afirmación.

Por último, llama la atención que los científicos y/o expertos; así como médicos y profesionales de la salud hayan malinformado sobre la COVID-19 (13 % del total). Una explicación sobre esto es que entre ellos se encuentran los denominados “antivacunas”, como el alemán Andreas Kalcker, principal promotor del uso del dióxido de cloro, quien dijo que Bolivia no reportó decesos por coronavirus tras la aprobación del uso de esa sustancia, sin embargo, aquello era falso.

## Gráfico 4

### *Identidad de las fuentes*



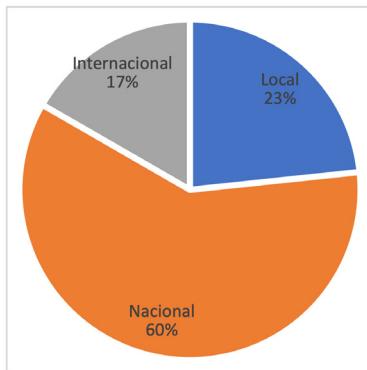
Elaboración propia.

### *[P4] ¿Dónde (territorio) se generaron los bulos?*

Para responder este asunto se establecieron tres territorios principales: local, nacional e internacional y se encontró que las informaciones que abarcaban a todo un país, es decir, las nacionales, fueron las más frecuentes (18 casos), seguidas de las que se centraban en contextos locales (7) y de las que abordaban temas internacionales (6). Este resultado da cuenta de las dinámicas de creación y propagación de los bulos: existe una relación entre el contenido de los bulos y su ámbito territorial. En ciertos casos esto se debió a cuestiones culturales y sociales como el difundido uso de la medicina tradicional en Bolivia que llevó a que se generen publicaciones sobre su “poder” contra el coronavirus; y al abordaje de temas relevantes a escalas nacionales, como los procesos de vacunación y la situación de los sistemas sanitarios.

## Gráfico 5

### *Territorio principal de los bulos*



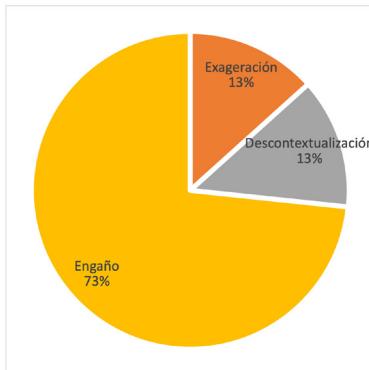
Elaboración propia.

### *[P5] ¿Qué tipos de bulos son los predominantes?*

Para esta pregunta hubo cuatro alternativas, tomadas de Salaverría *et al.* (2020): 1) broma, aquellos bulos en lo que se difunde información falsa con un fin burlesco, satírico, caricaturesco o paródico, 2) exageración, aquellos mensajes que, a pesar de tener algo de verdadero, entran en el terreno de la falsedad, 3) descontextualización, los bulos que dan cuenta de declaraciones o hechos reales, pero en un contexto deliberadamente falso o tergiversado, y 4) engaño, la falsificación absoluta, en la que se fabrican contenidos con la intención de hacer creer a las personas hechos o declaraciones falsas. De todos ellos, el tipo de bulo encontrado con mayor frecuencia fue el engaño (22 casos), muy por encima de la exageración y la descontextualización que tuvieron 4 casos cada uno. Esto se explica, sobre todo, por la contienda electoral en Perú, en la que ciertos candidatos aseveraron hechos que eran falsos.

## Gráfico 6

### Tipos de bulos



Elaboración propia.

## Conclusiones

Este estudio mostró que la concepción de informar, de alguna manera, ha cambiado. Antes, implicaba la descripción precisa y verificada de un hecho, unida a una serie de parámetros contextuales que permitían a las personas comprender su significado profundo; mientras que desde hace algunos años, sobre todo por la tendencia de la televisión del directo y del tiempo real, implica mostrar la historia en marcha. Esa instantaneidad acarrea en una bajada en la calidad informativa. La mayoría de bulos sobre el coronavirus fue diseminado por políticos o funcionarios públicos, que no fueron replicados por los periodistas cuando daban declaraciones. Estos últimos, además, descontextualizaron o malinterpretaron algunos datos oficiales. La agenda informativa desplazó temas que ayudarían a la audiencia a comprender mejor la pandemia y cómo superarla -por ejemplo, a través de la vacunación- por asuntos de carácter político sobre todo. Los datos expuestos indican que la desinformación

en relación con la pandemia de la COVID-19 puede conllevar a mayores problemas sanitarios por las falsas interpretaciones sobre tratamientos. Finalmente, aunque es un hecho que la ciencia se puede politizar, no todos los temas tienen por qué adentrarse en la cuestión política. Hay que privilegiar los asuntos que aporten a la comprensión de la pandemia, de esta manera se impulsará la responsabilidad ciudadana en beneficio de todos.

## Referencias

- Brennen, J., Simon, F., Howard, P., & Nielsen, R. (7 de abril, 2020). Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation. *Reuters Institute*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Delli, M., & Williams, B. (2011). *After broadcasting news*. Cambridge University Press.
- La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia. (2020, marzo 11). Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Mayoclinic.org. (s.f). COVID-19: ¿quién está a un mayor riesgo para los síntomas de gravedad?. Obtenido de: <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/in-depth/coronavirus-who-is-at-risk/art-20483301>
- Moreno-Cano, A., & Angulo-Rincón, L. (2015). La información medioambiental en la agenda mediática regional de España y Colombia: un estudio comparativo. *Respuestas*, 20(2), 34-53.

Muñoz-Pico, H. P., León, B., & García, A. N. (2021). Representación del cambio climático en YouTube: un análisis cuantitativo de los videos más populares. *Palabra Clave*, 24(1), e2415. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.1.5>

OMS. (2020). COVID-19: serología, anticuerpos e inmunidad. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19-serology>

Ortells-Badenes, S. (2014). Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento. *Textual & Visual Media*, 7, 207-220.

Quiñónez, H. (2012). Periodismo Ambiental: un análisis a los medios digitales venezolanos Noticias 24 y Reporte 360. *Disertaciones*, 5(1), 184-208.

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Vicente-Mariño, M., & Vicente-Torrico, D. (2014). Presencia y funciones del discurso científico en la cobertura informativa y cinematográfica del cambio climático. *Prisma Social*, (12), 120-142.

Zapana, V. (30 de enero, 2021). El primer lote de vacunas sólo cubrirá el 5% de los 200 mil médicos y salubristas. *Página Siete*. <https://www.paginasiete.bo/sociedad/2021/1/30/el-primer-lote-de-vacunas-solo-cubrira-el-5-de-los-200-mil-medicos-salubristas-282833.html>

# **O AFETO NAS NOVAS PRÁTICAS INFORMACIONAIS: A ATUAÇÃO JORNALÍSTICA NA PLATAFORMA “INUMERÁVEIS” NA PANDEMIA DA COVID-19**

*Vanessa Silva Oliveira<sup>1</sup>*  
*Fellipe Sá Brasileiro<sup>2</sup>*

A pandemia da Covid-19 revelou números alarmantes de pessoas doentes ao mesmo tempo, internações que lotaram hospitais, falta de leitos e mortes, muitas mortes por dia no Brasil. É perceptível que muitas famílias foram atingidas pela dor da perda de um ente querido. Diante das vidas perdidas, algumas foram destacadas pela plataforma Inumeráveis, única plataforma do Brasil que registra obituários com o trabalho de jornalistas e outros profissionais voluntários. E, o foco deste

- 
1. Mestranda do PPGC - Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB - Universidade Federal da Paraíba.  
[vane.oliv89@gmail.com](mailto:vane.oliv89@gmail.com)
  2. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB - Universidade Federal da Paraíba. Doutor em Ciência da informação pela UFPB.  
[fellipesa@hotmail.com](mailto:fellipesa@hotmail.com)

trabalho é nos jornalistas, onde há a emergência da descoberta do afeto numa nova prática informacional atrelada às tecnologias digitais, que reconstrói as práticas tradicionais.

A teoria dos afetos, avançou com Baruch Spinoza, um filósofo que é fonte dos trabalhos mais contemporâneos sobre e Hardt (2015), o cita ao fazer um artigo que questiona “Para que servem os afetos?”. É revelado o conceito de que o afeto tenha uma correspondência entre o poder de agir e o poder de ser afetado. Ou seja, quanto maior for nosso poder de ser afetado, maior será a vontade de agir. Para o autor, os afetos também podem ser ações que surgem de partes do corpo:

Existem as razões, ou ações da mente, que juntamente com as ações do corpo poderiam levar, provocativamente, a uma razão corpórea; e existem as paixões, tanto da mente quanto do corpo. A perspectiva dos afetos não supõe que razão e paixão sejam a mesma coisa, mas, em vez disso, focalizam a ambas num continuum. [...] Assim como não é possível prever as ações de um corpo nem os pensamentos de uma mente, não é possível saber o que os afetos podem provocar. (Hardt, 2015, pp. 10-11)

Outros autores, como Jameson (2006, p. 43), que nos anos de 1990 disse que a contemporaneidade seria atingida pelo “esmaecimento do afeto”. Mas, essa ideia tem uma contraposição, por Massumi (2002, p. 107) que diz que o afeto tem se tornado penetrante ao invés de ter diminuído.

E ao analisar a relação do afeto e das práticas informacionais, percebe-se a interligação dos conceitos segundo Schatzki (2001), que diz que a prática é o que faz sentido para as pessoas fazerem, o que ele chama de inteligibilidade prática, e que depende dos afetos que ela sente ao se engajar em uma determinada prática. Para ele, os projetos e as tarefas

que as pessoas têm ao longo da vida são especificadas em função do que é relevante para elas, a depender das crenças, esperanças, expectativas, emoções, afetos, humores. Schatzki (2001), ainda ressalta que os limites de uma prática são determinados pela estrutura teleoafetiva, a qual ele define como sendo um conjunto de fins corretos e aceitáveis. E quanto ao afeto, Massumi (1995) acrescenta que faz sentido para as duas partes, o que pode acontecer entre jornalistas e familiares que perderam entes queridos na pandemia:

Os afetos são essas duas faces, vista do lado da coisa real, expressa em suas percepções e cognições. [...] Pois o afeto é sinestésico, implicando uma participação dos sentidos um no outro: a medida das interações potenciais de uma coisa viva é sua capacidade de transformar os efeitos de um modo sensorial em outro [Affect is this two-sidedness as seen from the side of the actual thing, as couched in its perceptions and cognitions. [...] For affect is synaesthetic, implying a participation of the senses in each other: the measure of a living thing's potential interactions is its ability to transform the effects of one sensory mode into those of another]. (Massumi, 1995, p. 96)

Nas análises destas atividades dos jornalistas, dos afetos durante as práticas informacionais obituárias em plataformas digitais foi aplicado um questionário que tem como objetivo fazer a pesquisa em contextos digitais e de isolamento social, já que a humanidade vive na pandemia da Covid-19 durante o curso da pesquisa. Foram feitos questionários com a participação de cinco jornalistas que desejaram participar voluntariamente, um de cada região do país (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul). As questões foram elaboradas no sentido que os jornalistas pudessem dar informações no período de Maio de 2020, quando a plataforma Inumeráveis foi criada e um ano após, em Maio

de 2021, quando o trabalho continuou sendo realizado. Assim, podem ser encontradas particularidades, a depender de cada lugar do país e também haverá a compreensão dos afetos e mudanças das práticas informacionais neste período.

## **Histórico da Plataforma Inumeráveis**

A partir do exposto nas mídias e pela repercussão, em maio de 2021 dois amigos publicitários resolveram criar a plataforma “Inumeráveis” (<https://inumeraveis.com.br>) como forma de humanizar e transformar números, em relatos. Perfis são narrados pelos familiares, informações são checadas e publicadas pelos jornalistas voluntários. Para um dos colaboradores do projeto, Rogério José Ferreira, o projeto precisava de jornalistas para seguir em frente, porque não era a área dele, nem dos amigos. A equipe é formada por voluntários, na maioria jornalistas e estudantes da área, mas também tem publicitário, biólogo, arquiteto, professores formados em Letras, psicólogos e outros profissionais.

A proposta colaborativa, conta com a ajuda de jornalistas que se inscrevem em todo o país para checar histórias de mortes locais e relatar. E esse processo de colaboração é conceituado por Brambilla (2007), que diz que o jornalista que é colaborador deve estar preparado para receber o material e checar através de pesquisa, antes do conteúdo ser veiculado. Assim os textos contam a história que remetem aos obituários de jornalismo impressos e televisivos. Porém, nesta plataforma “Inumeráveis”, o obituário é um memorial online com linguagem literária. Para Costa (2008), você pode ter a dor da perda, mas isso não impede

---

3. Início do Inumeráveis: Aguiar e Silveira (2020).

que você celebre os fatos importantes da vida de uma pessoa. E é o que propõe o site: eternizar os números em textos literários que traduzem a vida de um ser humano. Para Pena (2005) o jornalista não ignora o que aprendeu no jornalismo diário ao escrever um texto literário:

O que ele faz é desenvolvê-las de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. Mas, os velhos e bons princípios da redação continuam extremamente importantes, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, entre outras coisas. (Pena & Felipe, 2005, p. 7)

A plataforma Inumeráveis, foi uma de tantas empresas que precisaram criar uma plataforma para que chegassem ao público. As atividades informacionais dos jornalistas voluntários do Inumeráveis se baseiam em checar as notícias através de telefone, mensagens, redes sociais e publicam na plataforma.

A equipe precisa checar com familiares as informações, além de fontes oficiais para que os registros divulgados sejam verdadeiros. Os textos são publicados no site Inumeráveis em ordem alfabética de A-Z com nome, sobrenome e idade, além de um subtítulo com características dessas vítimas que morreram por causa da Covid-19. Ao abrir cada texto do site “Inumeráveis”, logo abaixo tem a descrição de quem enviou as informações (familiar ou amigo), por quem foi apurado, editado e moderado. E no texto é descrita com características, a pessoa que deixou um legado (ver figura 1).

Outro ponto que se destaca no site “Inumeráveis” é a criação de núcleos regionais dentro das Universidades de todo o país onde professores de Comunicação, estudantes e jornalistas criaram um reforço

de checagem como uma redação. Assim, o fato da morte é checado, produzido e enviado para o portal. O processo produtivo da plataforma, segundo os colaboradores do site “Inumeráveis”, é comparado aos portais de jornalismo, porém, com colaboradores voluntários. Além disso, dá oportunidade de aprendizado aos estudantes de Comunicação. Quando os jornalistas enviam o texto, existe uma produção que checa e editores que revisam e enviam o texto. Para Murad (2018), a Internet ajuda neste processo produtivo dos jornalistas:

Um leque de oportunidades se abre à atividade jornalística na Internet, no que concerne ao processo de produção e difusão da notícia, em função das tecnologias digitais e das redes interativas. No que se refere à pesquisa, o jornalista tem acesso a incalculável quantidade de informações oriundas de fontes plurais, o que pode lhe ajudar na confecção e apuração de pautas. (Murad & Angèle, 2018, p. 5)

## Figura 1

### *Memorial escrito por jornalista*

Acacio Cardoso Duarte  
1932 - 2020

Ele tinha o engraçado costume de dormir na mesa durante o almoço da família.

A esposa Magali, sua eterna namorada, chamava-o de "Xuxu". Os amigos mais próximos faziam o mesmo.

Engenheiro elétrico, passava horas em sua oficina consertando alguma coisa ou mexendo em seu Aero Willys – carros antigos eram uma de suas paixões. Ele tinha outras, como azetona preta (risos), seu sítio, sua família, e o Encontro Matrimonial. Acacio acha nestes encontros, ligados à igreja, uma fonte de realização. Por ter o dom da palavra, ele sabia, como poucos, tocar o coração das pessoas e perdeu a conta de quantos casamentos salvou graças à isso.

Acacio foi um herói da capa vermelha e dono do ronco mais alto que a filha Camila já ouviu.

"Meu pai teve paralisia infantil e, por isso, tinha uma perna mais curta que a outra e mancava ao caminhar. Mas, nunca, na minha vida, vi deficiência física neta", diz ela.

Ao longo da vida, Acacio teve algumas revéses na saúde, passando a depender de muletas e, posteriormente da cadeira de rodas. Isso não alterou a percepção da filha. "Continuou o exercendo como o meu herói de capa vermelha".

Marido, pai e avô carinhoso, sempre fez tudo que esteve ao seu alcance para garantir boa educação e princípios aos filhos Rodrigo, Camila e Alexandre.

Acacio nasceu em São Paulo (SP) e faleceu em São Paulo (SP), aos 68 anos, vítima do novo coronavírus.

Jornalista desta história Ticiane Werneck, em 20 de julho de 2020.

Werneck (2020).

Para que o site consiga alimentar a plataforma com histórias de vítimas da Covid-19, é preciso além dos jornalistas, os familiares ou amigos se predisponham a colaborar e a partir daí se destaca o jornalismo colaborativo que aparece em reflexões de Belochio (2008):

O aparecimento de espaços colaborativos em jornais digitais demonstra a apropriação do modelo de construção de notícias a partir da contribuição de amadores, que se consolidou na cauda longa da informação (...). Verifica-se a potencialização da interação com o público, bem como a mudança de seu papel no ciclo informativo. (Belochio, 2008, pp. 3-4)

A definição de cauda longa da informação feita por Anderson (2006) e citada por Belochio (2008) tem sentido direto com o contexto em que o “Inumeráveis” foi criado. Para Anderson (2006), a cauda longa da informação diz que na era da comunicação digital é possível atender massas quanto minorias. O que antes era publicado apenas por grandes centros de comunicação, agora são divulgados por quem divide espaços com amadores. E acredita-se que essa cauda longa tende a crescer, como uma maneira de democratizar mais a informação.

O projeto Inumeráveis ganhou tanta repercussão que o programa Fantástico, exibido aos domingos pela Rede Globo, passou a divulgar vídeos de atores que interpretam com emoção os textos e narra descrevendo quem eram algumas dessas vítimas. Ao convergir as informações do site “Inumeráveis” à televisão, o texto literário passou a ser narrado em voz e vídeo por atores e não jornalistas. Como personagens de uma triste trama que vivemos na pandemia do Novo Coronavírus. Neste caso, como cita Pena (2006), o jornalismo literário não se trata apenas de amarras da redação ou de veia literária em um livro-reportagem.

O conceito é mais extenso e significa aumentar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide', evitar os definidores primários' e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos". (Pena, 2006, pp. 6-7).

Ou seja, o texto jornalístico literário não deixou de ter suas próprias características no momento em que um ator narra a história na televisão.

Ainda segundo Pena (2006), historicamente tentou-se definir o jornalismo literário e diversas vezes houve transitoriedade.

Diante desse quadro, imagine o problema que é analisar a junção de dois discursos diferentes: o jornalístico e o literário. Ao longo da história, vários teóricos tentaram definir essa junção como um gênero específico. Entretanto, se o princípio básico é o da transformação e da transitoriedade, a missão torna-se impossível. Então, a única alternativa é propor uma aproximação conceitual, identificando subdivisões possíveis de acordo com o momento histórico.

No site Inumeráveis descreve como o projeto teve início e explica o porquê da existência dele com o objetivo de que as vítimas da Covid-19 não fossem apenas números:

Um memorial dedicado à história de cada uma das vítimas do Novo Coronavírus no Brasil. É uma celebração de cada vida que existiu e existe, e de como podemos entrelaçá-las para construir memória, afeto, respeito e futuro. Em 2020, o mundo vem sendo duramente atingido pelo Coronavírus. Como em todas as pandemias, pessoas tornaram-se números. Estatísticas são necessárias. Mas palavras também. Se nem todas as vítimas tiveram a chance de ter um velório ou de se despedir de seus entes queridos, queremos que tenham ao menos a chance de terem a sua história contada. De ganharem identidade e alma para seguir vivendo para sempre na nossa memória. ("Memorial", s.d., pars.1-3)

É neste momento que percebe-se a preocupação pela humanização.

E o jornalismo humanizado vem desde os tempos da ditadura militar quando as empresas tentavam modernizar os veículos de comunicação e quem protagonizava as reportagens eram pessoas comuns que vivem a luta do cotidiano. Descobrir essa trama dos que não têm voz, reconstruir o diário de bordo da viagem da esperança, recriar os falares, a oratória dos que passam ao largo dos holofotes da mídia convencional [...] Contar uma boa história humana, afinal, é o segredo da reportagem. (Medina, 1999, p. 28)

Há a proximidade do jornalista com a história e a interpretação do universo em que ele está: “O autor abandona a arrogância de dono da verdade e mergulha com delicadeza no pântano anônimo do cotidiano incerto e não sabido” (Medina, 2003, p. 135). Assim, o compromisso do comunicador é de expressar usando as funções técnicas, mas também “a função social de comprometer - se com o mundo, de reconhecer que sua autoria responsável deve ser fruto do diálogo social, de sua cumplicidade/solidariedade com o público – os outros seres humanos” (Ijuim, 2002, p. 42). Ijuim (2002) acrescenta que o trabalho pode ser o resultado de um processo de pessoalização, como ser um comunicador de solidariedade, compaixão e humanização.

### **Análise dos Questionários dos Jornalistas Voluntários do “Inumeráveis”**

O processo de colaboração jornalística no site Inumeráveis acontece através das plataformas digitais com jornalistas voluntários espalhados em todo o Brasil, que se dispuseram a checar notícias de mortes em localidades distintas, conversar com familiares e publicar as histórias. A checagem é uma etapa considerada essencial para que uma história não seja divulgada erroneamente e pode ser feita com diferentes órgãos

públicos, familiares e através de dispositivos móveis ou outras ferramentas. Por isso, a pesquisa teve como objetivo aplicar um questionário com três perguntas sobre afeto e práticas com cinco jornalistas, um de cada região do Brasil (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul). Para Gil (2002), através do questionário “entende-se um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado”.

No questionário foi abordado o período de Maio de 2020 (quando o projeto Inumeráveis começou) e Maio de 2021, quando ainda a pandemia estava instalada e com números altos de mortes. Assim, teve como se perceber, neste período de 1 ano que práticas existiam, como se transformaram e como estão acontecendo entre os jornalistas. E entendemos como as práticas informacionais obituárias aconteceram em cada local.

Foram feitas três perguntas e a seguir serão elencadas, além da identificação dos entrevistados, as respostas e as análises teóricas comparativas entre afeto e práticas informacionais. O primeiro questionamento foi como eles definiam o afeto:

Laís Oliveira – Juiz de Fora – Minas Gerais-MG: “Afeto de maneira geral é se preocupar, querer o bem”.

Ana Beatriz Braga – Manaus – Amazônia – AM: “Quando se cria um laço na relação, seja amoroso, amigável ou fraternal, o afeto é um sentimento de preocupação e carinho para com outra pessoa”.

Patrícia Coelho – Porto Alegre – Rio Grande do Sul – RS: “Sem dúvida, me parece um sentimento agregador, que faz brotar o melhor da gente na gente mesmo e permite que ofereçamos este melhor para quem é o objeto dessa afetividade”.

Bettina Turner – São Paulo – SP: “Afeto para mim é uma energia, algo que sentimos por uma pessoa, um laço energético que se cria, de forma positiva”.

Sílvia Torres – João Pessoa – PB: “Afeto para mim é querer estar perto, agir com carinho, proximidade, querer bem, ter cuidado e atenção por alguém”.

O que há em comum entre as respostas do conceito de afeto é: como eles têm que “se preocupar”, “querer bem”, “oferecer o melhor para quem é objeto de afetividade”, “querer estar perto”, ter “proximidade” e “ter atenção por alguém”. E é nesse universo que Massumi (2002), influenciado por estudos da neurociência, definiu o afeto como uma força que impacta o corpo e que geralmente tem como sinônimo a emoção, mas que o afeto é anterior e exterior à emoção. Ele diz que enquanto a emoção é definida pela estrutura, o afeto é eventual. Já Spinoza (2009), considera o afeto como “algo que, além de vã, absurdo e horrendo, opõe-se à razão”; “uma mera paixão do corpo em oposição à racionalidade da mente” (Spinoza, 2009, p. 161). E assim ele se contradiz à autores e filósofos que entendem o afeto como algo que influencia o corpo e a mente.

O segundo questionamento foi sobre a prática de abordar os parentes ou fontes para conseguir as histórias, saber se modificou em relação ao modo como eles trabalhavam e quais foram as mudanças sentidas:

Laís Oliveira – Juiz de Fora – Minas Gerais-MG: “A forma de abordagem sobre uma entrevista “normal” e uma entrevista para parentes enlutados é muito diferente e requer um tempo maior para apuração. As pessoas estão sempre muito sensíveis e gostam de envolver outros

familiares no assunto, a principal diferença que eu senti foi essa, na maioria das vezes o parente fala por vários outros familiares”.

Ana Beatriz Braga – Manaus – Amazônia – AM: “Modificou algumas vezes, eu tentava abordar de forma confortável e delicada, já que se tratava de um assunto que nem todos querem falar. O texto que eu enviava para iniciar o contato passou por modificações, até mesmo pela equipe do Inumeráveis, ou muitas vezes por mim, adicionando palavras ou emojis que deixassem a abordagem menos pesada ou fria”.

Patrícia Coelho – Porto Alegre – Rio Grande do Sul – RS: “Não notei alteração na abordagem, e sim em mim mesma. Me sinto mais humanizada na prática a partir dessa atuação. Ou seja, o afeto envolvido no trabalho, me fez entrar em contato com muita coisa boa de mim mesma, e isso se reflete na escrita, na relação com os homenageantes e com os colegas”.

Bettina Turner – São Paulo – SP: “Eu fui por muitos anos jornalista e atuei como documentarista, fazendo entrevistas com os mais variados tipos de pessoas. Sempre tive uma escuta atenta e essa atividade sempre foi para mim uma ferramenta preciosa para adentrar a alteridade, conhecer o outro e desvelar algo interessante e verdadeiro do universo interior da pessoa entrevistada. Então, na verdade, a minha forma de abordagem não se modificou tanto, mas passou a incluir novos ingredientes. Paralelamente ao jornalismo venho atuando há alguns anos como terapeuta integrativa e atendendo pacientes terminais. O luto e a morte são temas nos quais já vinha me aprofundando. Então as entrevistas ganharam um novo sentido, um toque ritualístico, de certa forma, pois no Inumeráveis entramos em contato com os familiares enlutados que não puderam ritualizar a despedida de seus mortos. Isso demanda um

cuidado maior, um respeito por esse luto, pois o objetivo da entrevista é que o tributo transcenda a dor, sem negá-la, ao contrário, validando-a, mas que inclua também o valor da vida e o amor nessa história, honrando a memória dos que partiram e aquecendo um pouco o coração dos que ficaram”.

Sílvia Torres – João Pessoa – PB: “Aprender a chegar. Observar o ambiente. Sentir pela expressão do corpo como podemos abordar alguém. Mas sempre com respeito. Com o passar do tempo, aprimorei a técnica de passar credibilidade para a conquista da entrevista”.

A prática foi definida pelos jornalistas como tendo que ser modificada por causa de um contexto triste com os familiares e amigos: eles precisavam de “mais tempo”, tinham que abordar de “maneira mais confortável e delicada”, precisavam humanizar a situação e “passar credibilidade” para que os familiares tivessem mais segurança.

Neste aspecto, a prática informacional é definida através do que faz sentido para quem age, com base nas teorias de práticas que destacam sobre as regras. Schatzki (2001) diz que:

As práticas, normalmente “acolhem” um conjunto delas a que os praticantes supostamente deveriam observar – “boa parte” daquilo que faz sentido para as pessoas fazerem frequentemente reflete o entendimento que elas constroem de normas, procedimentos, instruções específicas às quais estão submetidas. (Schatzki, 2001, p. 87)

E o conceito de prática, também é apresentada por Loyd (2010) que define como como o ambiente influencia, sendo

preferível ao comportamento de informação, reconhecendo assim as dimensões sociais e culturais que influenciam todas as práticas. As práticas de informação são reveladas nas atividades pelas quais

as pessoas encontram, usam e compartilham informações para fazer seu trabalho e sustentar suas identidades [This alternative view focuses on the domain (or community) as the unit of analysis, rather than the individual, which is the norm for information behaviour researchers. Defines practice as repeated patterns of behavior that affirm organizational roles, structures, and forms of interaction. Information practices are revealed in the activities by which people find, use and share information to do their work and sustain their identities.]. (Lloyd, 2010, p. 251)

Quando os jornalistas citam os familiares das vítimas, citam eles mesmos e o contexto dos entrevistados para abordagem, a prática define como existente em ambientes que fazem parte de um conjunto para a prática acontecer. Esse conjunto de pessoas que se envolvem, é explicado pela concepção de Schatzki (2005) como uma malha que se conecta para compartilhar e viver as práticas:

A malha práticas-arranjos materiais é concebida como “o lugar” em que a vida humana acontece (as ações, os estados mentais e a identidades das pessoas são o que eles são dentro de um horizonte de inteligibilidade possível) e do qual dependem aqueles fenômenos que mantém juntas as vidas das pessoas (cadeias de ações, estados mentais compartilhados, lay-outs materiais e interconexão de contextos (Schatzki, 2005, p. 470)

A partir da epistemologia das práticas organizacionais onde segundo Santos e Silveira (2014) reforçam que as práticas dos profissionais não são individuais, mas um fenômeno coletivo, devendo se perguntar como essa prática se dá e se organiza e cita Schatzki (1996) que é a prática coletiva tem a capacidade de fazer o que é dito, pensando, sentido e perseguido, mas também o que é aceitável em outras situações, por isso a necessidade de descoberta de novas práticas cotidianas. As práticas

não são apenas padrões de comportamento. Elas incluem entendimentos, conhecimentos, identidades, significados (Crossley, 2001, 2002). Sugerem formas de dar sentido ambiente em que vive, de desejar algo, de saber como fazer atividade, de responder às ações de uma outra pessoa (Reckwitz, 2002).

Os jornalistas respondem no questionário que precisam humanizar. E é nesse aspecto que há a proximidade do jornalista com a história e a interpretação do universo em que ele está: “O autor abandona a arrogância de dono da verdade e mergulha com delicadeza no pântano anônimo do cotidiano incerto e não sabido” (Medina, 2003, p. 135). Assim, o compromisso do comunicador é de expressar usando as funções técnicas, mas também “a função social de comprometer - se com o mundo, de reconhecer que sua autoria responsável deve ser fruto do diálogo social, de sua cumplicidade/solidariedade com o público – os outros seres humanos” (Ijuim, 2002, p.42). Ijuin (2002) acrescenta que o trabalho pode ser o resultado de um processo de pessoalização, como ser um comunicador de solidariedade, compaixão e humanização.

Além da humanização, precisam ter jeito para abordar e Santana (2011) destaca que as práticas mortuárias “respondem a uma necessidade social e cultural do homem de lidar com o corpo/cadáver daqueles que já deixaram de agir em todas as esferas do cotidiano social e precisam ser inseridos em um novo lugar social.” (Santana & Fabíola. 2011, pp. 13-14). Como acrescenta Marcuschi (2005), que chama a atenção sobre a criação de novas formas de organizar e administrar a relação das pessoas em um novo quadro participativo. Ou seja, mesmo que as novas práticas sejam baseadas em outras já existentes, podem se transformar em um novo gênero.

No terceiro e último questionamento foi perguntado qual a relação encontrada entre afeto e a prática do trabalho jornalístico no memorial “Inumeráveis”:

Laís Oliveira – Juiz de Fora – Minas Gerais-MG: “Há uma ligação direta, nós procuramos sempre acalentar, nos preocupamos com os familiares e queremos que eles se sintam confortados, definições básicas da palavra afeto”.

Ana Beatriz Braga – Manaus – Amazônia – AM: “Você acaba criando afeto ou empatia por certos entrevistados e as histórias que contam, além de perceber neles o tamanho do afeto que sentiam pela pessoa que gostariam de homenagear. O trabalho jornalístico no Inumeráveis deve ser feito com afeto e cuidado, pois tratar fontes de informação apenas como isso e não como pessoas que perderam alguém é errôneo e insensível”.

Patrícia Coelho – Porto Alegre – Rio Grande do Sul – RS: “Estão intrinsecamente relacionados a resposta anterior”.

Bettina Turner – São Paulo – SP: “Afeto vem de “ser afetado” por algo. Sou afetada por cada história que me cabe. Inúmeras vidas tão simples, humildes e ao mesmo tempo cheias de grandiosidade, sendo contadas por seres humanos de coração partido que encontram eco para sua dor. Histórias com alma. Esse contato me torna mais humana, mais receptiva à diversidade, mais humilde diante dos mistérios da morte e da vida”.

Sílvia Torres – João Pessoa – PB: “Pode escrever histórias que vão ficar pra sempre na memória das pessoas que fizeram parte daquela que está sendo homenageada. E fazer isso com cuidado e tentando transparecer o máximo de sentimentos é ter afeto agregado”.

Os jornalistas definem a relação como: ter “empatia por certos entrevistados”, ter que “fazer isso com cuidado” e “transparecer o máximo

de sentimentos”. E é como se os sentimentos e as emoções prevalecessem nas práticas para que o resultado do trabalho saia como deve. Como Santana (2011) define que os obituários são práticas textuais e discursivas intensificadoras de certos papéis sociais e/ou de sentimentos e emoções ligados à perda de um ente querido, enquanto os memoriais virtuais surgem como gêneros das práticas mortuárias influenciados pelas tecnologias disponíveis na *web*. (Santana, Fabíola, 2011, p. 8). E Damásio (2012) reforça e busca entender como a emoção interfere no processo de tomada de decisão consciente dos jornalistas.

Na prática, quando os jornalistas estão envolvidos em informar sobre as mortes e criar textos de perfil, como memoriais, se utilizam de práticas jornalísticas como a checagem da informação, entrevista e a publicação. Para o teórico da prática, Schatzki que teve suas obras de 1996, 2001, 2002, 2003, 2005 analisadas por Santana (2011) diz que as práticas são aprendidas socialmente:

As múltiplas ações das pessoas se interligam (ou se organizam) e “ganham uma identidade conjunta” não de maneira aleatória, desordenada, mas em torno de uma dada prática por meio de uma estrutura de governança composta por três elementos fundamentais: entendimentos, regras, e estruturas teleoafetivas. Assim, dizer que determinadas ações “pertencem” a uma determinada prática, significa dizer que elas expressam os mesmos entendimentos, que observam, violam ou ignoram as mesmas regras, que perseguem fins aceitáveis dentro de uma mesma estrutura teleoafetiva (Schatzki, 2003, 2005). As práticas, então, reúnem as pessoas. (Santana, 2011, pp. 84-85)

## Considerações Finais

Através da análise feita, percebeu-se a necessidade de identificar como na Pandemia na Covid-19, a rotina de dos jornalistas foi modificada.

Foi observado como voluntários de um projeto de memorial online tiveram que modificar a mudar a forma de chegar próximo, de falar e abordar familiares. Assim, eles identificaram o afeto que prevaleceu em todas as formas de abordagem jornalística, novas práticas se organizaram, se constituíram e se justificaram para que houvesse uma nova prática obituária.

Os autores de estudos tradicionais e modernos do afeto tiveram os pensamentos interligados com as práticas que se modificam em todo processo social da humanidade e continua mudando de acordo com o contexto e sociedade a que pertence.

Com a pandemia da Covid-19 o mercado de trabalho, como o todo, foi modificado e assim percebe-se o mesmo com os jornalistas que num momento de hiperinformação, onde não podiam “ficar em casa”, tinham que trabalhar e ainda sentiam a necessidade de se voluntariar para que as vítimas da Covid-19 não fossem apenas números, mas sim histórias que deixaram valores sentimentais. Por isso, há a necessidade de descobrir novas práticas informacionais, neste âmbito obituário, que cria produtos como o memorial Inumeráveis, novos contextos e formam mais seres humanos com práticas modificadas no cotidiano, voltadas a humanização e ao afeto.

## Referências

Aguiar, P., & Silveira, M. (2020, maio 14). Plataforma ‘Inumeráveis’ presta homenagem a pessoas que morreram com Covid-19. *GI*. <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2020/05/14/plataforma-inumeraveis-presta-homenagem-a-pessoas-que-morreram-com-covid-19.ghtml>

- Crossley, N. (2002). Habitus, agency and change: engaging with Bourdieu. *Journal of Studies in Contemporary Social Theory*, 12, 3329-3357.
- Damásio, A. (2012). *O erro de Descartes. Emoção, razão e o cérebro humano* (D. Vicente & G. Segurado, trads.). Companhia das Letras.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar um projeto de pesquisa*. Editora Atlas.
- Jameson, F. (2006). *Pós-Modernismo. A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio* (M. E. Cevasco, trad., 2<sup>a</sup> ed.). Atica.
- Ijuim, J. K. (2002). *Jornal escolar e vivências humanas – um roteiro de viagem* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo].
- Loyd, A. (2010). Framing information literacy as information practice: site ontology and practice theory. *Journal of Documentation*, 66(2), 245-258.
- Marcuschi, L. A. (2005). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In L. A. Marcuschi, & A. C. Xavier (orgs.), *Hipertexto e gêneros digitais* (2<sup>a</sup> ed.). Lucerna.
- Massumi, B. (1995). *The autonomy of affect. Cultural Critique*, (31), 83- 109.
- Massumi, B. (2002). *Parables for the virtual: movement, affect, sensation*. Duke University Press.

Medina, C. (1999). Narrativas da contemporaneidade, caos e diálogo social. In C. Medina & M. Greco (orgs.), *Caminhos do Saber Plural: dez anos de trajetória* (pp. 23-36). ECA/USP.

Memorial. (s.d.). Recuperado de <https://inumeraveis.com.br/sobre/>

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-63.

Sanches, N. (2007, dezembro 12). Necrológio. *Folha de S.Paulo*, p. A3.

Santana, F. (2011). *A retórica fúnebre: uma abordagem histórico-discursiva de epitáfios, obituários e memoriais virtuais* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco].

Santos, L. L. da S., & da Silveira, R. A. (2014). Por uma Epistemologia das Práticas Organizacionais: A contribuição de Theodore Schatzki. *Organizações & Sociedade*, 22(72). <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/12721>

Schatzki., T. R. (2001). Introduction: practice theory. In T. R. Schatzki, K. Knorrceina, & E. Savigny (orgs.), *The practice turn in contemporary*. Routledge.

Spinoza, B. (2009). *Premiers écrits: Oeuvres I*. PUF.

Werneck, T. (2020, julho 20). Acacio Cardoso Duarte. *Inumeráveis*. <https://inumeraveis.com.br/acacio-cardoso-duarte/>

# **SOBRE A “CURA DO MAL”: A VISIBILIDADE DA CIÊNCIA NAS TELAS DO JORNAL NACIONAL**

*Gustavo Pereira<sup>1</sup>  
Simone Martins<sup>2</sup>  
José Tarcísio de Oliveira Filho<sup>3</sup>*

São Paulo, 26 de fevereiro de 2020. O primeiro caso de paciente infectado pelo novo vírus é anunciado pelo *Jornal Nacional* (JN), telejornal de maior audiência do país e produzido pela TV Globo. Exatamente um ano depois, o Brasil apresenta recorde de mortes, ultrapassando a marca de mil óbitos diários em decorrência da Covid-19. Nesta data, a manchete de abertura do noticiário, enunciada pela apresentadora Renata Vasconcellos, informa que “um ano depois do registro do primeiro caso, o Brasil chega ao pior momento da pandemia” (JN, 2021). No Brasil,

- 
1. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
  2. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
  3. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

mais de 10 milhões e meio de cidadãos contraíram o coronavírus ao longo desse período, e o número de mortes já superava os 252 mil.

Em tempos de múltiplas crises, de isolamento e de cautela, os brasileiros assistem todos os dias na tela da TV e em outras telas os âncoras do *JN* defenderem o isolamento, precaução, medidas de restrição e proteção à vida. William Bonner e Renata Vasconcellos, como porta-vozes do telejornal, buscam, dia após dia, comprovar aos telespectadores a eficácia da ciência, revelando-a como fundamental para salvar vidas. O *JN*, desde o anúncio do primeiro caso de coronavírus no país, recorre às orientações de entidades de Saúde e de universidades para esclarecer a seus espectadores as formas de prevenção, os cuidados a serem tomados, a importância da vacinação e as descobertas da ciência para o combate à Covid-19.

No entanto, de forma contrária ao papel instrutivo adotado pelo noticiário, há sujeitos políticos que adotam uma postura negacionista diante da pandemia. Um exemplo disso ocorreu no dia anterior à marca de um ano da Covid-19 no Brasil, quando o país atingiu a marca de 1.582 vidas perdidas para a doença. O presidente da República e chefe do Executivo, Jair Bolsonaro, apresentou em sua *live* semanal, estudos feitos por uma universidade Alemã, sem identificar quais estudos e o nome da instituição, questionando a eficácia do uso de máscaras. Tais pesquisas, supostamente, apontavam que os acessórios eram prejudiciais às crianças. Neste sentido, Bolsonaro alegou, para os seguidores de suas redes sociais, estar apagando “efeitos colaterais” do uso da proteção individual, preconizada por profissionais e organizações de saúde em todo o mundo.

Diferentemente do que era defendido pela OMS e outros órgãos de saúde por meio de estudos científicos anteriormente desenvolvidos e publicizados (“A utilização das máscaras é recomendada para evitar o coronavírus?”, 2020; “É falso que máscaras não ajudam controlar pandemia. Ciência atesta eficácia”, 2020), e com o seu uso constituindo-se comprovadamente em uma das formas mais eficazes de prevenção à Covid-19, Bolsonaro foi contrário ao uso dos equipamentos de proteção individuais. Afirmando ter sua própria opinião sobre o uso de máscaras, o presidente justificou que seu uso seria prejudicial para a saúde.

Considerando as disputas discursivas na pandemia, este trabalho se propõe a analisar a relação entre ciência e telejornalismo, com referência à análise da edição do *Jornal Nacional* que marcou um ano da Covid-19 no Brasil. Para isso, conjugamos a metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016) à revisão bibliográfica dialética de estudos sobre telejornalismo, desinformação na pandemia, comunicação e saúde e enunciação didática.

## **Informação e Desinformação em Telas**

Se no início da pandemia da Covid-19 os brasileiros assistiam por meio de telas marcas diárias acima de mil mortes em países como Itália, França e Reino Unido, através das mídias audiovisuais - seja da TV, do *notebook*, *tablet*, *smartphone*, etc. - os cidadãos também puderam acompanhar o agravamento da pandemia no cenário nacional. Tais apontamentos se justificam pelo fato de que segundo dados da PNAD Contínua TIC 2019, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a televisão está presente em 96,3% dos lares brasileiros, ainda ocupando um papel central dentre os meios de comunicação. Ao mesmo

tempo, a internet e o número de dispositivos móveis têm crescido no país, com 93,2% da população possuindo ao menos um telefone celular e 82,7% dos lares brasileiros possuem serviços de Internet, indicando a potencialidade destes novos dispositivos que possibilitam a criação de novos atores sociais e também a expansão dos meios de comunicação de massa no ambiente digital e on-line, que no caso do telejornalismo a pesquisadora Edna Mello (2017) chama de Telejornalismo Expandido.

Além disso, uma das principais medidas recomendadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) foi a da prática do distanciamento social (OPAS, 2020), além de medidas de higiene pessoal, uso de máscaras e álcool em gel como forma de combater o coronavírus. Assim, em um momento de isolamento social no Brasil e no mundo, as telas se tornaram ainda mais relevantes para o consumo de informação e entretenimento. Da mesma forma, apesar de não constar como serviço essencial no Decreto 10.282, de 20 de março de 2020 (Ministério da Saúde, s.d.), que regulamenta a Lei 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais, a imprensa desde o início buscou oferecer informação, e o combate à desinformação, aos milhões de cidadãos que estavam em suas casas.

A atuação dos serviços de radiodifusão só se tornou um serviço essencial em Decreto 10.329, de 28 de abril de 2020, momento em que o número de mortos por dia estava em ascensão, com média de 500 óbitos semanais. Contudo, desde o princípio da Covid-19 os telejornais tiveram uma importante atuação. Segundo pesquisa do Datafolha de março de 2020, sobre a confiança dos cidadãos a respeito de informações ligadas ao Coronavírus, 61% afirmaram confiar nos programas jornalísticos de

TV, seguidos por 56% nos jornais impressos, 50% no rádio, 38% nos sites de notícias e apenas 12% de confiança no WhatsApp e Facebook.

Essa diferença entre os meios de comunicação de massa e os demais canais de comunicação alternativos pode ser explicada tanto através do lugar de referência que ocupa o telejornalismo (Vizeu, 2003), como também por meio do fenômeno das *fake news*, que circulam principalmente nas redes sociais, tendo os algoritmos e usuários maliciosos como “aliados” para a viralização de conteúdos falsos que fazem uso da estrutura noticiosa convencional, gerando desinformação para os cidadãos (Allcott & Gentzkow, 2017). Em meio à pandemia da Covid-19, a palavra desinformação foi utilizada inclusive pela Organização Pan-Americanana de Saúde (OPAS), sendo definida como:

informação falsa ou imprecisa cuja intenção deliberada é enganar. No contexto da pandemia atual, pode afetar profundamente todos os aspectos da vida e, mais especificamente, a saúde mental das pessoas, pois a busca por atualizações sobre a COVID-19 na Internet cresceu de 50% a 70% em todas as gerações. Em uma pandemia, a desinformação pode prejudicar a saúde humana. Muitas histórias falsas ou enganosas são inventadas e compartilhadas sem que se verifique a fonte nem a qualidade. Grande parte dessas desinformações se baseia em teorias conspiratórias; algumas inserem elementos dessas teorias em um discurso que parece convencional. (OPAS, 2020)

Por se tratar de uma questão de saúde pública no âmbito global, Oliveira (2020) aponta para a questão da desinformação através de teorias da conspiração relacionadas à ciência nas plataformas de mídias digitais, destacando que ainda antes da pandemia da Covid-19 movimentos anti-vacina, dentre outros, já estavam ganhando espaço nas redes sociais por meio de novos atores que assumem um lugar de fala

na internet e começam a propagar esses conteúdos com o auxílio dos algoritmos e da mobilização de usuários que compartilham do mesmo pensamento (Hoffman, 2019).

Oliveira (2020) ressalta ainda que por muito tempo as teorias da conspiração foram vistas como pensamentos irracionais e defendidos por grupos à margem da sociedade e da política, sendo assim ignoradas pelas comunidades epistêmicas, que são as produtoras de saber. No entanto, a autora destaca que a ciência tem vivido um período de crise por ter sido incapaz de cumprir as promessas da modernidade: “a da justiça social, a da construção ética e a da solidariedade, racionalmente fundamentadas” (Signates, 2012, p. 140), e por isso algumas dessas teorias da conspiração têm ganhado espaço e deixado de ser apenas fenômenos à margem das instituições e da política.

Neste panorama, uma forma de combater as teorias da conspiração e a desinformação, principalmente em um contexto de pandemia, é a utilização da ciência como meio de explicar e dar credibilidade às informações, seja na tela da televisão ou em outras telas, incluindo as redes sociais, que pela participação dos próprios pesquisadores e cientistas têm a possibilidade de produção e divulgação de conteúdos que reforçam a importância da ciência.

## **Ciência, Comunicação e Saúde no Combate à Desinformação sobre a Covid-19**

Os estudos sobre comunicação e saúde têm apontado caminhos que permitem compreender a relação entre o telejornalismo e a ciência. O campo vem se desenvolvendo desde 1975, quando foi debatido na convenção anual da *International Communication Association*. Harrington

(2014, p. 9) simplifica as inúmeras definições dadas à área através do conceito de que a comunicação em saúde visa estudar mensagens com significados relacionados ao bem-estar físico, mental e social.

Parvanta (2020, p. 70) menciona que as estratégias básicas de tais mensagens procuram promover o engajamento, a informação e a persuasão: *engajamento* é o primeiro estágio de promoção de uma mensagem, ou seja, mostra que o público alvo está interagindo com o conteúdo. Já os estágios de *informação* e *persuasão* se referem à intenção da mensagem; enquanto o primeiro busca educar, o segundo visa a mudança de comportamentos, a ação enquanto mudança comportamental. É importante notar que os três conceitos estão interligados de forma linear: não há informação sem engajamento e nem persuasão sem informação. Como engajamento é necessário para a obtenção das outras estratégias, as teorias usadas na área focam em informação e persuasão.

Portanto, evidencia-se que ao incorporar as estratégias denotadas por Parvanta (2020), o telejornalismo adota um comportamento progressista em suas mensagens, inclusive numa via problematizadora quando confrontado a alguns dos valores idealizados pelo campo profissional, como a imparcialidade e a isenção. Tais estratégias enunciativas também permitem entrelaces com que Verón (2001) chama de *enunciação didática*. O autor elabora o conceito com base na temática política na televisão, analisando as estratégias de convencimento nos primeiros debates presidenciais televisionados na França. Segundo a estratégia enunciativa, um candidato desenvolve sua performance como se fosse superior, em termos do saber, em relação ao seu adversário, atuando como um professor ou um pedagogo diante de um aluno – o que acen-tuaria a “inferioridade intelectual” do seu adversário.

É instigante o reconhecimento da enunciação didática também como característica possível do jornalismo audiovisual numa visada mais ampla, como tem evidenciado Vizeu e Cerqueira (2018). Diversos exemplos que corroboram essa hipótese estão presentes no campo profissional. O editor-chefe e apresentador do *JN*, William Bonner afirma no livro *Jornal Nacional - Modo de Fazer* que a razão de ser do jornalismo é a de alargar os horizontes do telespectador (Bonner, 2009, p. 19). Já Paternostro (2006, p. 75) diz que a “a TV mostra e o telespectador vê: ele entende, se informa e amplia o conhecimento”. Tais afirmações levam a crer que o caráter didático também atravessa os processos jornalísticos e tornam-se mais evidentes em temáticas sensíveis, como é o caso da pandemia.

No contexto brasileiro, observa-se um cenário de tensão social que potencializa a adoção da enunciação didática e de estratégias de engajamento social por parte da imprensa, principalmente devido à crise política, ao ataque à ciência por parte de autoridades, à propagação de *fake news* e à ausência de uma política comum para enfrentamento da Covid-19.

Um dos grandes embates discursivos tem sido a adoção ou não dos medicamentos hidroxicloroquina e/ou cloroquina para o tratamento precoce. Em 17 de junho de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS), agência especializada em saúde da Organização das Nações Unidas, anunciou a suspensão das pesquisas envolvendo a hidroxicloroquina sob a justificativa de que os testes “mostraram que a hidroxicloroquina não resulta na redução da mortalidade de pacientes COVID-19 hospitalizados, quando comparados ao padrão de atendimento” (OMS, 2020).

No entanto, no dia 18 de maio de 2020, o então presidente dos EUA, Donald Trump, afirmou estar tomando hidroxicloroquina para prevenir o contágio. Já Jair Bolsonaro, após contrair a doença, realizou uma transmissão ao vivo em suas plataformas de redes sociais no dia sete de julho em que mostra e toma um comprimido do remédio e diz estar se sentindo muito bem. Frequentemente, Bolsonaro e Trump relataram que da mesma forma que não há estudos a favor da hidroxicloroquina, não há evidências científicas contrárias. Mesmo sem um ministro “titular”, em junho de 2020, o Ministério da Saúde do Brasil publicou um documento em que recomenda a prescrição do composto inclusive para mulheres grávidas e crianças (Ministério da Saúde, 2020). A Fundação Oswaldo Cruz publicou uma nota técnica dizendo que não há evidência suficiente sobre a eficácia do medicamento em seres humanos contra a Covid-19 (“Orientações sobre o uso da Cloroquina para tratamento de pacientes infectados com SARS-CoV-2, agente etiológico da Covid-19”, s.d., p. 5).

No campo audiovisual, tem-se observado dois movimentos opositos: no primeiro, um aumento na propagação de *fake news*, inclusive divulgadas pelo próprio presidente Jair Bolsonaro em suas redes sociais, modificando conteúdos telejornalísticos para defender o tratamento precoce (Oliveira Filho, 2020); por outro, nota-se um posicionamento de alguns telejornais na tentativa de construir um contra discurso, apoiado em fontes ligadas à ciência, como é o caso do *JN*, que tem divulgado ao longo da pandemia diversas notícias demonstrando os efeitos adversos do uso da hidroxicloroquina, como em 01 de março de 2021 na reportagem “OMS desaconselha fortemente o uso de hidroxicloroquina para prevenir a Covid”, que aponta, a partir do posicionamento editorial e

da enunciação didática, uma atuação alinhada à ciência e às teorias da comunicação e saúde.

## **A Ciência em Destaque: o Jornalismo Didático do *JN* sob a Ótica da Análise da Materialidade Audiovisual**

O *Jornal Nacional* constitui-se no principal noticiário veiculado pela Rede Globo de Televisão, tendo sua primeira exibição em setembro de 1969. Antes mesmo de noticiar o primeiro caso da doença no Brasil, o *JN* já vinha reportando a pandemia ao redor do mundo, informando o número de infectados, as ações tomadas pelos governos assim como as recomendações dos órgãos mundiais de saúde para conter o avanço do vírus. Desde o início dos casos de coronavírus no Brasil, em 26 de fevereiro de 2020, e com o avanço da pandemia no país, o telejornal passou a dar cada vez mais destaque para o tema em suas edições.

Neste contexto, ao abordar as narrativas de um telejornal e projetar uma observação cuidadosa ao que esse lugar de comunicação representa na sociedade brasileira, é necessário atentar-se ao modo como o telejornalismo estrutura sua forma de noticiar. Para o presente trabalho utiliza-se, em termos metodológicos, a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), cuja proposta é a de observar não apenas o conteúdo da narração dos repórteres e entrevistados, mas a totalidade da informação, em um processo que combina três momentos: o reconhecimento e a compreensão do objeto para o estabelecimento dos eixos centrais de observação a partir das perguntas de pesquisa; a realização da análise do recorte audiovisual selecionado; e a interpretação dos resultados para completar a avaliação.

Coutinho (2016) sugere que seja feita uma pesquisa bibliográfica aprofundada e, em seguida, a construção de uma ficha baseada em eixos de análise – desenvolvida a partir das necessidades de observação, juntamente com o referencial teórico, que resulta em uma espécie de *entrevista do objeto*, já que assim é possível analisar os conteúdos audiovisuais através de uma moldura específica e apropriada aos objetivos e objetos de pesquisa.

Logo, com base na discussão teórica, são desenvolvidos dois eixos analíticos/reflexivos: 1) de que forma o telejornalismo produzido pelo *JN* consegue (ou não) comprovar a eficácia das pesquisas no combate à pandemia, com vistas às discussões teóricas sobre enunciação pedagógica (Vizeu & Cerqueira, 2018; Verón, 2001); e 2) qual a estratégia utilizada pelo *JN* para a divulgação da ciência e o combate às desinformações, com base no arcabouço teórico sobre comunicação e saúde e *fake news* (Allcott & Gentzkow, 2017; Harrington, 2014; Parvanta, 2020)? Por meio desses eixos de análise pretende-se evidenciar como o *Jornal Nacional* abordou a ciência nas notícias sobre a pandemia e de que forma essa ação se evidenciou na edição do dia 26 de fevereiro de 2021 (Jornal Nacional, 2021), quando o país completou um ano desde o registro do primeiro caso de Covid-19.

As notícias sobre a Covid-19 se concentraram no primeiro bloco do *JN*, que teve a duração de quase 38 minutos, em um total de 63 minutos da edição. O noticiário tem início com a informação de que o país vive o pior momento da pandemia, ressaltando que o aumento dos casos pode ser visto não apenas dentro dos hospitais, mas também nas estatísticas. A primeira reportagem indica, com base na fala de um médico sanitarista, que se o Brasil não tomar alguma providência, o então atual momento

poderia se prolongar e elevar o sofrimento e o risco para os cidadãos. O noticiário prossegue com a informação de que cinco estados do país alcançaram o período mais letal desde o começo da pandemia. Recorrendo constantemente à opinião de especialistas, o repórter explica no *off* que a atual fase da pandemia é consequência das decisões que não levaram em conta a ciência.

A teimosia, a insistência com a qual o discurso oficial defendeu práticas terapêuticas sem a menor base científica a despeito dos inúmeros alertas que nós fizemos, que a literatura internacional fez, que órgãos governamentais de outros países, que agências regulatórias fizeram sobre tratamentos sem o menor sentido. (Jornal Nacional, 2021)

Na mesma notícia, o médico sanitário Sérgio Zanetta acrescenta que “cada vez que eu estimulo a circulação de pessoas e a livre transmissão do vírus eu estou criando condições para o descontrole e para o aumento da letalidade” (Jornal Nacional, 2021). A continuidade da reportagem apresenta uma linha do tempo em forma de infográfico mostrando o avanço da pandemia no Brasil, resgatando a informação da primeira morte, no dia 17 de março de 2020, até atingir a marca de 250 mil mortes um ano depois.

A repórter Renata Ribeiro também ressaltou o trabalho desempenhado pelos médicos que, na linha de frente dos hospitais, aprenderam a melhor forma de fazer o diagnóstico e salvar vidas. E enfatizou que, em uma vitória da ciência, pesquisadores desenvolveram em poucos meses as vacinas, que são as ferramentas eficazes para enfrentar o vírus. Mais uma vez diversos especialistas são convocados para explicar a gravidade da pandemia no país, promovendo o que Vizeu e Cerqueira (2018) denominam pedagogia do telejornalismo.

Neste contexto, o noticiário exibe o depoimento da vice-presidente da Sociedade Brasileira de Imunização, Isabella Ballalai, que pondera ser preciso que todos, autoridades públicas, profissionais de saúde e população realmente entendam a seriedade do momento para que a situação não piore. Já o sanitarista Sérgio Zanetta diz confiar na melhora do cenário brasileiro com a chegada das novas vacinas e ressalta a importância de se vacinar toda a população. A nota pé dessa primeira reportagem ainda traz a informação de que o diretor-executivo da Organização Mundial da Saúde, Myke Ryan, havia declarado que o Brasil vive uma tragédia na pandemia. O telejornal destacou que Ryan elogiou o sistema público de saúde e reconheceu as ações dos estados, mas disse que o Brasil precisa fazer mais para controlar as infecções.

Assim, sobre o primeiro eixo de análise adotado, que diz respeito à maneira com que o telejornalismo produzido pelo *JN* aborda as pesquisas científicas relacionadas à pandemia, evidencia-se um posicionamento de confirmação das mesmas. Isso porque frequentemente recorre à fala de especialistas para acatar as ações a serem tomadas para o combate à Covid-19 e exibe imagens de cientistas, pesquisadores e médicos em seus postos de trabalho buscando soluções para a maior crise sanitária do país. A enunciação didática (Verón, 2001; Vizeu & Cerqueira, 2018) ainda se mostra presente na composição audiovisual ao se optar por uma narrativa cronológica por meio de suítes/arquivos, destacando os avanços da pandemia.

Já a segunda notícia veiculada na edição revela que cientistas atestavam que o impacto na queda do número de casos no Reino Unido ainda não estava atrelado à vacinação, já que o país havia priorizado a imunização de idosos. De acordo com o resultado da pesquisa efetuada,

o que causou a diminuição do contágio e a consequente queda do número de hospitalizações em países europeus foram as restrições impostas para a circulação de pessoas.

Em seguida, o telejornal veicula mais uma matéria sobre a Covid ao reportar que a rainha britânica havia se juntado a um grupo de líderes mundiais para encorajar a população a se vacinar. A notícia mostra um pronunciamento da rainha pedindo que as pessoas não sejam egoístas e se vacinem, assim como é dito por outros líderes mundiais. A reportagem destaca que “as figuras dos mais diferentes campos ideológicos entenderam que dar exemplo também não dói” (Jornal Nacional, 2021) e exibe um vídeo do primeiro ministro de Israel como “garoto propaganda”, conclamando os cidadãos a se vacinarem, convencendo todas as pessoas (inclusive aquelas contrárias à imunização) de que a vacina é fundamental para o combate à pandemia. Nesta notícia, verifica-se que o *JN* busca mostrar aos brasileiros que dirigentes de todo o mundo estão empenhados em promover a vacinação de seus povos, o que também deveria ser feito no Brasil.

Desta forma, entende-se que a estratégia do noticiário para o combate às notícias falsas – enquanto segundo eixo de análise – possa ser comprovada com a veiculação de vídeos de líderes mundiais defendendo a imunização, assim como a reprodução constante do resultado de pesquisas efetuadas, contra os vídeos e notícias falsamente circulados em redes sociais incitando os brasileiros a não se vacinar (Dias, 2020).

O primeiro bloco também aborda o panorama geral da Covid-19 no mundo. Depois de exibir a matéria sobre a campanha de vacinação promovida por líderes mundiais, informa que mais da metade da população de Israel já recebeu pelo menos uma dose da vacina anti-Covid.

O telejornal também exibiu a recomendação, feita em unanimidade por uma comissão independente de cientistas, para que o governo americano aprovasse o uso emergencial da vacina da farmacêutica Janssen.

A veiculação desta informação é mais um indício de que o noticiário trabalha a favor da imunização e em diálogo com as teorias da comunicação e saúde. As estratégias apontadas por Parvanta (2020) são identificadas no *JN* por meio do caráter progressista das mensagens e na tentativa de geração de informação (educação) e persuasão em relação à modificação comportamental sobre a imunização.

Após a veiculação das primeiras matérias abordando a eficácia das vacinas, das pesquisas e, principalmente, da ciência, e ainda retratar a situação do Amazonas, o pior estado na época a ser afetado pelo novo vírus, o *JN* volta a exibir notícias sobre a importância do uso de máscaras para conter a proliferação do coronavírus, destacando que o uso correto do acessório é um aliado poderoso no combate à doença, promovendo novamente um jornalismo didático para seus espectadores. Mais uma vez, recorre a resultados de pesquisas científicas e especialistas. A repórter Sandra Coutinho encerra a reportagem com uma lição moral: “De pano ou cirúrgicas, as máscaras são uma das principais aliadas para que nós, um dia, possamos voltar a respirar aliviados” (Jornal Nacional, 2021). Após o término da reportagem, já no estúdio, Renata Vasconcellos e Alan Severiano bradaram para os telespectadores, como uma recomendação: “máscara e vacina!”.

Depois de apresentar os dados da doença, assim como o número de pessoas vacinadas – e ressaltar que a vacinação continua lenta em todo o território brasileiro –, o noticiário exibe a situação de Norte a Sul do país. Em seguida, reitera que os infectologistas aprovam medidas que

aumentem o distanciamento social, alertando ser a única alternativa para conter o avanço desenfreado da pandemia. Mostra, entretanto, Jair Bolsonaro, em visita ao Ceará, aglomerando-se com pessoas sem fazer uso da máscara, assim como todos os indivíduos que estão próximos a ele, e ameaçando governadores que estão adotando medidas para aumentar o distanciamento. O *JN*, mais uma vez, assume um enquadramento noticioso negativo em relação a Jair Bolsonaro e, ao mesmo tempo, adere função didática e persuasiva para reforçar as medidas de proteção a que os cidadãos devem tomar para se proteger da Covid-19.

As duas últimas matérias veiculadas no primeiro bloco também abordam a importância da ciência e das pesquisas para o enfrentamento da pandemia. O noticiário ressalta que, nesse último ano, a ciência foi fundamental para ajudar milhões de brasileiros a atravessar os desafios da pandemia. Em uma das notícias, a reportagem começa com uma linha do tempo, que vai descrevendo o aumento da doença e do número de casos, tanto em legendas quanto em imagens e áudios. A narrativa recorre a médicos enquanto especialistas e personagens.

Na passagem, o repórter Bruno Tavares ressalta que, em meio a tantas incertezas, as atenções se voltaram para cientistas e pesquisadores, profissionais que estão ajudando o país a atravessar a mais grave crise sanitária dos últimos 100 anos. A matéria também veicula, enquanto arquivo, o editorial do *JN* sobre os 100 mil mortos, exibido de 08 de agosto de 2020, em que Bonner, consternado, destaca que os mortos deixaram a família em dor, colegas de trabalhos e conhecidos. Imagens encerram a matéria com a comemoração dos profissionais de saúde no início da vacinação em janeiro de 2021: há choro e aplausos, em uma dramaturgia do telejornalismo capaz de envolver os telespectadores

e, inclusive, instrui-los sobre a importância da vacinação numa clara função persuasiva.

A última reportagem retrata o que Coutinho (2012) denomina dramaturgia do telejornalismo, um dos pilares da Análise da Materia-lidade Audiovisual: toda a informação foi construída como um drama cotidiano, com a utilização de personagens, mocinhos (pacientes, suas famílias, médicos e profissionais da saúde), vilão (a Covid-19), enredo com conflito (a luta dos pacientes contra a doença) e lição moral.

A notícia já começa retratando o drama de um personagem que acre-ditava ter morrido, mas sobreviveu. A matéria destaca que o paciente não havia morrido, mas que o local onde ele estava parecia o paraíso, cheio de anjos que cuidaram dele. No *off*, o repórter Pedro Bassan diz que “eles se vestem de branco e guardam as asas bem escondidinhas debaixo do avental. Têm muitos apelidos: médico, enfermeira, nutricionista, psi-cólogo, fisioterapeuta. Tudo disfarce de anjo” (Jornal Nacional, 2021).

Outro personagem é apresentado na construção da notícia como mais um “anjo”: o médico Antônio Galdino Eduardo Neto destaca que a “Covid é uma doença solitária” e que, por isso mesmo, é necessário dar a mão aos pacientes para que eles tenham força. Após apresentar outros tantos personagens nessa luta contra o coronavírus, a notícia se volta novamente para o primeiro personagem, dizendo que o carinho dos profissionais de saúde também foram remédio para ele, que se emo-ciona dizendo que nasceu de novo. E encerra com a lição moral: “nós entendemos, Ronaldo. O país, que há um ano enfrenta essa pandemia, tenta nascer de novo todos os dias” (Jornal Nacional, 2021).

Neste sentido, entende-se que, ao promover um jornalismo didático para seus espectadores, compromissado com o resultado de pesquisas e o

aval de profissionais de saúde, o *JN* pretende instruir seus telespectadores para que consigam se proteger do novo vírus – evidenciando, novamente, os caráteres informativo e persuasivo da mensagem (Parvanta, 2020). Da mesma forma, ao divulgar dados retirados de estudos/pesquisas e dar voz a cientistas, o noticiário combate as notícias falsas demarcando um posicionamento na produção noticiosa, principalmente em relação ao comprometimento com o discurso científico.

## **Considerações Finais**

Os conceitos teóricos-metodológicos acionados no trabalho permitiram tensionar pontos relevantes da edição tomada para análise. Um deles diz respeito à enunciação didática: se Verón (2001) elabora o conceito no contexto político, aqui nota-se a emergência na temática da saúde. O *JN* assume uma função didática visando a conscientização dos cidadãos como uma via possível para superar o momento de crise social. Essa característica da mensagem perpassa não apenas o texto verbal, como também nos recursos de edição, o resgate de arquivos que facilitam a compreensão dos assuntos, o uso de linhas do tempo que organizam a informação no espaço-tempo do telejornal e as artes e gráficos que permitem compreender a evolução e a gravidade do vírus na sociedade brasileira e no planeta.

A enunciação didática pode ser articulada com o estágio da informação, enquanto estratégia de composição da mensagem na área da comunicação e saúde (Parvanta, 2020, p. 70). Tal etapa caracteriza-se pela promoção da educação, buscando conscientizar as pessoas acerca de um determinado tema para que mudem seus comportamentos (fase persuasão). Parte considerável do conteúdo analisado é voltado para

mostrar os riscos e o avanço das contaminações pela Covid-19, denotando, na narrativa do *JN*, que existem dois caminhos possíveis para evitar o agravamento da pandemia: as medidas de prevenção (uso de máscaras e distanciamento social) e a vacinação. Essa mensagem repete-se em diferentes notícias, alterando apenas os personagens, os repórteres, os locais e os especialistas – e permanecendo, portanto, o caráter persuasivo na tentativa de conscientizar e mudar os hábitos da população.

Já a Análise da Materialidade Audiovisual de Coutinho (2016) permitiu, por meio dos dois eixos reflexivos, a identificação dos papéis atribuídos aos sujeitos que fazem parte do noticiário. Observa-se que o grande vilão é a Covid-19, cujo papel não é exercido sozinho. Ao adotar um posicionamento vinculado à ciência, o telejornal demarca uma posição de oposição às pessoas que desafiam a pandemia por meio do negacionismo científico, principalmente aquelas que possuem uma função social/política. Portanto, tais sujeitos, cujas posturas vão no sentido contrário às preconizações científicas para o combate à pandemia, também podem ser enquadrados enquanto “vilões” nas narrativas tecidas pelo *JN*.

Surge ainda uma indagação sobre o papel exercido pelos próprios jornalistas na dramaturgia. Em uma relação com a autoridade que permeia o campo profissional (Traquina, 2005), os jornalistas atribuem para si a lição moral. A constatação torna-se mais nítida nas frases de efeito que geralmente são pronunciadas nos últimos *offs* das reportagens ou nos comentários dos apresentadores. Nelas, demarcam que as pessoas só poderão respirar aliviadas por meio do uso de máscaras ou que os bons exemplos são esperanças para que o país possa “nascer de novo”.

Destaca-se que, ao se aliar à ciência no combate à pandemia, o *Jornal Nacional* demarca um lugar – que, consequentemente, não é neutro. No entanto, na pesquisa é evidenciada uma contribuição importante do telejornal num momento de crise mundial, principalmente num país que tem registrado grande número de mortes e que, concomitantemente, vivencia outras crises, como a política, a econômica e a da desinformação.

## Referências

- A utilização das máscaras é recomendada para evitar o coronavírus? (2020, maio 27). Recuperado de <https://portal.fiocruz.br/pergunta/utilizacao-das-mascaras-e-recomendada-para-evitar-o-coronavirus>
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Bonner, W. (2009). *Jornal Nacional: modo de fazer*. Editora Globo.
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Mauad X.
- Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado em congresso]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP, Brasil. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>

*Decreto N° 10.282*, de 20 de março 2020. Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e

as atividades essenciais. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2020/2020/Decreto/D10282.htm#art3%C2%A71viii](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2020/2020/Decreto/D10282.htm#art3%C2%A71viii)

*Decreto N° 10.329*, de 28 de abril de 2020. Altera o Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020, que regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Decreto/D10329.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Decreto/D10329.htm)

Dias, L. C. (2020). Desmentindo as fake news sobre vacinas. *Unicamp*. <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/10/13/desmentindo-fake-news-sobre-vacinas>

É falso que máscaras não ajudam controlar pandemia. Ciência atesta eficácia. (2021, agosto 7). Recuperado de <https://noticias.uol.com.br/comprova/ultimas-noticias/2020/08/07/e-falso-que-mascaras-nao-ajudam-controlar-pandemia-ciencia-atesta-eficacia.htm>

Harrington, N. (2014). *Health Communication: Theory, Method, and Application*. Routledge.

Hoffman, B. L. et al. (2019). It's not all about autism: The emerging landscape of anti-vaccination sentiment on Facebook. *Vaccine*, 37(16), 2216-2223.

Jornal Nacional. (2021, fevereiro 26). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVrr6gW/data/26-02-2021/>

Mello, E. (2017). *Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática* [Trabalho apresentado em congresso]. 15º Encontro

Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2017, São Paulo, SP.  
<http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/viewFile/721/302>

Ministério da Saúde. (s.d.). *Orientações do Ministério da Saúde para manuseio medicamentoso precoce de pacientes com diagnóstico da COVID-19.* <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/47067-ministerio-da-saude-amplia-orientacoes-para-uso-da-cloroquina-2>

Oliveira Filho, J. T. (2020). *A desinformação como estratégia enunciativa: o conteúdo telejornalístico sobre hidroxicloroquina no canal de Jair Bolsonaro no YouTube* [Trabalho apresentado em congresso]. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Brasília, DF, Brasil.

Oliveira, T. (2020). Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Revista Fronteiras*, 22(1), 21-35.

OMS. Organização Mundial da Saúde. (2020). *Q&A: Hydroxychloroquine and COVID-19.* OMS. <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/q-a-hydroxychloroquine-and-covid-19>

OPAS. Organização Pan-Americana da Saúde. (2020). *Distanciamento social, vigilância e sistemas de saúde mais fortes são chaves para controlar pandemia de COVID-19, afirma diretora da OPAS.* [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6188:distanciamento-social-vigilancia-e-sistemas-de-saude-mais-fortes-sao-chaves-para-controlar-pandemia-de-covid-19-afirma-diretora-da-opas&Itemid=812](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6188:distanciamento-social-vigilancia-e-sistemas-de-saude-mais-fortes-sao-chaves-para-controlar-pandemia-de-covid-19-afirma-diretora-da-opas&Itemid=812)

OPAS; OMS. Organização Pan-Americana da Saúde. (2020). Organização Mundial da Saúde. (2021, janeiro 4) *Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19*. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>

Orientações sobre o uso da Cloroquina para tratamento de pacientes infectados com SARS-CoV-2, agente etiológico da Covid-19. (s.d.) [https://coronavirus.ufrj.br/wp-content/uploads/sites/5/2020/05/orientacoes\\_sobre\\_a\\_cloroquina\\_nota\\_tecnica\\_-1.pdf](https://coronavirus.ufrj.br/wp-content/uploads/sites/5/2020/05/orientacoes_sobre_a_cloroquina_nota_tecnica_-1.pdf)

Parvanta, C. F. (2020). Health Communication Practice Strategies and Theorie. In C. F. Parvanta, & S. B. Bass (orgs.), *Health Communication: Strategies and Skills for a New Era* (pp. 69-83). Jones & Bartlett Learning.

Paternostro, V. I. (2006). *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Elsevier.

Signates, L. (2012). Epistemologia e comunicabilidade: as crises das ciências, ante a perspectiva da centralidade do conceito de comunicação. *Comunicação & Informação*, 15(2), 133-148.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são* (Vol. 1, 3<sup>a</sup> ed). Editora Insular.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Grupo Editorial Norma.

Vizeu, A. (2003). *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. EDIPUCRS.

Vizeu, A., & Cerqueira, L. (2018). Os saberes da Pedagogia da Autonomia no Telejornalismo. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Fingef (orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Coleção Jornalismo Audiovisual, Vol. 7, pp. 37-58). Insular.

# **FORMATOS MULTIMEDIA DE INSTAGRAM. ESTUDIO DE CASO EL PAÍS MÉXICO**

*Daniela Chirino Guerrero<sup>1</sup>*

A través de Internet y las redes sociodigitales el mundo se ha integrado a la sociedad de la información y el conocimiento, como consecuencia la Era digital está en continua transformación y desarrollo, la actividad comunicativa se encuentra en un complejo proceso de transformación debido al acceso a nuevos dispositivos móviles, cámaras con soportes más sensibles, televisiones inteligentes y computadoras.

Como consecuencia de estos cambios tecnológicos, en las últimas tres décadas, los medios de comunicación también han sido afectados, en algunos casos los ha llevado a entender, adaptarse y reinventarse hacia las nuevas tendencias o a desaparecer.

---

1. Licenciada en Ciencias de la Comunicación con opción terminal de Periodismo Estudiante de maestría en el Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (PPCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) [danielachirino@politicas.unam.mx](mailto:danielachirino@politicas.unam.mx)

De esta manera, el primer cambio significativo fue el surgimiento de Internet cuando los medios gradualmente realizaron la transición impresa a la digital. Gradualmente, porque la estructura consolidada de los medios se resistió al cambio. En un principio, no todas las empresas comprendieron el potencial del recurso, era un terreno inexplorado que causaba incertidumbre por lo que solo se dedicaron a copiar la versión impresa a la digital (Crovi, 2006).

Sin embargo, la transición no solo es un cambio tecnológico, implica entender el funcionamiento y objetivo de los recursos. “La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y entretenimiento los consumidores de los medios” (Jenkins, 2008, p. 26).

Internet integró diversos elementos que se mencionan a continuación: hipertextualidad (la estructura y el acceso no es lineal), multimedialidad (texto, audio, video, gráficos, animaciones y fotografías), multiplataforma (software disponible en diferentes plataformas y dispositivos), interactividad (la audiencia puede realizar acciones de comunicación y contribuir con contenido). (Albornoz, 2006, p. 54). Como consecuencia, actualmente se pueden encontrar diversas y creativas expresiones multimedia.

El segundo cambio, fue el surgimiento de las redes como Hi5 (2003), Myspace (2003), Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006), WhatsApp (2009) e Instagram (2010). Algunas ya ni siquiera existen. Como mencioné anteriormente, cada una de estas redes tiene objetivos, funciones y restricciones específicas con los cuales se puede emitir el mismo mensaje pero de forma diferente.

Dichas posibilidades destacan por ser visuales, por esa razón hay un uso frecuente, casi imprescindible, de la fotografía así como del video, también de imágenes animadas, infografías y diversos recursos multimedia. El video ha progresado de forma significativa gracias a mayor variedad, capacidad y acceso a los dispositivos móviles para grabar y editar todo en minutos. Lo que lo hace fácil para la transmisión y el consumo en plataformas.

Otro punto es, que en el caso de la fotografía tiene este rol porque su impacto visual es considerable y genera la sensación de que a través de lo visible se conoce o se aproxima a la realidad. Igualmente, es universal; porque no tiene ninguna restricción idiomática, es rápida de comprender, da la impresión de veracidad, crea marcos perceptivos mentales sobre personas y acontecimientos, por sí misma puede ser la noticia y enriquece el mensaje (Lopez del Ramo, 2016).

Por esa razón, se ha convertido en uno de los elementos más importantes e inclusive imprescindible dentro de la publicación de contenido en las redes sociodigitales. Asimismo, de acuerdo con Marshall McLuhan, el medio (la red) por el cual se emite la información tendrá una gran influencia en el efecto de cómo es recibida.

Cabe destacar que, es de esta manera debido a que los medios no sólo transmiten información sino que también provocan efectos sociales significativos. En el contexto actual existen nuevas y múltiples plataformas cada vez más innovadoras y personalizadas para captar y atraer la atención del usuario. Provocando diferentes efectos en su audiencia, casi imperceptibles, pero con una trascendencia que transforma los valores, las actitudes y la cultura.

Por lo que se puede inferir que en la modernidad, las redes han modificado el acceso, el modo de trabajo, la forma de publicación y el modelo de negocio de las empresas de comunicación. El siguiente ejemplo sobre Instagram sirve para apreciar el cambio constante dentro de las redes sociodigitales. No obstante, me gustaría resaltar que no fueron incluidos todos los cambios, solo los más significativos y usados.

Instagram fue lanzada en octubre de 2010, sus creadores son los programadores e ingenieros Kevin Systrom y Mike Krieger. Instagram es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, su principal función es compartir fotografías y videos con otros usuarios. Se encuentra disponible para dispositivos Android, iOS y Windows 10.

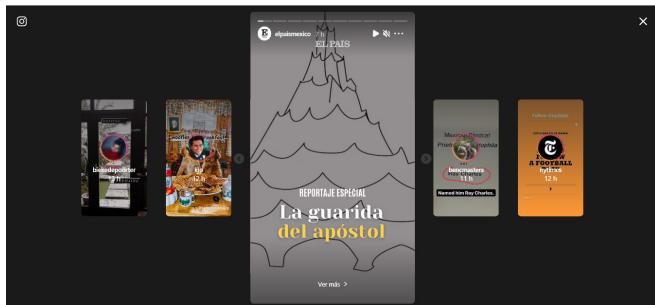
Inicialmente, la aplicación permitía subir una fotografía por publicación y aplicarle filtros. En 2013, integró el video, tres años más tarde lanzaron *Instagram Stories* que incluye varios elementos como *stickers*, música, hipervínculo a la página web del medio, siempre acompañado de fotografías y videos con una duración de 24 hrs. Ofreciendo la posibilidad de informar a través de noticias multimedia en un formato adaptado para los nuevos usuarios.

Desde 2017, la red permite compartir diez fotografías o videos en un solo post, lo cual da posibilidad a desarrollar una narrativa más amplia, si es que se desea. En 2018, lanzó *Instagram TV (IGTV)* que posibilita subir videos en formato vertical de hasta una hora de duración. En 2020, Facebook oficialmente fusionó sus plataformas de mensajería Messenger e Instagram Direct. De esta manera los usuarios pueden fusionar sus contactos y enviar mensajes entre ambas plataformas.

El 5 de agosto de 2020, la red introdujo otro recurso “nuevo”, los *reels*, pequeños clips de 15 s con texto, filtros, audio o música que incentivan a las personas a crear, compartir y ver *reels*. “Hoy presentamos *Reels* de Instagram: una nueva forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos en Instagram” (Instagram, 2020).

Y finalmente, la última modificación fue en enero 2021, Instagram a pesar de ser una aplicación pensada para móviles, por primera vez se interesó en la visualización de otros dispositivos, entre ellos el ordenador, en algunos casos un dispositivo pesado, y lo hizo con una nueva forma de visualizar las *Instagram Stories* creando una vista de carrusel.

**Figura 1**



El País México (2021a).

Es pertinente mencionar que estos formatos son fáciles de leer, contienen poco texto, muchas imágenes y resultan entretenidos. Otra característica de la modernidad líquida corto, liviano y portable, por esa razón Instagram se centra en el uso de los móviles, un dispositivo transportable.

En cuanto a *Instagram Stories* e *Instagram TV*, estas son cada vez más utilizadas por diversos medios internacionales y nacionales como The New York Times, The Washington Post, The Guardian, Le Monde,

Reuters, Agence France Press, Associated Press, El País, BBC News, CNN. En México, Animal Político, Reforma, El País México, La Jornada, El Universal, Milenio, SDP Noticias, La Silla Rota, Aristegui Noticias, Notimex y Excélsior entre otros.

Inclusive, en la cuenta oficial del NYT en Instagram, su encabezado enuncia: “Telling visual stories” (contando historias visuales). Los medios actuales tienen la necesidad de crear productos multimedia y de hacerlo a través de las redes sociodigitales que además se han convertido en el medio entre las empresas de comunicación y el individuo.

A diferencia de los medios tradicionales como la televisión, la radio, los periódicos impresos las redes sociodigitales son un proyecto inacabado siempre en continua transformación. El usuario se informa a través de estas porque se relaciona con su entorno personal, algunas más que otras, lo que garantiza la permanencia dentro de la red y les otorga un gran poder, quizá dentro de la modernidad las redes predominantes se han ido estableciendo de una forma sólida, pero siempre innovando su forma. La audiencia interactúa, ya no es pasiva ahora distribuye su tiempo en diferentes experiencias y tiene la posibilidad de emitir su opinión, calificar el contenido y compartirlo con sus contactos.

En conclusión, actualmente las empresas en el sector de la comunicación tienen diversos retos:

- Encontrar novedosos formatos de expresión y narrativas para cautivar a su audiencia con una cultura eminentemente visual. Una audiencia inquieta y cambiante que un día prefiere Myspace y otro día es Facebook. “La presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público con renovados hábitos lectores -caracterizado por una lectura veloz y fragmentada” (Minervi, 2004, p. 1).

Adaptarse a este nuevo modelo de negocio que no solo renueva criterios y métodos de trabajo sino también considera una cultura más participativa. Un modelo que exige mayor número de visitantes o clicks en las noticias que publican a través de sus redes sociodigitales. Lo que provoca la publicación indiscriminada y constante de contenidos, así como de la manipulación de titulares.

Como consecuencia de este contexto, en esta investigación se plantea generar un análisis de contenido multimedia de El País México, el análisis comprende Instagram, con el objetivo de identificar, clasificar y comprender el funcionamiento de los formatos multimedia de las redes sociodigitales utilizados por el periodismo contemporáneo.

## **El País México**

EL PAÍS fue seleccionado por su amplia trayectoria, presencia internacional, calidad informativa y especialización en contenido. De acuerdo con el periódico, el 31 de diciembre de 2019 contaba con 85 millones de navegadores únicos mensuales, cerca de la mitad en Latinoamérica y Estados Unidos.

Se debe agregar que de forma general se destaca por la elaboración de productos rigurosos, significativos e innovadores. Así como de una constante evolución y digitalización a través de los años. Un ejemplo fue el 1 de enero de 2020, cuando como parte de una nueva etapa EL PAÍS se convirtió en un medio 100% digital en América. Y el 1 de julio de 2020, El País lanzó una nueva edición digital en México.

El medio informó que en mayo, dos meses antes de su lanzamiento oficial, obtuvo casi ocho millones de visitantes únicos. Además que la

redacción en la Ciudad de México es la segunda redacción más grande después de la de Madrid (El País, 2020).

Con el objetivo de ampliar y profundizar en la información para estos y otros lectores, durante los últimos meses se han incorporado a la redacción mexicana profesionales con perfiles especializados tanto en temáticas como en formatos. El equipo de periodistas, fotógrafos, infografistas o desarrolladores permitirá producir más y mejores artículos, dedicar tiempo a la investigación y adaptar todo el contenido a las diferentes plataformas desde las que los lectores acceden a EL PAÍS. (“Nace El País México. El diario refuerza la cobertura del continente americano con una nueva edición”, 2020, pára. 3)

De acuerdo con este mensaje El País le da una importancia a los formatos y a su adaptación a las plataformas. Aunque, en el ranking de medios nativos digitales, antes mencionado no considera medios extranjeros, El País México se destaca porque, de acuerdo a los datos proporcionados por la mismas empresa, en un corto periodo de tiempo ha equiparado las visitas que han reportado medios como Aristegui Noticias (9.005), Sopitas (5.521), Cultura Colectiva (5.068), Animal Político (3.804) y La Silla Rota (3.445).

Para conocer a fondo el tratamiento y uso de las redes sociodigitales por parte de El País México, el 22 de marzo de 2021 se entrevistó a Anna Lagos, Jefa de Redes Sociales de [@elpais\\_america](https://twitter.com/elpais_america) | [@elpaismexico](https://twitter.com/elpaismexico). Lagos destacó que en El País ha apostado por un modelo distinto al de otros medios en el país. Uno de los objetivos principales de El País no es generar únicamente tráfico sino generar contenido para que los posibles suscriptores, puedan observar y apreciar la calidad, variedad y exclusividad de los contenidos.

Lagos destacó que las principales fuentes que atraen la audiencia son:

1. Search Engine Optimization (SEO), que incluye técnicas y acciones para mejorar el posicionamiento dentro de los buscadores como:
  - a.) Uso de palabras clave.
  - b.) Optimización de URL; personalizados y fáciles de leer, título y descripción del contenido.
  - c.) Optimización de imágenes; títulos y descripción de las imágenes.
  - d.) Diseño para todo tipo de dispositivos.
2. Redes sociodigitales (Facebook, Twitter e Instagram)
3. Portada del periódico.

Lagos destacó que las noticias deben estar segmentadas para cada público y que cada red tiene un público, un tono y una dinámica específica. “Contenidos específicos, para públicos específicos”. Igualmente destacó que se busca que el contenido no sea viral sino de interés para los mexicanos, ofreciendo más contexto sin replicar noticias por simple popularidad e inmediatez.

Debido a este enfoque, en 2020 El País decidió cerrar la vertical, Verne dedicada a localizar contenidos virales, pero con un mayor tratamiento contextual como la consulta directa de las fuentes involucradas. El objetivo principal de esta vertical era ofrecer contenidos más ligeros y generar tráfico.

De la misma manera, mencionó que es importante traducir los contenidos a cada red: “Cada vez que se tiene un material, que es pensado

para la web o el periódico impreso se traduzca a las redes” con el objetivo de impactar al lector y obtener un “me gusta”, un RT, o que el usuario comparta el contenido.

Lagos destacó que aunque el contenido de las redes sea fragmentado o corto, el buen periodismo y la calidad deben estar presentes en cada publicación por lo que a diferencia de otros medios, las redes sociodigitales de El País son manejadas y pensadas por periodistas, además que la relevancia actual de las redes es significativa debido a la cantidad de audiencia que genera.

Igualmente, es relevante mencionar que El País cuenta con un modelo de negocio de pago. Sin embargo, este modelo fue descrito por Anna Lagos, jefa de redes sociales de El País México como un modelo poroso debido a que a cada usuario tiene la posibilidad de consultar diez artículos gratis al mes, esta acción es para que posibles suscriptores puedan visualizar el contenido, pero también para mantener el tráfico y la audiencia necesaria para monetizar de otras maneras como la publicidad, o el *branded content*.

La oferta actual (al 12 de octubre del 2021) ofrece una suscripción digital ilimitada anual de \$50 dólares al año y una suscripción digital ilimitada mensual de \$1 dólar el primer mes y \$5 dólares el segundo mes.

Como referencia en la construcción del marco teórico se tomarán dos aportes principales:

Primero, la teoría metafórica de la Ecología de los medios concebida por los sociólogos Neil Postman y Marshall McLuhan. La ecología se refiere al estudio de los ambientes: estructura, contenido e impacto sobre la gente. Los medios y las tecnologías de la comunicación “generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan”, “un ambiente

que rodea al sujeto, modela su percepción y cognición” (Scolari, 2015, p. 29). En este caso, esta investigación se centra en la estructura y en el contenido. Igualmente, McLuhan estableció que los medios de comunicación no solo influyen en la opinión pública o los conceptos, sino por sí mismos alteran y transforman la percepción de la realidad a través de su estructura y la forma de informar, cada medio se relaciona con una parte de la psique humana.

Como, en su momento, lo hizo la escritura, la imprenta, la radio, la televisión y actualmente los medios digitales. Continuando con la metáfora los medios estos son especies dentro de un ecosistema donde cada acción se encuentra interrelacionada con los demás y los afecta. Dentro de este ecosistema mediático actual, las redes sociodigitales afectaron a las empresas de comunicación al incorporarlos y establecer su propio ambiente mediático.

En un entorno marcado por la consolidación de las redes globales de información, los procesos de convergencia cultural, la emergencia de «nuevas especies mediáticas» (los *new media*) y la irrupción de un paradigma de la comunicación muchos-a-muchos que rompe el modelo del *broadcasting*, las reflexiones de la ecología de los medios se presentan como una referencia casi indispensable a la hora de comprender estos procesos. (Scolari, 2015, p. 32)

El segundo aporte es El medio es el mensaje, en el cual McLuhan le otorga una relevancia significativa, más bien total, al medio que transmite el mensaje. Cambiando por completo la concepción de que lo más importante es el contenido, siguiendo esta línea McLuhan, propuso que el medio por el que se reciba la información tiene una gran influencia en el efecto de cómo es recibida esa información y que el mismo medio puede ser el mensaje.

Al poner todo en análisis de contenido y ninguno en el medio, perdemos todas las oportunidades de percibir y dominar el impacto de nuevas tecnologías en el hombre, y así siempre estamos pasmados y no preparados para las transformaciones ambientales revolucionarias inducidas por los nuevos medios (Scolari, 2015, p. 2)

Dicho argumento, es importante por la descripción de las publicaciones en el entorno digital debido a que cada plataforma o red es percibida de diferente manera inclusive la atención o disposición de la persona, no es lo misma en una nota escrita en el periódico físico que en la página web del medio, las dinámicas son diferentes e híbridas; en el primero el texto o la información puede ser más extensa, mientras que en la red sociodigital, el contenido es más corto. Además que es imposible realizar el análisis de redes sin considerar el destino final del usuario, la página web.

Lo mismo sucede en las redes sociodigitales, no es lo mismo leer/ver una noticia en Facebook, Twitter que en Instagram donde la predominancia visual es el objetivo y elemento principal de esa red. Lo que le otorga al medio la capacidad de modificar e influir en la percepción, recepción y efecto del contenido en el ser humano. Para este argumento se tomaron en cuenta, las características principales de Internet: Hiper-textualidad, Multimedialidad, Interactividad y Multimodalidad

Esta propuesta se enmarca dentro de la metodología descriptiva, porque se busca describir el funcionamiento y las características intrínsecas de nuestro objeto de estudio, específicamente en el campo del análisis de contenido, que, de acuerdo con Laurence Bardin es

El conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos

sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes. (Bardin, 2002, p. 32)

Sin embargo, debido a las extensión y objetivo de este artículo solo se mostrará una descripción y categorización sobre el caso de estudio planteado. A continuación se explican las formas de publicación disponibles en Instagram y cómo éstas son usadas por El País edición México.

### **El Medio es el Mensaje. Caso Instagram (El País México)**

#### ***Publicación en el perfil***

Con capacidad de diez fotografías o videos a la que se le pueden agregar uno de los 23 filtros diseñados por Instagram.

**Figura 2**



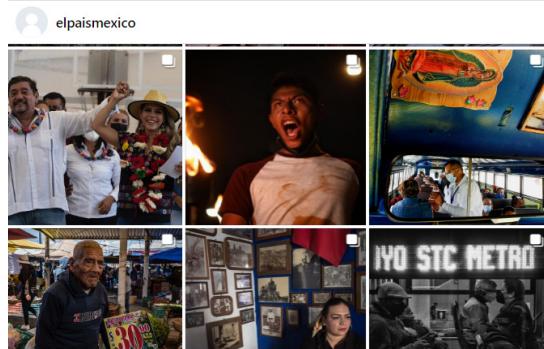
El País México (2021b).

En las fotografías se puede realizar ajustes en el ángulo, brillo, contraste, estructura, calidez, saturación, color, atenuar, luces, sombras, viñeta, desenfocar, nitidez. Por su parte, los videos pueden ser silenciados, realizar recortes y elegir la imagen de previsualización.

En ambos formatos se puede escribir un pie de foto o video, etiquetar a personas o etiqueta de colaboración pagada, agregar ubicación y compartir en Facebook, Twitter o Tumblr. Ocultar recuentos de Me Gusta y visualizaciones en la publicación, desactivar comentarios.

A diferencia de Twitter, en la publicación en perfil Instagram inhabilita los hipervínculos, si se quiere ver un contenido el usuario se tiene que dirigir a la bio de la cuenta donde si se encuentra habilitado el hipervínculo y redirige a una página dentro de Instagram con todos los contenidos disponibles, al dar click en alguno de ellos se dirige a la página del medio.

**Figura 3**



El País México (s.f. -a).

Hay que destacar que El País México actualmente realiza contenido exclusivo para Instagram esto quiere decir que solo se publica en esa red.

### **Instagram Stories o Historias de Instagram**

Disponible por 24 horas. Posteriormente se pueden “destacar” colocándolas en la parte superior del perfil. Una historia de Instagram puede integrar:

- Ubicación.
- @Mención. Etiqueta a otro usuario.
- #Hashtag o etiquetas.

Conformadas por el símbolo numeral (#) seguido de una o dos palabras clave que sirven para organizar y filtrar el contenido dentro de la aplicación a través de enlaces internos. El usuario será redireccionado a una página interna donde se muestra todo el contenido que ha sido clasificado con ese hashtag. En un principio, este recurso fue utilizado por Twitter.

- Preguntas.
- GIF (Graphics Interchange Format).
- Música de fondo con o sin la letra.

La biblioteca de música se encuentra enlazada con Spotify.

- Sonido ambiente.
- Encuesta.
- Fecha.
- Cuenta regresiva.
- Temperatura.
- Video.
- Imágenes.
- Texto.

- Hipervínculos.
- Fondo de color.
- Filtros disponibles.

En la siguiente imagen se muestra una secuencia de historias de Instagram destacada en la cuenta verificada de El País Edición México

**Figura 4**

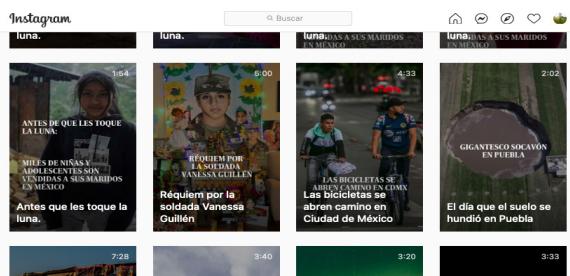


Nota. Adaptado de El País México (2021c).

### Instagram TV (IGTV)

Videos de más de un minuto que ocupan toda la pantalla y permiten contar una historias con más profundidad. La posibilidad de pantalla completa permite mostrar el contenido con la prioridad más alta dejando las notificaciones y distracciones en segundo plano. Este recurso es ampliamente utilizado por El País México. Como se puede apreciar en las siguientes imágenes.

## Figura 5

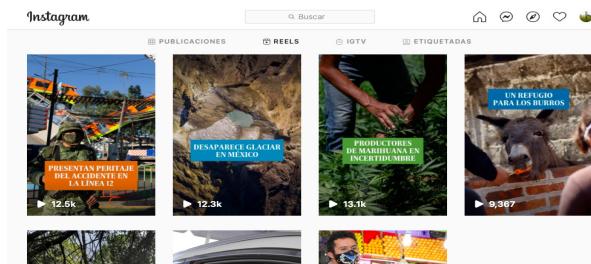


El País México (s.f. -b).

## Reels

Disponible con audio, duración (60s), velocidad, efectos, retoque y temporizador. Al igual que los videos estilo Playground a lo reel se les inserta títulos o subtítulos, música de ambientación, para realizar pequeñas notas informativas.

## Figura 6



El País México (s.f. -c).

## Conclusiones

Los cambios en el periodismo digital suscitan la necesidad de actualizar y elaborar nuevos planteamientos de investigación. Así como de la consideración de la relevancia que tienen las redes sociodigitales en

el usuario y que por esa razón las principales empresas periodísticas internacionales se encuentran en una adaptación constante. Este trabajo expone que los formatos multimedia emergentes, cuentan con un mayor grado de complejidad debido a las características de cada red.

El carácter multimedia se encuentra presente en casi todos los formatos digitales y para analizarlos es necesario considerar todos los elementos que integran el producto periodístico multimedia, desde las cuestiones más básicas como la cuestión sonora y la relación que establecen para enriquecer el mensaje. Actualmente, y como se expuso, existen múltiples elementos que pueden ser utilizados para elaborar una narrativa más completa.

Sin embargo, no solo se deben agregar estos elementos sino también realizar una capacitación constante y una reevaluación de objetivos y prioridades en cada empresa periodística para elaborar mejores productos periodísticos. Debido a la naturaleza cambiante de las redes se reconoce las limitaciones temporales al realizar esta descripción, por lo que es de vital importancia realizar la documentación y actualización constante de las mismas.

También cabe considerar que esta descripción sobre las prácticas de El País México en Instagram puede ayudar a otras empresas a mejorar los estándares de calidad en el uso de las redes sociodigitales. Y no solo en el ámbito periodístico sino en otras disciplinas como el fotoperiodismo o el diseño web.

## Referencias

Albornoz, L. (2006). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red.* La Crujía ediciones.

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Editorial Akal.

Crovi, D., & Toussaint, F., Tovar, A. (2006). *Periodismo digital en México*. Universidad Nacional Autónoma de México.

El País México [@elpaismexico]. (2021a, fevereiro 7). *Reportaje especial - La guarida del apóstol* [Highlight]. Instagram. <https://www.instagram.com/stories/highlights/17911572607621897/>

El País México [@elpaismexico]. (2021b, março 22). *La aventura de caminar solas. Las llaves en una mano, en punta hasta llega* [Fotografia]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CMupdwSj\\_ue/](https://www.instagram.com/p/CMupdwSj_ue/)

El País México [@elpaismexico]. (2021c, março 8). *Las olvidadas de América* [Highlight]. Instagram. <https://www.instagram.com/stories/highlights/17843117474552748/>

El País México [@elpaismexico]. (s.f. -a). *Posts* [perfil do Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/elpaismexico/>

El País México [@elpaismexico]. (s.f.) -b. *IGTV* [perfil do Instagram]. <https://www.instagram.com/elpaismexico/channel/>

El País México [@elpaismexico]. (s.f. -c). *Reels* [perfil do Instagram]. <https://www.instagram.com/elpaismexico/reels/>

Instagram (s.f.). *Our Story*. Recuperado de <https://instagram-press.com/our-story/>

Instagram (2020). *Presentamos Reels de Instagram*. Recuperado de <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós: México.

López del Ramo, J. (2017). Formatos novedosos del fotoperiodismo digital. Propuesta analítica basada en indicadores estructurales, formales y funcionales. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 31(73), 63-89. <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2017.73.57847>

McLuhan, M., & Fiore, Q. (1996). *The medium is the message. An inventory of effects*. Gingko Press.

Minervi, M., & Pedrazzini, A. (2004). El protagonismo de la imagen en la prensa. *Revista Latina de Comunicación*, 58, 1-4. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81975808.pdf>

Nace El País México. El diario refuerza la cobertura del continente americano con una nueva edición. (2020, julho 1). Recuperado de <https://elpais.com/sociedad/2020-07-01/nace-el-pais-mexico.html>

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa Editorial

# PROTESTOS NO GOOGLE: O AGENDAMENTO DA IMPRENSA BRASILEIRA NA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES POPULARES EM 2020

*Priscila Romero Sanches<sup>1</sup>*

*Nayara Kobori<sup>2</sup>*

*Caroline Kraus Luvizotto<sup>3</sup>*

De acordo com o Google Trends, no ano de 2020, a pergunta: “como manifestar” foi mais pesquisada do que “como ser presidente”. Mesmo com o isolamento social, várias manifestações populares foram registradas abordando temáticas variadas como pautas anti racismo, apoio aos profissionais de saúde que estiveram desde o início na linha

- 
1. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Com. da Univer. Est. Paulista – UNESP. Mestre em Ciência da Informação pela Univ. Est. de Londrina – UEL. [priscila.sanches@unesp.br](mailto:priscila.sanches@unesp.br)
  2. Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Univer. Estadual Paulista – UNESP. Jornalista e Mestre em Comunicação pela mesma instituição. [nayara.kobori@unesp.br](mailto:nayara.kobori@unesp.br)
  3. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. Professora Assistente Doutora no Dep. de Ciências Humanas da Unesp e Docente do Prog. de Pós-graduação em Com. da mesma instituição. [caroline.luvizotto@unesp.br](mailto:caroline.luvizotto@unesp.br)

de frente de combate à pandemia de Covid-19, mobilizações contra os impactos sociais e econômicos gerados pelo isolamento social imposto por governos ao redor do mundo para prevenir a transmissão do novo Coronavírus, entre outras.

Para Jasper (2016, p. 15), “a indignação, emoção que combina a raiva e o ultraje moral, é o cerne do protesto, o primeiro sinal de que sentimos haver no mundo algo errado que precisa ser consertado”. Jasper classifica os movimentos de protesto como um subconjunto dos movimentos sociais, que se organizam contra situações que julgam ofensivas em suas formas de enxergar a realidade em que vivem. De acordo com Horn (2013, p. 19), os movimentos sociais são “formas de ação coletiva que surgem em resposta a situações de desigualdade, opressão e/ou demandas sociais, políticas, econômicas ou culturais não atendidas”.

A partir destes pressupostos, este texto analisa a cobertura jornalística que a mídia brasileira fez dos protestos ocorridos em 2020 no Brasil. Especificamente, demonstramos quais pautas tiveram mais espaço nos veículos de comunicação no país e por consequência maior relevância para o SEO<sup>4</sup> da plataforma de busca do Google.

Na plataforma, as reportagens analisadas foram selecionadas a partir do termo de busca “protesto” na categoria “Notícias” para os resultados e delimitamos o período de busca entre 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020. Foram selecionadas 10 reportagens, que constam da primeira página de resultados da plataforma de busca do Google. A partir deste escopo, fizemos a Análise do Conteúdo presente nos

---

4. *Search Engine Optimization* é uma estratégia de otimização de páginas web, baseada nos fatores de classificação do Google. A intenção é aumentar as chances de indexação no buscador, contribuindo para melhorar o ranqueamento dos conteúdos entre os resultados de pesquisa.

títulos e palavras mais utilizadas nos textos na intenção de relacionar discursos com revisão bibliográfica que fizemos sobre o tema.

Embora os movimentos de protesto também sejam manifestações expressivas de uma nova comunicação, muito do jornalismo tradicional permanece, em especial, dentro dos buscadores como o Google. Na análise, cruzamos os títulos de maior relevância destacados pelo mecanismo de busca, com o termo “protesto”. As manchetes criminalizaram atos de mobilizações em protestos, ao passo que também adotaram técnicas de engajamento e até sensacionalistas, para atrair o público e conquistar uma boa classificação.

Para complementar a nossa pesquisa, salientamos que além de uma classificação nos buscadores, as palavras e a abordagem escolhidas também atuam no agendamento dos debates, pautando o que se deve discutir e até mesmo como se discutir. Ou seja, a democratização dos meios de comunicação revela-se como algo ainda frágil, em construção, que pode ter entraves pela própria lógica do algoritmo. Quando falamos em “protestos”, essa fragilidade é potencializada, uma vez que o discurso dominante de criminalização dos movimentos sociais é algo construído historicamente no Brasil.

O percurso teórico deste texto se inicia abordando a relação entre movimentos sociais, protestos e a cobertura jornalística. Na sequência, problematiza o agendamento em tempos de otimização para buscadores, para finalmente adentrar na parte empírica do estudo, demonstrando os dados coletados, seus resultados e análise.

## **Movimentos Sociais, Protestos e a Cobertura Jornalística**

Os movimentos sociais, aqui compreendidos como “ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas

de a população se organizar e manifestar suas demandas” (Gohn, 2003, p. 13) articulam valores de cidadania e participação. Conforme afirma Gohn (2008), os movimentos sociais são matrizes geradoras de saberes, constituindo-se em portadores legítimos das demandas sociais. Segundo a autora, os movimentos sociais têm a “capacidade de transformar atores sociais em sujeitos sócio-políticos, coletivos, construtores de suas histórias” e possuem a habilidade de “realizar alianças, de se inserir em redes, de realizar parcerias, de articular-se com outros movimentos com princípios e valores similares, e outras ações expressas no agir político de um movimento” (Gohn, 2008, p. 38).

No livro “Redes de indignação e esperança”, Manuel Castells (2013) ressalta a importância de compreender os movimentos sociais em seu processo de formação, dinâmica, valores e perspectivas de transformação social, destacando o papel da comunicação para compartilhar os significados e trocar informações. Segundo a perspectiva do autor, a comunicação autônoma seria a essência dos movimentos sociais que buscam contestar o poder instituído.

A contestação vem em forma de protestos. Jasper (2016) diz que os protestos são parte da existência humana, sendo que todos os períodos da História mostraram que esses movimentos têm o potencial de trazer mudanças importantes. Para o autor, os movimentos sociais são a forma que o protesto assumiu nos dias de hoje, dando às pessoas comuns a capacidade de explorar, articular e vivenciar princípios morais. Assim, “indivíduos se juntam para recrutar, persuadir e inspirar outras pessoas, usando todas as ferramentas que conseguem encontrar”, desde caricaturas até armas (Jaspers, 2016, p. 13).

No mundo conectado, os protestos se espalharam. Ganham tal força que se fizeram “em rede”, nas palavras de Castells (1999), alcançando inúmeros países, incluindo o Brasil, com as famosas manifestações de junho de 2013<sup>5</sup>. Mas, para além das reflexões de cunho político, esses protestos se caracterizaram como um fenômeno de comunicação, representando uma nova cultura de resistência, ativismo e mobilização em rede (Lima & Loose, 2014). Agora, os movimentos sociais e suas expressões em forma de protesto ganhavam as ruas, mas eram mediados pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação). Sobre esse fenômeno, Lima e Loose afirmam que (2014, p. 37):

O movimento se diferenciou dos tradicionais por sua descentralização organizacional; ausência de lideranças; repúdio aos canais habituais da política (como partidos e sindicatos) e às mídias jornalísticas tradicionais; reivindicações e pautas múltiplas; e mobilização e difusão realizadas a partir do espaço virtual, notadamente pelas chamadas mídias sociais – entendidas como aquelas que são “absolutamente interativas” e nas quais os consumidores (receptores) se tornam produtores de conteúdo.

Porém, como afirmam as autoras, o jornalismo tradicional não acompanhou essa transformação, demorando para entender o fenômeno - tanto que alguns representantes da imprensa foram repelidos durante os protestos. Segundo as autoras, muito disso deve-se ao próprio

---

5. As manifestações de junho de 2013 no Brasil, também conhecidas como “Manifestações dos 20 centavos” ou “Jornadas de Junho”, são caracterizadas como protestos em todo o território nacional, para contestar o aumento das tarifas do transporte público nas principais capitais e metrópoles do país. Elas são consideradas as maiores mobilizações do Brasil, desde o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, em 1992. As manifestações de junho seguiram o mesmo processo viral apontado por Castells (2013), com outros movimentos semelhantes no mundo, como a Primavera Árabe e o *Occupy Wall Street*.

enquadramento da mídia, em vários aspectos depreciativos, com enfoque na violência das ruas, embates com a polícia e discursos pautados na criminalização dos movimentos sociais. Então, as redes sociais novamente ganharam protagonismo, sendo responsáveis por denunciar os abusos. Com isso, o jornalismo hegemônico teve que “reavaliar sua cobertura e começar a se pautar pelo que acontecia e era veiculado nas redes” (Lima & Loose, 2014, p. 37).

Os protestos se tornaram virais. Entendemos que isso ocorreu não só pela ação das mensagens compartilhadas nas redes sociais, mas também pelo efeito da demonstração das mobilizações. Ver e ouvir os protestos, mesmo em contextos e culturas distantes, inspira outros movimentos, pois desencadeia a esperança e a possibilidade de mudança, assim pensou Castells (2013).

Portanto, a comunicação em rede passou a ser encarada como sujeito ativo dos protestos contemporâneos, sendo parte do recrutamento, expressão, difusão, compartilhamento e mobilização dos agentes. Mas, assim como nascem nas redes, os movimentos também morrem no mesmo local. As ideias permanecem, migrando para novos protestos, o que exige do jornalismo outros desdobramentos para acompanhar essa dinâmica.

De acordo com Lima e Loose (2014, p. 38), é nessa conjuntura de desdobramento e modificação do jornalismo tradicional, que a comunicação é transpassada pelas redes sociais, que informam aos públicos sobre os fatos não ditos. Segundo as autoras, o resultado disso é uma quebra na confiança na imprensa, em uma crise sustentada por protestos específicos contra a supremacia dos interesses privados, em detrimento do interesse público.

O jornalismo hegemônico é questionado e diante das suas contradições emergem outras mídias, que nem sempre são coordenadas por profissionais da área. Há uma alternância entre o papel legitimador dos especialistas e a modificação das “relações de trabalho, uma vez que as fontes são agora produtoras de conteúdo informativo, e os leitores se convertem em coprodutores” (Lima & Loose, 2014, p. 39).

As características dos próprios jornalistas também se alteram nesse contexto. Para Lima e Loose (2014), com a grande quantidade de mensagens circulando na web e as interações nas redes sociais, há uma mudança nas rotinas produtivas e no próprio modelo de ser um profissional do campo jornalístico. Ao mesmo tempo, ocorre a incorporação da velocidade, a radicalização do tempo real e a inserção do receptor-produtor, requerendo que os jornalistas tenham outras preocupações (Lima & Loose, 2014).

Assim, o jornalismo se vê obrigado a acompanhar o cenário interativo e móvel, as novas formas não profissionais emergentes (receptor-emissor), bem com a pluralidade de discursos. Claro, não seríamos injustos ao considerar que tudo isso é fruto das manifestações, mas foi a partir dos protestos que percebeu-se essa transformação da comunicação com mais força. Ou seja, as metamorfoses aqui mencionadas são processuais, mas ganham ênfase a partir da cobertura jornalística das mobilizações sociais.

Em nossa presente análise, resta-nos verificar se essa transformação realmente está presente nos títulos de notícias classificados pelo Google. Afinal de contas, hoje também lidamos com o algoritmo, que é capaz de orientar debates e categorizar as notícias em um “nível de importância”. Assim, alargam-se as possibilidades de agendamento,

porém ainda há dúvidas sobre a efetividade de uma transformação no discurso jornalístico.

## **Agendamento em Tempos de Otimização para Buscadores**

Os assuntos relacionados ao controle social da mídia estiveram em pauta em muitos estudos de Comunicação, com destaque para a hipótese do agendamento, que ganhou grande repercussão no Brasil. Desenvolvida pelo norte-americano Maxwell Combs e Donald Shaw, em 1972, o agenda-setting pressupõe que os meios de comunicação influenciam o receptor não a curto prazo, como boa parte das antigas teorias, mas sim a médio e longo prazo (Hohlfeldt, 1997). Ou seja, a mídia não seria capaz de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como dizia a teoria hipodérmica, mas ela seria capaz de orientar o público sobre o que falar, pensar e debater. Contudo, a hipótese do agendamento se transformou muito ao longo dos anos, ainda mais com os recentes estudos de recepção e mediatização, em conjunto com o avanço das TIC.

Com o protagonismo do jornalismo digital, a orientação sobre debates disputa o engajamento. Tanto que boa parte das estratégias noticiosas contemporâneas tentam reestruturar suas abordagens, para tornar o engajamento um imperativo e, assim, contribuir para a manutenção econômica da empresa jornalística (Bueno & Reino, 2019).

Assim, quando pensamos nos diferentes tipos de textos que compõem as narrativas jornalísticas intermediadas pelas TIC, principalmente nos mecanismos de busca, certamente o título aparece entre os primeiros recursos de engajamento e tática de atenção. De acordo com Bueno e Reino (2019), em tempos de popularização das métricas, monitoradas pelos índices de visualização, as notícias perpassam longos caminhos,

incluindo a otimização para os buscadores (SEO) para melhorar suas posições nos resultados de pesquisa.

Sendo assim, ao considerarmos em nosso estudo o recorte pela palavra-chave “protesto” no Google e os primeiros resultados de pesquisa, não podemos ignorar a importância que o SEO ganha no jornalismo, como condicionante das notícias apresentadas, pautando algumas discussões e sendo parte de um controle social da mídia. Para Bueno e Reino (2019, p. 99), há uma reconfiguração dos títulos jornalísticos para que eles sejam encontrados mais facilmente nos sistemas de busca, seja com a “adoção de narrativas conhecidas como títulos ‘caça-cliques’, que escondem ou sensacionalizam a notícia”.

Por outro lado, os autores ressaltam que os modelos caça-cliques, que se valem das artimanhas do engajamento, não priorizam o leitor. No SEO, a experiência do usuário é um diferencial, o que também afeta a produção jornalística. Quer dizer que a otimização, “além da vantagem de posicionamento nos resultados, beneficia também a questão da credibilidade” (Bueno & Reino, 2019, p. 100).

Segundo Pedrosa (2020), as soluções computacionais para filtragem informacional exigem que o jornalismo revise suas rotinas produtivas. Assim, se antes os media eram considerados os principais mediadores de informação, hoje o jornalismo está difuso em “fluxos informacionais geridos por procedimentos invisíveis ao público e, na maioria das vezes, aos próprios profissionais da área” (Pedrosa, 2020, p. 23). Com a necessidade de se fazer presente nas plataformas algorítmicas, os sites jornalísticos passaram a adotar as técnicas de SEO, potencializando determinadas características textuais e de programação que influenciam direta ou indiretamente o posicionamento nos rankings dos buscadores.

Pedrosa (2020, p. 24) diz que a redação pode ocorrer com foco no cidadão, “mas diante de uma fonte algorítmica, outros fatores passam a ter relevância para que a página construída se torne visível em meio a outras inúmeras opções disponíveis”. Isso quer dizer que, para o jornalismo, não aparecer entre os primeiros resultados de pesquisa pode ser um problema. Ao mesmo tempo, alcançar uma boa classificação é a chance de fazer com que certas ideias sejam debatidas pelo público e, portanto, ser parte de um possível agendamento.

Bueno e Reino (2019) dizem que o SEO altera a produção e o consumo em ambientes digitais, pois a estratégia transforma a lógica dos principais termos usados, as palavras em destaque, entre outras técnicas de otimização. Nesse sentido, mesmo seguindo uma lógica parecida com a usada no jornalismo, essa definição na web passa por diversos critérios que não são transparentes, combinados ou não com os princípios jornalísticos.

A atenção do jornalismo web ao SEO na última década ilustra como os mecanismos de busca se tornaram uma opção real ao resgate da informação tanto para o usuário quanto para o jornalista. Nesse tempo, acompanhou-se também a expansão e domínio do Google como plataforma de busca, o que particularizou uma série de tratativas internas que se desenrolam no processo de recuperação de uma informação on-line. O buscador do Google passou a ser visto como a fonte em si, apesar de não produzir o conteúdo da lista de links que oferece determinado tema. Seu trabalho é classificar diferentes sites em uma página de resultados em ordem decrescente de pertinência em relação ao assunto pesquisado (Pedrosa, 2020, p. 24).

Desse modo, não poderíamos ser inocentes em nosso levantamento, pois as notícias de protesto apresentadas não buscam somente relatar acontecimentos, mas engajar e atrair um número potencial de leitores e

ampliar os cliques. O SEO, portanto, não apenas transforma os títulos das matérias, mas também a forma como os debates são inseridos na sociedade.

Como bem disse Castells (1999), em uma sociedade em rede calçada na relevância da informação, ter a capacidade de transmiti-la é uma forma de poder. Diante disso, esse dito poder de transmissão e compartilhamento é capaz de contribuir com a liberdade de expressão dos cidadãos e jornalistas, atendendo a preceitos constitucionais, bem como contribuir para a existência de um oligopólio, que centraliza a propagação de informações e condiciona certas representações sobre um assunto (Castells, 1999).

Ora, aqui chegamos no centro da nossa pesquisa: pensar a relevância das matérias selecionadas, com base na palavra-chave “protesto” e seus respectivos títulos, e compreender como se dá essa classificação. Para isso, é necessário compreender as linguagens empregadas pelos veículos de comunicação, ao passo que a própria otimização condiciona alguns conteúdos como relevantes e orienta debates sobre manifestações populares.

Cádima (2013) contribui com o debate ao dizer que a nova complexidade dos processos de mediação exige novas literacias. Para ele, o motor de busca é um exemplo notório, já que a plataforma reorganiza e indexa preferencialmente as informações em função da sua interatividade, não em sua qualidade intrínseca, com eventual aprofundamento das matérias e seus conteúdos. Mas, Cádima (2013) vai além. O autor ressalta que nos sistemas mais complexos do ambiente digital, com as especificações semânticas que hoje estão presentes nos buscadores, os proprietários de sites e plataformas controlam o conteúdo, algo que ele

chamou de “moderação automatizada”. Assim, principalmente na área política, “designadamente nos países que têm já um longo contencioso com a liberdade na internet, estes sistemas de controlo têm ajudado à censura das opiniões dissidentes” (Cádima, 2013, p. 25).

As considerações de Cádima (2013) nos abrem portas para refletir se, de fato, as notícias sobre protestos que aparecem nos primeiros resultados do Google têm a intenção de trazer uma pluralidade de vozes e movimentos sociais. Segundo ele, estariámos rodeados de “intermediários digitais”, que detém os sistemas de reorganização da informação e com capacidades infinitas frente ao velho sistema midiático já conhecido.

### **Coleta de Dados: a pesquisa na plataforma de busca do Google**

Utilizando o termo “protesto”, fizemos a pesquisa na plataforma de busca do Google na categoria “Notícias”, delimitando o período de 1 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020. A primeira página de resultados para a busca listou 10 reportagens com os seguintes títulos:

1. Correio Braziliense - Bolsonarista xinga organizadores de protesto na praia de Copacabana em 11 de junho de 2020;
2. Diário do Transporte - Segundo protesto contra a tarifa de transporte acaba em tumulto em São Paulo em 9 de janeiro de 2020;
3. IstoÉ - Gaviões marca protesto para hoje em frente ao CT do Timão em 05/10/20;
4. El País - Coronavírus: Polícia alemã dissolve protesto em Berlim contra medidas para frear a pandemia em 20 de agosto de 2020;

5. Globoesporte.com - Lewis Hamilton participa de protesto antirracista em Londres: “A mudança virá” em 21 de junho de 2020;
6. Correio Braziliense - Com confusão, Curitiba tem noite de protestos contra o racismo e antifascismo em 01 de junho de 2020;
7. Correio Braziliense - Joaquin Phoenix é preso nesta sexta em protesto organizado por Jane Fonda em 10 de janeiro de 2020;
8. Jornal O Globo - Protesto no Palácio Guanabara pela morte de João Pedro tem confronto entre manifestantes e a Polícia Militar em 31 de maio de 2020;
9. El País - De Paris a Curitiba, os protestos antirracistas (sic) se espalham pelo mundo em 3 de junho de 2020;
10. Jornal O Globo - Em protesto em Brasília, enfermeiros são agredidos por apoiadores de Bolsonaro em 1 de maio de 2020.

Nota-se que reportagens de grandes portais de notícias como G1, Globo.com, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo e UOL não chegaram a figurar entre as 10 selecionadas para a primeira página de resultados da plataforma de busca. Os veículos que conseguiram destaque nos resultados apresentados foram: Correio Braziliense, com três reportagens; El País e Jornal O Globo, com dois títulos cada um; Diário dos Transportes, IstoÉ e Globoesporte.com, tiveram uma matéria selecionada cada um.

As dez reportagens, resultado da busca com o termo “protesto”, que são apresentadas na primeira página do Google, são classificadas, de acordo com a plataforma, por relevância. O termo relevância, da definição do dicionário digital Aulete (Aulete Digital, s.d.), quer dizer aquilo

que é relevante, importante, que se sobressai aos demais. Observando os temas das reportagens, considerados mais relevantes, identificamos:

- Desavenças envolvendo bolsonaristas e manifestantes, em duas ocasiões, no Rio de Janeiro e em Brasília em protestos que tinham a pandemia como pano de fundo;
- Confusão em protesto por aumento de tarifa de transporte coletivo;
- Descontentamento de torcida com direção do time do Corinthians;
- Os protestos anti racistas, que estiveram nas pautas mundo afora, foram tema de quatro reportagens;
- A prisão de uma celebridade em um protesto pela adoção do veganismo como forma de minimizar as mudanças climáticas e a pandemia;
- Um dos protestos retratados tinha como foco as medidas restritivas na tentativa de controle da disseminação do novo Coronavírus na Alemanha.

Quando focamos nos títulos das reportagens, que dão destaque às chamadas que vão atrair os leitores, podemos notar que as palavras são cuidadosamente escolhidas para captar a atenção. Utilizamos o site Wordart.com para extrair uma nuvem de palavras, a partir das 109, que constam dos títulos das 10 reportagens selecionadas. Cabe aqui uma representação desta atratividade representada na figura 1.

Nota-se que a palavra “Protesto” manteve o protagonismo nos títulos das reportagens. Para demonstrar quais foram as palavras das chamadas das reportagens mais utilizadas trazemos o quadro 1, apenas os verbetes que tiveram mais de uma utilização.

Figura 1

## *Nuvem de palavras dos títulos das reportagens*



Elaborado pelas autoras utilizando o site *wordart*

## Quadro 1

### *Palavras mais citadas nos títulos*

Palavras	Número de vezes que foram usadas
Protesto	9
Contra	3
Polícia	2
Antirracista	2
Curitiba	2

Elaborado pelas autoras

Para compreender os discursos utilizados pela imprensa na cobertura dos protestos retratados nas reportagens selecionadas, para entender se

havia uma ligação destes com seus títulos, selecionamos os textos e os lançamos no site Wordart.com. Removemos palavras como de, como, pelo, este, como, mas deixamos apenas aquelas que davam sentido aos discursos utilizados. A nuvem, com as 200 palavras mais citadas nas reportagens selecionadas está representada pela figura 2:

Figura 2

*Nuvem de palavras originada pelos textos das reportagens selecionadas*



Elaborado pelas autoras utilizando o site *wordart*

A nuvem de palavras é um recurso que ajuda a dar contexto às narrativas mais empregadas em textos, dando a elas peso e destaque. Para comprovar trazemos o quadro 2 que detalha a quantidade de vezes que as palavras destacadas foram citadas nos textos selecionados:

## Quadro 2

*Palavras mais citadas nos textos das reportagens sobre protesto de 2020*

Palavras	Número de vezes que foram citadas
Protesto	38 vezes
Manifestante	25 vezes
Não	20 vezes
Pessoa	20 vezes
Contra	14 vezes
Ato	16 vezes
Polícia	15 vezes
São	14 vezes
Segundo	12 vezes
Frente	12 vezes
Coronavírus	11 vezes
Governo	11 vezes
Policiais	11 vezes
Feira	11 vezes
Manifestação	10 vezes
Medida	10 vezes
Pandemia	10 vezes
Também	10 vezes
Mais	10 vezes
Disse	10 vezes
Ele	10 vezes

Elaborado pelas autoras

## Análise dos Dados

Como observaram Lima e Loose (2014), o discurso que a mídia vem propagando com relação às manifestações populares de protestos fica muito focado em desordem, confrontamentos com a polícia, fatos que causam distúrbio e pouco com as motivações que as pessoas tiveram para se manifestar. Percebemos este endereçamento em metade dos títulos das reportagens selecionadas. Com a preocupação maior por

algum distúrbio causado pelo protesto em questão, do que com o motivo pelo qual a manifestação foi feita. A palavra “policia” é a terceira mais citada nos títulos das reportagens selecionadas.

No título da reportagem “Bolsonarista xinga organizadores de protesto na praia de Copacabana”, do Correio Braziliense de 11 de junho de 2020, o título foca no xingamento de uma pessoa que passou por uma manifestação. A chamada da reportagem não retrata o protesto, em que 100 covas rasas foram abertas na praia de Copacabana pela ONG Rio de Paz, para simbolizar as mortes pela Covid-19 até aquela data no Brasil.

A chamada para a reportagem “Segundo protesto contra a tarifa de transporte acaba em tumulto em São Paulo”, do Diário dos Transportes, de 9 de janeiro de 2020, também opta por destacar a confusão. Apenas ao final da reportagem é que se explica que o protesto era contra o reajuste de 2,33% na tarifa de ônibus. Utilizando ainda o retorno do Governo de São Paulo de que o índice era menor do que os 4,02% de inflação do período. A impressão que temos neste ponto é de que a narrativa emprega mais um elemento de *agenda-setting* para influenciar a opinião pública a respeito da baderna, causada por manifestantes, que de certa forma protestam sem razão justificada já que a inflação do período foi maior que o reajuste autorizado (Hohlfeldt, 1997).

Trazemos ainda ao contexto os títulos do Jornal O Globo: “Protesto no Palácio Guanabara pela morte de João Pedro tem confronto entre manifestantes e a Polícia Militar” e “Em protesto em Brasília, enfermeiros são agredidos por apoiadores de Bolsonaro”, que também dão mais destaque às confusões ou violências geradas a partir das manifestações do que o motivo pelo qual as pessoas foram às ruas protestar.

Como pontuou Jasper (2016) para ir ao protesto o cidadão primeiro se indignou ao extremo, a emoção o tirou de casa e o levou às ruas. Porém, na maior parte das vezes, não vemos esta indignação retratada. Temos um maior contato pela narrativa da mídia com um possível desdobramento do protesto, que causou transtorno à ordem pública.

Uma outra característica ressaltada pela imprensa é a relevância de quem participa das manifestações. Cádima (2013) apontou que o SEO das plataformas de busca está interessado pelas reportagens que tiveram mais cliques. Talvez isso possa explicar porque as reportagens: “Lewis Hamilton participa de protesto antirracista em Londres: ‘A mudança virá’”, do Globoesporte.com e “Joaquin Phoenix é preso nesta sexta em protesto organizado por Jane Fonda” do Correio Braziliense, figuraram na primeira página de resultados para o termo protestos em 2020.

Tantas coisas ocorreram no ano de 2020, devido, principalmente, a ocorrência da pandemia de Covid-19, porque estas reportagens seriam tão relevantes? Aqui reside um dos critérios de valor-notícia, muito bem detalhado por Galtung e Ruge (1965), que descrevem a referência a pessoas de elite como um ponto que dá peso a um material. No caso das duas reportagens acima citadas, estamos falando de celebridades. E novamente, o motivo da manifestação perde o sentido e o foco dos títulos está no atleta e no artista e não na pauta anti racista ou então das mudanças climáticas.

O único título destacado pela plataforma de busca com protesto relacionado especificamente à pandemia de 2020 foi: “Coronavírus: Polícia alemã dissolve protesto em Berlim contra medidas para frear a pandemia” do El País. O título não deu a dimensão da manifestação, que contou com a participação de mais de 30 mil pessoas, de acordo

com o texto da reportagem. Percebe-se no texto uma discordância com a motivação do protesto, que segundo a reportagem seria de ativistas anti vacina e representantes da extrema direita. Há destaque para aglomeração e falta do uso de máscaras na manifestação. Mesmo comportamento que foi possível observar nos registros de imagens do protesto *Black Lives Matters*, porém não foram destacados nos textos das reportagens selecionadas.

Uma observação importante a se fazer é que o protesto retratado pelo Diário do Transporte, com o título: “Segundo protesto contra a tarifa de transporte acaba em tumulto em São Paulo”, ocorreu antes do início da pandemia no Brasil. Porque se deu no início de janeiro de 2020. E a reportagem “Gaviões marca protesto para hoje em frente ao CT do Timão”, da IstoÉ pode ter ficado entre os primeiros colocados da plataforma de busca porque o Brasil é reconhecido mundialmente pelo amor ao futebol, sendo a torcida do Corinthians uma das maiores do País. O protesto retratou a insatisfação da torcida com a condução do clube, algo que está endereçado a uma parcela menor da população.

Notamos no geral que o endereçamento da imprensa é de homogeneização social. Castells (1999) retrata a ideia que a mídia detentora do poder, com veículos pertencentes a oligopólios da comunicação, acredita que está no centro do compartilhamento da informação. Mesmo com o advento das redes sociais online, as organizações de manifestações em plataformas de relacionamento virtual e a reverberação dos atos sendo feita via internet, pelos participantes das manifestações, o que se percebe é que a imprensa não mudou de postura.

## À Guisa de Conclusão

A apropriação das TIC pelos ativistas contemporâneos transformou a relação dos movimentos sociais com a comunicação, com a possibilidade de contrapor a mídia hegemônica e adotar novos discursos. Além do mais, os chamados movimentos em rede (Castells, 2013) não se restringem a uma única barreira geográfica, já que eles têm capacidade de viralização, como percebemos as mobilizações de 2013 no Brasil, em conjunto com os demais protestos no mundo (Primavera Árabe, Occupy Wall Street , entre outros).

Entretanto, a chegada de uma pandemia inesperada em 2020, exigiu a adoção de novos comportamentos sociais, pautados no isolamento, algo que poderia ter comprometido as mobilizações pelo mundo. Mas, ao contrário disso, percebe-se os protestos em uma nova roupagem, ainda assim seguindo muito dos movimentos em rede.

Nota-se, portanto, que ainda ecoa a necessidade de transformação. Mas, embora esses movimentos também sejam manifestações expressivas de uma nova comunicação, muito do jornalismo tradicional permanece, em especial dentro dos buscadores, como o Google.

Em nossa análise, cruzamos os títulos de maior relevância destacados pelo mecanismo de busca, com o termo “protesto”. As manchetes continuam criminalizando atos de mobilizações em protestos, ao passo que também adotam técnicas de engajamento e até sensacionalistas, para atrair o público e conquistar uma boa classificação. É o jornalismo mostrando a sua face mercadológica no algoritmo, pois mais do que noticiar, é preciso seguir padrões de otimização.

Para complementar a nossa pesquisa, salientamos que além de uma classificação nos buscadores, as palavras e a abordagem escolhidas também atuam no agendamento dos debates, pautando o que se deve discutir e até mesmo como se discutir.

Ou seja, a democratização dos meios de comunicação revela-se como algo ainda frágil, em construção, que pode ter entraves pela própria lógica do algoritmo. Quando falamos em “protestos”, essa fragilidade é potencializada, uma vez que o discurso dominante de criminalização dos movimentos sociais é algo construído historicamente no Brasil.

## Referências

- Aulete Digital. (s.d.). Relevância. In *Aulete.com.br*. Recuperado de <http://www.aulete.com.br/relev%C3%A2ncia>
- Bueno, T., & Reino, L. S. A. (2019). SEO no jornalismo: títulos testáveis e suas implicações. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2).
- Cádima, F. (2013). A Google, o sistema de media e a agregação da informação. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação Intercom*, 36(1).
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em rede*. Editora Paz e Terra.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Zahar.

Galtung, J., & Ruge, M. H.. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90.

Gohn, M. da G. (2003). *Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais*. Vozes.

Gohn, M. da G. (2008). *O protagonismo da sociedade civil – movimentos sociais, ONGs e redes solidárias* (2a ed.). Cortez.

Hohlfeldt, A. (1997). Os estudos sobre a hipótese de agendamento. *Revista FAMECOS*, (7).

Horn, J. (2013). *Gender and social movements: Overview report*. Institute of Development Studies.

Jasper, J. M. (2016). *Protesto: uma introdução aos movimentos sociais*. Zahar.

Lima, M. D. V. de. & Loose, E. B. (2014). Metamorfose no jornalismo: aspectos da cobertura dos protestos de junho de 2013. *Revista Conexão - Comunicação e Cultura*, 13(25).

Pedrosa, L. L. C. (2020). *SEO on-page no jornalismo: fatores algorítmicos como lide aos buscadores* [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista - UNESP].

# **REVISTA AZMINA, NÓS MULHERES DA PERIFERIA E O CUIDADO: GÊNERO E MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS NA COBERTURA DA PANDEMIA DE COVID-19 EM VEÍCULOS FEMINISTAS**

*Laura Botosso Gomes da Silva<sup>1</sup>*

As motivações para este trabalho partem da cobertura midiática produzida pelo jornalismo digital feminista. Em meio ao paradigma de crise sanitária desencadeado pela pandemia do vírus Covid-19, percebemos uma concentração atípica de publicações relacionadas ao conceito de cuidado na agenda de alguns desses veículos.

A sobrecarga com o trabalho de cuidado e doméstico é um dos efeitos imediatos da pandemia (Lima & Moraes, 2020, p. 3). As atividades e serviços gerados em função do conceito incluem afazeres domésticos,

---

1. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista -UNESP.  
[laura.botosso@unesp.br](mailto:laura.botosso@unesp.br)

atividades relativas ao direito reprodutivo (como a amamentação) e à saúde (“Economia do Cuidado: como podemos visibilizar o trabalho invisível das mulheres na economia do cuidado?”, s.d.).

Destacamos os veículos *Revista AzMina* e *Nós Mulheres da Periferia*. A primeira é uma mídia digital independente produzida pelo Instituto AzMina, organização sem fins lucrativos que promove a equidade de gênero por meio da difusão de informação e educação (Instituto AzMina, s.d.). Atenta-se para “a mulher em toda a sua diversidade”, inclusas especificidades de raça, classe e orientação sexual.

Já o site *Nós Mulheres da Periferia* é conduzido por jornalistas de regiões acêtricas da cidade de São Paulo. Em questões editoriais, a principal diretriz do coletivo é disseminar conteúdos produzidos por e para mulheres, através de uma perspectiva que priorize a intersecção entre gênero, raça, classe e território (“Quem somos”, s.d.).

Após primeiro confronto entre as coberturas analisadas, identificamos um rico potencial comparativo. A presença ou ausência de alguns conteúdos, bem como a maneira com que foram explorados, lançou luz sobre características associadas à diferentes pautas dentro do movimento Feminista<sup>2</sup>, ligado contextual e socialmente a esse tipo de jornalismo.

É o que ocorreu ao confrontarmos matérias que pautavam gênero e cuidados relacionados à reprodução social, assunto trabalhado com maior frequência e profundidade pela *Revista AzMina* do que pelo *Nós Mulheres da Periferia*. Em nossa busca, encontramos conteúdos pautando temas relacionados a: métodos contraceptivos; discussão sobre

---

2. Optamos por deixar “Feminismo”, em caixa alta e no singular, para referir-se ao conjunto múltiplo de “feminismos”, representando a abrangência do movimento social, cultural e político.

a legalidade do aborto; direitos reprodutivos das mulheres em geral; amamentação; saúde de pessoas grávidas e recém-nascidas em meio a pandemia do coronavírus.

Em contrapartida, o coletivo *Nós Mulheres da Periferia* produziu mais conteúdos sobre iniciativas de mulheres voltadas ao cuidado coletivo do que a *Revista AzMina*. Quanto a esta temática, identificamos conteúdos que pautavam expressões de cuidado desempenhadas por mulheres em prol de um grupo ou comunidade, por meio de iniciativas e temáticas diversas. Foram elas: formas de lidar com o luto coletivo, redes de apoio e arrecadação de marmitas e cestas básicas.

O contraste entre o foco e enfoque dado aos temas pelas mídias nos alertou para a aproximação das publicações da *Revista AzMina* a pautas caras à corrente radical do movimento feminista, marcado por um forte determinismo biológico de gênero; ao passo que as notícias do *Nós Mulheres* indicavam para um pensamento atento ao cruzamento entre gênero, raça e território, em sintonia com o chamado feminismo decolonial.

Com base nesse cenário, entendemos que nosso objeto empírico abrange etapas de processos midiáticos e jornalísticos, cuja chave de leitura se dá a partir das conexões entre o conteúdo dos veículos feministas, as lógicas que orientam o modo de produção desse tipo de jornalismo e o contexto de efervescência política e sociocultural a ele relativo.

Consideramos que essa chave pode ser alcançada por meio da perspectiva teórico-epistemológica das Mediações Comunicativas, conceitualizada por Martín-Barbero (1998)[2003]. Termo que carrega uma multiplicidade de significados nos estudos comunicacionais

latino-americanos, destacamos aqui a compreensão movente acerca das constantes transformações da comunicação, sociedade (Lopes, 2018, p. 15) e da interação entre estas.

Para seguir nossa trajetória empírica, nos inspiramos em Felippi (2006) e Escosteguy e Felippi (2013) e propomos uma adequação parcial do “Mapa das Mediações Comunicativas” ([1998]2003) ao jornalismo feminista. As autoras partem do cruzamento entre a tradição dos Estudos Culturais e o campo do jornalismo como “via possível para um tratamento diferenciado da prática jornalística, suas rotinas e produtos” (Felippi & Escosteguy, 2013, p. 10). Reconhecendo a dimensão simbólica dos seus processos produtivos, encontram correspondências efetivas para cada etapa do circuito comunicativo representado no mapa noturno<sup>3</sup> de Martín-Barbero.

Assim, destacamos as mediações em torno das lógicas de produção, dos formatos industriais e das matrizes culturais da sociedade, cuja relação dialética (Lopes, 2018, p. 18) é mediada pela institucionalidade e tecnicidade. Nossa pretensão é apreender as interações mencionadas entre os fazeres jornalísticos, as manifestações culturais e os formatos dos conteúdos da *Revista AzMina* e do coletivo *Nós Mulheres da Periferia*, em uma abordagem comparativa. Perguntamo-nos em que medida as interações entre o fazer jornalístico, os gêneros trabalhados e a matriz cultural na qual se inserem os veículos feministas em questão norteiam os conteúdos que produzem, em específico, sobre o trabalho de cuidado.

---

3. Como Martín-Barbero nomeia o esquema teórico-metodológico de operacionalização das mediações comunicativas.

O raciocínio teórico proposto é semelhante ao adotado por Cardoso (2004), que encontrou conexões entre a agenda dos periódicos feministas, a conjuntura política correspondente e o modo operante das rotinas e práticas jornalísticas. Schander e Bertasso (2019) também se atentam à relevância das escolhas envolvidas no processo de produção, “como as questões dos valores-notícia, as subjetividades e o próprio fazer jornalístico” (Schander & Bertasso, 2019, p. 41).

Considerando que o tipo de jornalismo em questão “reflete o projeto do movimento feminista brasileiro” concomitante a ele (Cardoso, 2004, p. 50), acreditamos que explorar suas rotinas produtivas através da perspectiva das Mediações Comunicativas (Martín-Barbero, [1998]2003) permite ter uma visão que alcance os sentidos produzidos nos diversos momentos da comunicação estudados.

Inserida na encruzilhada teórica entre jornalismo, mediações comunicativas, gênero e mídia, por um lado, esta pesquisa se faz relevante em um contexto acadêmico marcado por poucos “trabalhos que tenham se dedicado até o momento a uma análise mais aprofundada dos sites independentes que articulam jornalismo e gênero” (Costa, 2018, p. 100). A “tênué relação” entre tais campos de estudo é aqui reforçada na fraca presença do diálogo e operação de gênero nos estudos voltados para questões associadas ao feminino na área da Comunicação (Martinez et al., 2016, p. 11).

Por outro lado, destacamos a pertinência da presente investigação em um cenário empírico metodológico. Além de propiciar uma aproximação entre as colaborações de Martín-Barbero e o Jornalismo, propomos a operação de um eixo pouco explorado do Mapa das Mediações

Comunicativas, a saber: quando o enfoque da investigação se volta para produção e texto (Escosteguy & Sifuentes, 2016, p. 14).

## **Comunicação como Circuito: Mediações Comunicativas**

Além de incorporar à pesquisa em Comunicação rupturas e deslocamentos ante os paradigmas precedentes (Escosteguy, 1998; Lima, 2000; Wolf, 2001), a tradição dos Estudos Culturais oferece importante visão sobre a relação entre os meios de comunicação de massa e seu público (Dalmonte, 2002, p. 68). Nesse paradigma, parte das investigações empíricas se dedicou à produção dos meios massivos enquanto sistema determinante para elaboração da cultura e da maneira que enxergamos a realidade social (Wolf, 2001, p. 109). Outra parcela, por sua vez, se voltou ao consumo da comunicação midiática.

Este é contexto em que Jesús Martín-Barbero conceitua sua primeira formulação de mediações, as quais surgem como concepção teórico-metodológica voltada para um espaço social até então inexplorado (Martín-Barbero, 2000, p. 154). O título de uma de suas mais afamadas obras, *Dos Meios às Mediações* (1987), relata o conhecido deslocamento: do estudo das mensagens midiáticas e suas condições de produção, aos processos culturais e sociais que marcam os entornos de todo o processo comunicativo (Martino, 2009, p. 179, citado em Maio, 2016, p. 6).

Tendo como mediações constitutivas a comunicação, cultura, política e as relações entre elas, inicialmente o autor destaca três “lugares de mediação”, decisivos para compreender a recepção dos conteúdos televisivos pela audiência da América Latina: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (Martín-Barbero, 1987).

Respectivamente e de modo sumário, a primeira se apoia na família como unidade básica de telespectadores(as), espaço fundamental para estudo da leitura e codificação da televisão (Martín-Barbero, 1987, p. 293). A segunda remete ao formato do conteúdo oferecido, convergindo para o conceito de gênero televisivo, que constituiria uma “matriz cultural do tempo organizado pela televisão” (Martín-Barbero, 1987, pp. 294-95). E o terceiro local de mediação aponta para o caráter textualizado da cultura transformada pelo aparelho, no qual o sentido e a fruição de um texto<sup>4</sup> remete sempre a outro pré-existente (Lotman, 1972, citado em Martín-Barbero, 1987, p. 298).

As mediações cultivadas pela cotidianidade familiar ultrapassam o âmbito da recepção e se inscrevem na produção do conteúdo midiático. Destarte, as lógicas que orientam o sistema produtivo “semantizam e reciclam as demandas de seus públicos” (Martín-Barbero, 1987, p. 299). De maneira análoga, a competência cultural encontra na temporalidade dos gêneros televisivos mediação fundamental entre os formatos apresentados à audiência e os modos de lê-los (Martín-Barbero, 1987, p. 299).

Somando as dinâmicas das lógicas de produção aos espaços de mediação propostos, (Lopes, 2018) o primeiro mapa metodológico das mediações barberianas tem a comunicação, a cultura e a política ao centro de dois eixos: o diacrônico e o sincrônico. O eixo diacrônico se dá entre matrizes culturais e formatos industriais; e o sincrônico, entre lógicas da produção e competências da recepção.

Tempos depois, Martín-Barbero opta por rever esta formulação inicial (Maio, 2016, p. 7), a partir da qual nomearia as mediações culturais.

---

4. Neste contexto, o significado de texto é estendido para qualquer produto massivo (Escosteguy, 1998, p. 94).

Naquele momento, o enfoque epistemológico proposto era da comunicação a partir da cultura (Lopes, 2018, p. 16), sobre a qual a compreensão da própria natureza comunicativa foi fundamental (Martín-Barbero, 1987, p. 287). Já em seu novo mapa noturno (1998)[2003], o autor apresenta as mediações que viria a chamar de comunicativas, através das quais considera novas complexidades acerca das conexões entre comunicação, cultura e política (Escosteguy & Sifuentes, 2016, p. 6).

Em *De los medios a las prácticas* (1990), Martín-Barbero introduz três das quatro novas mediações — ou como nomeia Lopes (2018, p. 18), múltiplas ou submediações: a socialidade, a ritualidade e a tecnicidade. Estas seriam dimensões alcançadas a partir da transformação dos três lugares de mediação há pouco descritos, embora não exista registro de uma relação direta com os termos originais (Ronsini, 2010, p. 6).

O autor publica o desdobramento dessas ideias no prefácio da quinta edição castelhana de *Dos Meios às Mediações* (1998)[2003]) (Escosteguy & Sifuentes, p. 6), no qual também é anunciada a institucionalidade, submediação que “aparece para contemplar a análise dos meios de forma mais concreta” (Wotrich et al., 2009, p. 9).

Grosso modo, a sociabilidade trata das relações humanas fundamentais, base para as “formas de interação dos sujeitos e constituição de suas identidades” (Ronsini, 2010, p. 9). A ritualidade diz respeito ao sistema de ritos decorrentes do consumo midiático, através dos quais é possível apreender “as diferentes leituras realizadas pelo receptor” (Wotrich et al., 2009, p. 8). Já a tecnicidade remete à características próprias dos meios de comunicação (Wotrich et al., 2009, p. 4), abrangendo as técnicas empregadas na produção que modelariam “tanto as práticas dos receptores como seus modos de representação do social”

(Ronsini, 2010, p. 10). Enfim, a institucionalidade também explora o terreno dos meios, mas com foco sobre a fabricação de discursos públicos e as lógicas de interesses que os orientam (Ronsini, 2010, p. 9).

A segunda proposta do mapa barberiano (1998)[2003] posiciona as mediações comunicativas entre as quatro pontas dos eixos diacrônico e sincrônico. Dessa maneira, as lógicas de produção, os formatos industriais, as competências da recepção e as matrizes culturais, agora reconhecidas como mediações empíricas (Ronsini, 2010, p. 9), são tanto articuladas como tensionadas pelas submediações que as rodeiam.

O movimento desta segunda onda de mediações, muito mais do que um retorno aos meios, é da cultura para a comunicação (Lopes, 2018), em um esforço de trazer mais densidade a esse conhecer (Martín-Barbero, 2009, p. 150). Tal necessidade se mostra urgente à medida em que cresce o protagonismo do comunicativo em todos os âmbitos da sociedade. Nas palavras do autor, a grande mudança foi reconhecer a comunicação midiática como instância mediadora de todos os lados e formas da vida cultural e social dos povos (Martín-Barbero, 2009, p. 153).

Na contramão da tendência em utilizar o Mapa das Mediações Comunicativas [1998](2003) tão somente por e para estudos de recepção<sup>5</sup>, há consenso entre autoras (Lopes, 2018; Ronsini, 2010; Sifuentes & Escosteguy, 2016) sobre o uso da perspectiva metodológica para apreender o processo comunicativo em sua totalidade. Immacolata Lopes, por exemplo, afirma através do mapa noturno ser “possível

---

5. Este mapa tem sido mais utilizado em pesquisas voltadas para a recepção, ao invés de para a produção e o conteúdo midiático (Sifuentes & Escosteguy, 2016). Tal cenário encontra raízes na relação entre esse momento da comunicação e a teoria das mediações no geral, cuja abrangência é amiúde entendida como limitada à recepção (Escosteguy & Jacks, 2005, citado em Felippi & Escosteguy, 2013, p.17).

operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que relaciona comunicação, cultura e política” (Lopes, 2018, p.17).

A ideia de circuito comunicativo também atravessa a proposta de Ana Carolina Escosteguy e Ângela Felippe (2013), ao adequar o Mapa das Mediações Comunicativas (1998)[2003] para a pesquisa em jornalismo. A fim de analisar o campo a partir de uma perspectiva cultural, a proposição de Martín-Barbero se destaca por trabalhar com uma visão integrada da Comunicação. Na prática, significa estudar o processo comunicativo através de momentos distintos, analisando suas especificidades e dinâmicas sem predeterminar como são constituídas (Escosteguy & Felippi, 2013, p. 22).

Realizado originalmente por Ângela Felippi em sua tese de doutorado (Felippi, 2008), o exercício de adequação do mapa noturno para o jornalismo deixa orientações teórico-metodológicas para explorar os quatro instantes da Comunicação (as matrizes culturais, lógicas de produção, formatos industriais ou gêneros, e competências de recepção/consumo) e as mediações que os interligam (institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade), situando-os em relação a um veículo de grande circulação e seu fazer jornalístico<sup>6</sup>.

## **Imprensa e Jornalismo Feminista**

A intrínseca relação entre veículos com perspectiva de gênero e o movimento feminista nos remete ao contexto de origem dessa vertente do jornalismo. No Brasil, seu plano de fundo é a chamada imprensa

---

6. O objetivo da tese de Felippe é “cercar o processo produtivo do jornalismo, objetivando compreender como se dá a construção da identidade no fazer jornalístico, dentro da instituição imprensa” (Felippe, 2008, p. 26).

alternativa, resistência aos anos de chumbo instaurados pela ditadura militar. Rodembusch e Fritsch afirmam que “entre 1964 e 1980, cerca de trezentos periódicos surgiram e desapareceram e todos tinham como característica a oposição ao regime” (Rodembusch & Fritsch 2017, p. 6). Consideradas pelas autoras “filhas da imprensa underground”, as publicações feministas se destacam pela continuidade através das décadas seguintes até os dias atuais, ao passo que outros produtos midiáticos antagonistas ao regime não demonstraram o mesmo seguimento (Rodembusch & Fritsch, 2017, p. 6).

Ao explorar as potencialidades do jornalismo feminista da *Revista AzMina* como forma de produção de conhecimento, Schander e Bertasso (2019) reconhecem a importância do contexto vinculado ao conteúdo jornalístico publicado. Exemplo ilustrativo da influência das condições do processo produtivo sobre o conteúdo publicado seria a maneira com que os veículos em questão custeiam suas despesas e investimentos. Por não necessitar financeiramente de anunciantes ou outro tipo de suporte externo limitante<sup>7</sup>, a “possibilidade de não se preocupar com a perda de financiamento” incide tanto no trabalho jornalístico como no resultado final (Schander & Bertasso, 2019, p. 43). Desse modo, a “liberdade editorial alcançada por meio da independência” se estenderia para escolhas que vão desde a disposição e diagramação das matérias à seleção de fontes e pautas que serão priorizadas (Schander & Bertasso, 2019).

Ainda sobre o financiamento dos veículos feministas, a pesquisa de Elizabeth Cardoso (2004) descreve um padrão de operação e subsistência que se mantém até os dias atuais. A partir de 1981, tais veículos passam

---

7. O jornalismo da *Revista AzMina* funciona por meio de “crowfundings, assinaturas, recursos de editais e fundações de apoio” (Schander & Bertasso, 2019, p. 43).

a atuar junto a representantes da sociedade civil organizada, como ONGs e organizações focadas na questão de gênero (Cardoso, 2004, p. 38). Além do caso da *Revista AzMina*, outras alternativas a que recorrem mídias com perspectiva de gênero são: financiamento coletivo; parcerias com organizações de pesquisa, institutos e think and do tanks; e o apoio através da realização de serviços como palestras e consultorias<sup>8</sup>.

Por fim, cabe destacar que, por trás do reforço de conteúdos midiáticos sobre o trabalho de cuidado publicados durante a pandemia do Covid-19, o tema em si não é atípico na agenda desta vertente do jornalismo. Desde uma abordagem tímida em relação ao protagonismo feminino na sociedade civil (Cardoso, 2004, p. 38) a enquadramentos exclusivos a elas, mídias autoproclamadas feministas vêm jogando luz sobre a relação entre as mulheres e as tarefas necessárias ao cuidado e à reprodução social há décadas. À guisa de exemplo, Juliana da Costa Santos (2018) cita pautas envolvendo a socialização das crianças (maternidade compulsória; a dupla jornada da trabalhadora e dona de casa), a divisão díspar do trabalho doméstico e a terceirização remunerada deste (Santos, 2018).

### **Trabalho de Cuidado, Gênero e Raça**

O trabalho de cuidado envolve todas as atividades necessárias para a reprodução de qualquer sociedade, situando tanto as ocupações não pagas como as terceirizadas dentro da economia nacional e mundial (“Economia do Cuidado: como podemos visibilizar o trabalho invisível das mulheres na economia do cuidado?”, s.d.). No momento de crise

---

8. Método empregado pelo *Nós, Mulheres da Periferia*, objeto de estudo deste projeto.

global desencadeada pela pandemia de Covid-19, o conceito de cuidado se faz evidente, intimamente associado a sustentabilidade da vida — a ponto da crise em si poder ser tomada como “crise do cuidado” (Gênero e Número; Sempreviva Organização Feminista, 2020).

Como produção acadêmica, Anna Bárbara Araújo (2018) indica que o conceito de cuidado começou a ser melhor explorado a partir dos anos 2000. Dentre outros fatores, o contexto que acompanha esse aumento de publicações é marcado pelo estabelecimento da mulher no mercado de trabalho e pela privatização ou ineficiência dos sistemas públicos de saúde e assistência social. No primeiro caso, a consequência prática é diminuição da disponibilidade das mulheres para o cuidado não remunerado familiar; no segundo, há a sobrecarga de tarefas domésticas e de cuidado sobre as famílias (Araújo, 2018, p. 47).

A partir desse cenário, a visão acerca do conceito em questão aos poucos amadurece como dimensão social indispensável, com forte diálogo entre as teorias fomentadas na academia e suas implicações políticas para a vida em sociedade. Importantes publicações na área de políticas sociais (*Why we Need a Care Movement* (2000), da professora Deborah Stone) e sociologia (*Creating a Caring Society* (2000), de Evelyn Nakano Glenn) foram reconhecidas no universo acadêmico, mas a discussão não conseguiu transformar os esforços em resultados práticos (Araújo, 2018, p. 48).

Explorando o tema por um viés socioeconômico, Carmen Gelinski e Rosângela Pereira discorrem sobre como as atividades relacionadas ao cuidado, dentro do rol de trabalhos não remunerados, não são considerados no cálculo do Sistema de Contas Nacionais. Criando, assim, “distorções quanto à avaliação da real capacidade produtiva” do país

(Gelinski & Pereira, 2005, p.79). À parte da discussão acerca do valor<sup>9</sup> que as tarefas domésticas não pagas possuem na sociedade de produção capitalista, é fundamental reconhecer sua contribuição para a reprodução da força de trabalho, com a “manutenção diária do trabalhador” na realização das atividades pertinentes ao cotidiano (Gelinski & Pereira, 2005, p. 80).

Um aspecto de grande importância envolvendo a temática refere-se à generificação e à racialização do cuidado. A saber: as mulheres<sup>10</sup> são protagonistas e principais responsáveis pela realização, gerência e manutenção das diversas atividades que configuraram esse tipo de trabalho (Lima & Moraes, 2020; Bilac, 2014). Embora não tão presente quanto a ênfase ao gênero, a raça<sup>11</sup> dessas mulheres chama atenção pela concentração do recorte racial, marcadamente, em dois assuntos: o trabalho doméstico assalariado e a vivência das famílias monoparentais chefiadas por mulheres. A partir desse cenário e suas particularidades, fica evidente a responsabilidade “exclusiva ou prioritária” atribuída ao feminino — e de maneira desigual entre as possíveis realidades compartilhadas por esse gênero — sobre o cuidado humano (Borges, 2020, p. 277).

Marli da Costa e Josiane Nunes (2020) trazem a definição da divisão sexual do trabalho de Flávia Biroli (2016) como a variação de valor atribuído a profissões em relação ao sexo de quem via de regra

- 
9. Considerando as raízes marxistas no debate sobre o trabalho doméstico ao fim da década de 1970, os conceitos “valor de uso” e “valor de troca” foram ferramentas centrais na classificação dessas atividades. Assim, “improdutivo” era o trabalho que não produzisse valor de troca, ainda que gerasse valor de uso (Bilac, 2014).
  10. Termo em referência ao ser político e social, interseccionado por marcações de identidade.
  11. Termo em referência à classificação social e não biológica ou científica, com frequência confundida com “cor”.

as desempenham. As autoras apontam para a importância da cultura e o caráter estrutural da organização dos gêneros no trabalho, atingido diretamente pela partilha desigual da responsabilidade pelos afazeres domésticos entre homens e mulheres.

Ao reconstituir as relações históricas entre trabalho e a família, Elizabeth Bilac discorre sobre como o modelo tradicional de subsistência familiar, no qual o provedor era via de regra masculino, passou a ser contestado com a entrada das mulheres no mercado (Bilac, 2014, p. 130). Apesar do avanço conceitual de trabalho, ampliado para contemplar as transformações sociais, as mudanças no núcleo familiar brasileiro não foram acompanhadas por políticas públicas ou outras formas de apoio institucional. Assim, contribuíram para um cenário em que a responsabilidade pela reprodução social se centraliza nas famílias — e, no cotidiano destas, sobre a mulher (Bilac, 2014; Aquilini; 2016). As práticas diárias relativas à preservação da vida são naturalizadas como “‘trabalho de mulher’, invisível, sem limites de jornada, executado de forma privada, sem remuneração” (Bilac, 2014, p. 130).

No Brasil, a terceirização das atividades ligadas à reprodução social entre mulheres encontra raízes no período colonial e escravagista. Grande parte da exploração da mão de obra escravizada (tanto da população indígena quanto africana) foi alocada “junto às atividades de menor status social — no caso das mulheres, a limpeza e manutenção da casa e dos indivíduos” (Engel & Pereira, 2015, p. 9). Mais do que puramente uma origem, através do trabalho doméstico brasileiro se perpetuam relações de servidão desde a colonização, “antes como trabalho escravo, agora como remunerado” (Nogueira, 2017, p. 48).

A “herança escravocrata” sobre a população negra feminina em relação ao mercado de trabalho foi posta em evidência por autoras como Maria Beatriz Nascimento (1976). Ao serem recrutadas em sua maioria para empregos domésticos, essas trabalhadoras permaneceriam em ofícios “similares aos que ocupava[m] na sociedade colonial” (Ratts, 2006, p. 104).

Com efeito, hoje o trabalho doméstico é a maior categoria ocupacional aberta para mulheres negras, sendo que elas correspondem a 63% do total de pessoas empregadas nesta função (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [IPEA], 2019, p. 11-12). Para essa parcela da população feminina, tal ocupação é associada a uma “porta de entrada para o mercado de trabalho” (Nagel, 2019, p. 9), embora em situação de informalidade — ressalva fundamental em um país que no ano de 2018 contava com menos de 30% do total de trabalhadoras com carteira de trabalho assinada (Nagel, 2019, p. 23).

Já na década de 1970, em *A juventude negra brasileira e a questão do desemprego* (1969), Lélia Gonzalez denunciou uma “divisão racial do trabalho”, que manteria competições desiguais na busca por vagas e permanência no mercado. Ainda que o modo de pensar as relações raciais tenham sido revistos pela autora no decorrer dos anos 1980, esse primeiro entendimento é fundamental para a consolidação de uma análise das dinâmicas da sociedade brasileira através de entendimento negro, em meio a um cânone de estudos tradicionalmente ocupado por homens brancos (Barreto, 2018).

Dessa maneira, ao se aproximar dos estudos feministas em *Por um feminismo afrolatinoamericano* (1988), Lélia Gonzalez denuncia o “racismo por omissão” dentro do movimento de mulheres, a saber:

o silêncio sobre as contradições raciais cuja consequência seria um enfraquecimento do feminismo (Gonzales, 2018b[1988]). Exemplo de tal fragilidade teórica seria justamente a tentativa de compreender a divisão sexual do trabalho sem articular “com o correspondente ao nível racial” (Gonzales, 2018b[1988], p. 310).

## **Materiais e Métodos**

Dividimos os procedimentos metodológicos em duas etapas: a primeira, já concluída, via Análise de Conteúdo (Bardin, 1988; Carlomagno & Rocha, 2016), com o fim de mapear e definir os objetos desta pesquisa; e a segunda, a ser iniciada, via adaptação do Mapa das Mediações Comunicativas (Felippi, 2008; Martín-Barbero, [1998]2003), com o objetivo de cercar os processos produtivos dos veículos feministas selecionados.

Para eleger os portais representantes da mídia com perspectivas de gênero, nos aproximamos do cenário atual do jornalismo digital alternativo através do *Mapa do Jornalismo Independente* (s.d.), projeto da Pública, agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. Até a presente redação, reunia 143 organizações produtoras de conteúdo, sendo 75 escolhidas pela Agência Pública, e 68 indicações dos(as) leitores(as). A partir deste primeiro recorte, reunimos quatro iniciativas: os portais *Catarinas*; Nós Mulheres da Periferia; *Gênero e Número* e a *Revista AzMina*.

Levantamos uma amostragem do conteúdo de cada portal, com base nos resultados exibidos pelos mecanismos internos de busca de acordo com a palavra-chave “cuidado”. Nesse primeiro momento de coleta, o critério único para seleção foi o conteúdo ser pautado por atividades

decorrentes do trabalho de cuidado. O gênero das publicações também não influenciou na triagem, apesar de termos percebido teor jornalístico (entre notícias e reportagens) na maioria das publicações.

Além disso, optamos pelo recorte temporal de março de 2020 (mês marcado pelo reconhecimento da Covid-19 como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e início das medidas de proteção e combate ao vírus); até setembro de 2020, percorrendo abril e maio, período em que o regime de quarentena isolamento social alcançou grande adesão entre a população; e as tentativas de flexibilização dessas medidas, acompanhadas pela reabertura econômica gradual a partir do mês de junho.

Orientadas pelos métodos da Análise de Conteúdo (Bardin, 1988; Carlomagno & Rocha, 2016), e partindo do referencial teórico sobre a) o jornalismo feminista e digital e b) a dimensão social do cuidado, perpassada por aspectos de gênero e raça, estabelecemos categorias iniciais para organizar e classificar o corpus de cada veículo. Com “regras claras de exclusão e inclusão” traçadas a partir do contraste entre as abordagens estudadas, “esgotamos” os conteúdos até distribuí-los em grupos homogêneos (Carlomagno & Rocha, 2016). Vale destacar as categorias que se repetiram nos quatro portais analisados: i) Trabalho doméstico terceirizado: publicações pautadas principalmente sobre a luta dessas trabalhadoras para assegurar direitos em meio ao estado de exceção; ii) Mães de Família: relata os esforços de mulheres para garantir o sustento daqueles(as) por quem é responsável, a exemplo do lugar priorizado das mães solo no auxílio emergencial. Para a mulher provedora de família monoparental, o benefício prevê duas cotas de auxílio; iii) Educação e Cuidados com Crianças: referente a adaptação das famílias ao Ensino a Distância (EaD), bem como de conteúdos

pautados pelos cuidados necessários com crianças em geral; iv) Cuidar dos Nossos: contemplou expressões de cuidado em prol de um grupo ou comunidade, por meio de iniciativas e temáticas diversas, como formas de lidar com o luto coletivo, redes de apoio e arrecadação de marmitas e cestas básicas; e v) Cuidados com Reprodução: conteúdos pautados pelas temáticas amamentação; aborto, direitos reprodutivos e referentes à saúde de pessoas grávidas e de recém-nascidas.

Dessa maneira, evidenciamos a *Revista AzMina* e o coletivo *Nós Mulheres da Periferia* por dois motivos: um de caráter quali-quantitativo, baseado nos resultados encontrados<sup>12</sup> após comparação entre as categorias criadas: da parte da *Revista*, encontramos um número de publicações sobre o trabalho de cuidado superior aos demais veículos. Já da parte da *Revista* e do coletivo *Nós Mulheres da Periferia*, o destaque foi para uma cobertura midiática diversa, pautando diferentes enfoques sobre a crise sanitária e o cuidar como problemática social.

A segunda motivação, de caráter qualitativo, foi devido à forte associação percebida entre os corpus de cada veículo e pautas centrais a duas vertentes do movimento Feminista: a radical e a decolonial.

## **Os Mapas Barberianos**

Para dar sequência à adaptação parcial do Mapa das Mediações Comunicativas (Martín-Barbero, [1998]2003; Felippi, 2008), reconstituiremos as matrizes culturais de cada veículo feminista por meio

---

12. Da parte da *Revista AzMina*, encontramos um número de publicações sobre o trabalho de cuidado superior aos outros veículos. Já da parte da Revista e também do coletivo *Nós Mulheres da Periferia*, o destaque vai para uma cobertura midiática diversa, pautando diferentes enfoques sobre a crise sanitária e o cuidar como problemática social.

de pesquisa bibliográfica restrita (Lima & Mioto, 2007; Salvador, 1986; Stumpf, 2005), buscando identificar um cenário de referências envolvendo os contextos de: surgimento e consolidação da identidade; locais de atuação; vertentes feministas correspondentes. Realizaremos levantamento do material dentre i) portais especializados (a exemplo do portcom, da Intercom) e ii) resumos de teses e dissertações (via site da CAPES) (Stumpf, 2005, pp. 56-57). O parâmetro cronológico (Lima & Mioto, 2007, p. 41) será balizado por publicações datadas a partir de 2014 e 2015, início das atividades do *Nós Mulheres da Periferia* e da *Revista AzMina*, respectivamente.

Depois, trabalharemos para compreender as lógicas produtivas através de i) pesquisa bibliográfica restrita (Lima & Mioto, 2007; Salvador, 1986; Stumpf, 2005; ); e ii) entrevistas em profundidade semi-abertas (Boni & Quaresma, 2005; Duarte, 2005). Conforme proposto por Felippi (2008, p. 31), a intenção é desvendar aspectos acerca das: rotinas profissionais (da seleção de pautas e apuração até redação e edição do conteúdo) e estratégias de comercialização; e sobre o posicionamento editorial, com ênfase para o processo de decisão sobre o produto final. Estabelecemos o mínimo de duas informantes-chaves (Duarte, 2005, p. 70) em cada veículo, necessariamente uma repórter e/ou colunista; e uma responsável por tomar decisões editoriais. Entrevistando pessoas de diferentes cargos, visamos alcançar “relatos diversificados sobre os mesmos fatos” (Duarte, 2005, p. 69).

Por fim, iremos analisar os gêneros produzidos pelos veículos, por meio de Análise de Enquadramento (Mesquita; 2008; Soares, 2006) nos corpus previamente reunidos acerca da cobertura midiática do trabalho de cuidado. A escolha pelo método do enquadramento é mais uma proposta

de adequação à lógica do jornalismo feminista, assumidamente parcial e com independência editorial. Partindo desse ponto, pressupomos que o que há das matrizes culturais contidas nos gêneros (Felippi, 2008) se manifesta de maneira mais central e imperante que em um produto da mídia tradicional. Enquanto “propriedade dos textos jornalísticos” (Soares, 2006, p. 7), através dos gêneros os enquadramentos nos trazem pistas sobre “as diferenças de abordagem e significação criadas pelos veículos” (Mesquita, 2008, p. 17).

Após delimitar as amostragens a partir dos corpus da *Revista AzMina* e do *Nós Mulheres da Periferia*, realizaremos novas leituras das publicações selecionadas. A intenção é reter aspectos textuais relevantes o suficiente para originarem categorias de análise, com atenção para pontos contrastantes, evidências férteis das inclinações do produto ou outros enfoques que proporcionarem rendimento analítico (Soares, 2006, p. 14).

Definidos os dispositivos de enquadramento (D’angelo, 2002, citado em Soares, 2006), iremos identificar os principais elementos usados para representar cada categoria, em dois níveis de leitura: superficial, incluindo textos, títulos, legendas, destaque; e dedicada, levantando a relação dos recursos empregados, sendo estes morfológicos (repetição e associação de substantivos e adjetivos), linguísticos ou figurativos (a exemplos comuns como ironia, analogia ou metáfora). Outra questão que consideramos relevante diz respeito à maneira como são trabalhados os dados gráficos (imagens, fotografias e charges) e as fontes escolhidas (Mesquita, 2008).

## **Considerações Finais**

O presente trabalho encontra-se em fase de pesquisa, coleta e análise de dados nas diferentes etapas de constituição dos mapas barberianos

da *Revista AzMina* e do *Nós Mulheres da Periferia*. Os resultados desta pesquisa serão publicados aos poucos, assim que findas as atividades de registro e ponderação necessárias. Por aqui, ansiamos por este momento.

## Referências

- Aquilini, G. (2014). *O trabalho invisível: seus impactos na vida produtiva das mulheres* [Trabalho apresentado em evento]. XIX Encontro Nacional de Estudos Populacionais, São Pedro.
- Araújo, A. (2018). Da Ética do Cuidado à Interseccionalidade: Caminhos e Desafios para a Compreensão do Trabalho de Cuidado. *Mediações - Revista de Ciências Sociais*, 23(3), 43-69
- Bardin, L. (1988). *Análise de conteúdo*. Ed. Edições 70.
- Barreto, R. (2018). Introdução: Lélia Gonzalez, uma intérprete do Brasil. En L. González (ed.), *Primavera para as rosas negras: Lélia Gonzalez em primeira pessoa* (pp. 12-27). Diáspora Africana.
- Bilac, E. (2014). Trabalho e família. Articulações possíveis. *Revista Tempo Social*, 26(1), 129-145
- Boni, V., & Quaresma, J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(1(3), 68-80
- Borges, M. (2020). O Vírus e o invisível: a desigualdade de gênero e o trabalho de cuidado. *Revista Tribunal Regional do Trabalho 3ª Região*, I, 265-310

Cardoso, E. (2004). Imprensa feminista pós-1964. *Revista Estudos Feministas, Especial*, 37-55

Costa, J. (2018). *Jornalismo Feminista: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina].

Costa, M., & Nunes, J. (2020). Divisão sexual do trabalho e ética do cuidado: Uma abordagem com base no gênero e no dever humano da empatia. *Revista Chilena de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social*, 11(21), 101-116

Dalmonte, E. (2002). Estudos culturais em comunicação: da tradição britânica à contribuição latino-americana. *Idade Mídia*, 1(2), 67-90

Duarte, J. (2005). Entrevista em profundidade. En J. Duarte, & A. Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação* (pp. 62-83). Atlas S. A.

Economia do Cuidado: como podemos visibilizar o trabalho invisível das mulheres na economia do cuidado? (s.d.). Recuperado de <https://lab.thinkolga.com/economia-do-cuidado>

Engel, C., & Pereira, B. (2015). A organização social do trabalho doméstico e de cuidado: considerações sobre gênero e raça. *Revista Punto Género*, 5, 4-24

Escosteguy, A. C. (1998). Uma introdução aos Estudos Culturais. *Revista Famecos*, 9, 87-97

Felippi, A. (2006). *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora* [Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica].

Felippi, A., & Escosteguy, A. C. (2013). Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. *Rumores*, 7(14), 8-27

Gelinski, C., & Pereira, R. (2005). Mulher e trabalho não remunerado. *Mulher e Trabalho*, 6, 79-87

Gonzalez, L. (2018). *Primavera para as rosas negras: Lélia Gonzalez em primeira pessoa*. Diáspora Africana.

Instituto AzMina. (s.d.). Recuperado de <https://azmina.com.br/instituto-azmina/>

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2019). *Os desafios do passado no trabalho doméstico do século XXI: reflexões para o caso brasileiro a partir dos dados da PNAD contínua* (Texto para Discussão n. 2528). Governo Federal do Brasil, Ministério da Economia. [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9538/1/td\\_2528.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9538/1/td_2528.pdf)

Lima, A., & Moraes, L. (2020). A Pandemia de Covid-19 na vida de mulheres brasileiras: emergências, violências e insurgências. *Revista Inter-Legere*, 3(28), 1-11

Lima, T., & Mioto, R. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katál*, 10(esp.), 37-45

Lima, V. A. de. (2001). *Mídia, Teoria e Política*. Ed. Perseu Abramo.

Lopes, M. I. V. de. (2018). Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. *Intexto*, 43, 14-2

Machado, B. A. (2019). *Uma leitura da obra de Lélia Gonzalez através das lentes da teoria da reprodução social* [Trabalho apresentado em evento]. Marx e Marxismo, Rio de Janeiro, Brasil.

Maio, A. M. (2016). Teoria das mediações sociais: refinamento ou obsolescência? *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós*, 19(3), 1-20

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Ed. UFRJ.

Martín-Barbero, J. (2000). Comunicação e mediações culturais. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 23(1), 151-163

Martín-Barbero, J. (2003). *Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Ed. UFRJ.

Martín-Barbero, J, & Lopes, M. I. V. de. (2009). Uma aventura epistemológica. *MATRIZes*, 2(2), 143-162

Martín-Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ed. Anthropos e Universidad Autónoma Metropolitana de México.

Martinez, M., Lago, C., & Lago, M. C. de S. (2016). Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. *Revista Famecos, Mídia, Cultura e Tecnologia*, 23(2), 1-24

Mesquita, F. A. (2008). *As fontes jornalísticas no Caso Dossiê – Uma Análise de Enquadramento da cobertura das revistas Veja, Época, IstoÉ e Carta Capital* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”]

Nagel, T. B. B. dos S. (2019). *Trabalho doméstico remunerado no brasil: a consubstancialidade das relações de opressão de raça, classe e gênero* [Trabalho apresentado em congresso]. XVI Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais, Brasília, Brasil.

Nogueira, T. (2017). Mucama Permitida. A identidade negra do trabalho doméstico no Brasil. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, 3(4), 47-58

O mapa do jornalismo independente. (s.d.). Recuperado de <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>

Quem somos. (s.d.). Recuperado de <https://nosmulheresdaperiferia.com.br/quem-somos/>

Ratts, A. (2006). *Eu sou Atlântica: sobre a trajetória de vida de Beatriz Nascimento*. Ed. Instituto Kuanza e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Rodembusch, R., & Fritsch, G. (2017). *Imprensa Feminista: O Feminismo nas Produções Jornalísticas da Revista Digital AzMina* [Trabalho

apresentado em congresso]. XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Paraná, Brasil.

Ronsini, V. (2010). *A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha empírica de recepção)* [Trabalho apresentado em congresso]. XIX Encontro da COMPÓS, Rio de Janeiro, Brasil.

Salvador, A. (1986). *Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica*. Ed. Sulina.

Santos, J. (2019). *Jornalismo Feminista Brasileiro: Um Contraste Entre 1970 e Os Dias Atuais* [Trabalho apresentado em congresso]. XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Bahia, Brasil.

Schander, G., & Bertasso, D. (2019). Revista AzMina e o jornalismo como forma de conhecimento. *Revista Pauta Geral Estudos em Jornalismo*, 6(2), 35-52

Sem Parar: o trabalho e a vida das mulheres na pandemia. (s.d.). Recuperado de <http://mulheresnapandemia.sof.org.br/>

Sifuentes, L., & Escosteguy, A. C. (2016). *O Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura: uma segunda onda na abordagem das mediações de Martín-Barbero?* [Trabalho apresentado em evento]. XXV Encontro Anual da COMPÓS, Goiás, Brasil.

Soares, M. (2006). Análise de enquadramento. En J. Duarte, & A. Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação* (pp. 2-27). Atlas S. A.

Stumpf, I. (2005) Pesquisa bibliográfica. En J. Duarte, & A. Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação* (pp. 51-61). Atlas S. A.

Wolf, M. (1995). *Teorias da comunicação*. Ed. Editorial Presença.

Wottrich, L., Ronsini, V., & Silva, R. (2009). *A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no estudo de recepção da telenovela* [Trabalho apresentado em congresso]. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Paraná, Brasil.

## **REFLEXÕES**

# **OS AMBIENTES MULTICÓDIGOS NOS PROCESSOS COMUNICACIONAIS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**

*Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho<sup>1</sup>*

Com o surgimento de um novo tipo de coronavírus na China, em 2019, e o anúncio de uma pandemia, rapidamente também passou a se espalhar uma série de informações imprecisas e duvidosas. Seria uma infodemia, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) (Zarocostas, 2020), caracterizada pelo aumento no volume de informação sobre um determinado assunto, com crescimento exponencial em um curto período de tempo, devido a um incidente específico, como a pandemia, que propicia a propagação de rumores e de desinformação, além da manipulação de informação (Pan American Health Organization, 2020).

---

1. Mestra em Comunicação.

Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF.  
[marina\\_sad@hotmail.com](mailto:marina_sad@hotmail.com)

A diretora da OMS que elaborou a estratégia para combater o risco da infodemia, Sylvie Briand (como citado em Zarocostas, 2020), explica que é comum uma pandemia ser acompanhada por uma grande quantidade de informação. Atualmente, no entanto, para ela, a diferença está nas redes sociais digitais, que permitem a amplificação desse fenômeno, fazendo com que as informações se espalhem mais rapidamente e com maior alcance.

A partir dos estudos do Pragmaticismo de Charles Peirce, Pimenta (2016) nomeia os ambientes comunicacionais possibilitados pelas redes digitais de multicódigos, mas defende que eles podem favorecer o aprimoramento dos processos interpretativos e gerar uma consequente efetividade comunicacional. Por multicódigos, o autor refere-se a uma comunicação sinestésica, possível a partir da hibridização dos códigos, em que os signos representam seus objetos com múltiplos padrões de semelhança, seja de forma tátil, visual, sonora e verbal, o que tenderia a levar as mentes interpretadoras a terem mais consciência de seus processos e hábitos inferenciais (Pimenta, 2016).

Nesse contexto, o artigo visa a compreender, a partir das ideias de Pimenta (2016) e de Peirce, como a comunicação multicódigos durante a Pandemia de Covid-19 pode estar gerando não só uma infodemia, mas, também, maior efetividade comunicacional que tenha força, inclusive, para combater os processos de desinformação.

## **O Interpetrante Lógico**

Segundo Pimenta (2016), os ambientes comunicacionais multicódigos possibilitados pelas redes digitais podem favorecer a transformação do pensamento e gerar efetividade comunicacional, consequência de uma

excelência alcançada por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Para tornar as ideias de Pimenta (2016) mais claras, é importante pontuar que, em Peirce (CP, 1.339), o signo é triádico, com três correlatos: signo, objeto e interpretante. O signo representa o objeto, mas porque o objeto determina esse signo, afeta-o de alguma forma. A representação só se completa, porque causa um efeito em uma mente denominado interpretante, que pode ser emocional, energético e lógico<sup>2</sup>. O emocional refere-se a um primeiro momento de ação do signo, que causa algum sentimento. A partir disso, pode haver outro efeito, o qual determinará algum tipo de esforço físico ou mental, sendo assim, energético. Na elaboração mental, lógica, surge, por fim, o interpretante lógico (CP 4.536, CP 5.475).

O aprimoramento dos processos interpretativos e a efetividade comunicacional estaria relacionada ao interpretante lógico proposto por Peirce.

Este Interpretante avança, em relação aos demais, de um caráter de interpretabilidade ligada à esfera dos sentimentos ou da ação, para se constituir numa operação cognitiva diferente, de mudança de hábito, com caráter coletivo e um horizonte de alta generalidade. (...) Desta forma, a excelência dos processos comunicacionais está relacionada à capacidade das mentes interpretadoras chegarem a tal operação cognitiva, o que inclui a submissão a uma permanente heterocritica por parte de outras mentes e, ainda, ao máximo possível

---

2. Essa divisão, assim como várias outras na teoria de Peirce (que veremos neste texto) está relacionada às suas categorias Fenomenológicas: Primeiridade, Secundideade e Terceiridade. A Primeiridade é o universo das possibilidades, do acaso, da indeterminação e de um contínuo de qualidades, prescindindo das demais. Já a Secundideade se refere ao existencial, à ação e reação, o conflito típico daquilo que existe, englobando também as possibilidades da Primeiridade. Por fim, a Terceiridade está relacionada à lei, abstrações, padrões e hábitos, abarcando as possibilidades da Primeiridade e a existencialidade da Secundideade (CP 1.25, 1.35, 5.66, 1.536-537).

de autoconsciência de seus próprios processos inferenciais (Pimenta, 2016, pp. 133-134).

Assim, a mudança de hábito é admissível por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Em alguns de seus manuscritos, Peirce detalhou uma progressão desses interpretantes que foi estudada e esclarecida por Bergman (2016). Antes de explicar tal progressão, no entanto, é importante ressaltar que Peirce defendia o método científico como capaz de promover a mudança de hábito por meio de movimentos abdutivo, dedutivo e indutivo<sup>3</sup>. A abdução refere-se à fase do lançamento de hipóteses a partir de uma questão (CP 5.196). Já por meio da dedução, há um levantamento das consequências práticas possíveis dessas hipóteses, ou seja, os aspectos gerais dessas ideias são transportados para uma realidade concreta, tornam-se eventos singulares, por meio de inferências dedutivas (CP 4.549).

Por fim, ocorre a indução, o momento no qual as conjecturas passarão pelo teste empírico necessário na medida em que é preciso ir além da mente, procurando um certo padrão para os processos em questão. De posse dos resultados do teste, busca-se alcançar a lei que está à frente da regularidade do fenômeno estudado, analisando qual grau de confirmação obtiveram na investigação (CP 8.209).

Segundo Peirce, o primeiro interpretante lógico corresponderia aos conceitos em seu desenvolvimento inicial ou conjecturas (CP 5.480), ou seja, um julgamento abdutivo proveniente das hipóteses típico de

---

3. Por método científico, Peirce não comprehende apenas o que é realizado por cientistas, em uma pesquisa formal, mas todos aqueles atos que envolvem abdução, dedução e indução, com influência do real para a descoberta dos fatos, podendo ser realizado até mesmo pelos animais. Sobre o assunto, ver mais em Pimenta (2016).

sua natureza perceptual e, portanto, todos os novos conceitos seriam inseridos na mente a partir desses julgamentos nascentes (CP 5.546). Esse primeiro interpretante lógico pode ser compreendido, ainda, na forma do hábito como uma crença não analisada (CP 5.480), em que estão presentes rudimentos de um autocontrole deliberado. Apesar de surgirem de uma associação inusitada de ideias no processo perceptivo típico das hipóteses e, ainda que sejam formas de inferências vagas, são elas que dão continuidade a todo processo de investigação, conforme vimos.

Nesse processo interno, emergem comparações e são possíveis pequenas mudanças das conjecturas. Tais observações caracterizam os primeiros passos para o controle e a mudança de conduta tendo em vista futuras consequências. Quando as conjecturas iniciais começam a ser delineadas mais claramente, trata-se do segundo interpretante lógico inferior; no momento em que é possível observar relações entre as conjecturas revisadas que levam a generalizações, trata-se do segundo interpretante lógico superior (MS 318: 45). Esse último é caracterizado por uma experimentação na imaginação a qual pode levar a um tipo de “habituação” que realmente guie nosso comportamento quando surgirem as circunstâncias (CN 3: 278). Ou seja, trata-se da mudança de hábito, mas no âmbito interno da mente.

Peirce fala muito pouco sobre o terceiro interpretante lógico, mas Bergman (2016) destaca o fato de que, se esse interpretante fosse constituído apenas pelos segundos interpretantes lógicos, o pragmatismo estaria limitado à exposição mental interior dos hábitos. Adicionalmente, Peirce diz que o terceiro interpretante lógico é acionado quando a atividade passa “do teatro da experiência interna para o da experiência externa” (MS 318: 46). Assim, depois do segundo, ou até mesmo logo

em seguida ao primeiro interpretante lógico, ocorre uma “experimentação externa, que, como os experimentos internos, pode levar a modificações de hábito, mas provavelmente com força confirmatória ou disruptiva mais definida” (Bergman, 2016, p. 193).

Externamente, as concepções passam para a experimentação pública, afetando uma comunidade social mais ampla, e pode ocorrer “uma reconciliação ou interajuste entre a razão e os fatos da experiência” (LI 392 [1908]). Desta forma, para Bergman (2016), se o primeiro e o segundo interpretante lógicos são, predominantemente abdutivos e dedutivos, respectivamente, o terceiro seria indutivo. “Contudo, nenhuma dessas fases de interpretação é redutível a uma forma pura de raciocínio como tal. Além disso, essas não são divisões rígidas” (Bergman, 2016, p. 193).

Percebe-se, assim, a importância da inteligência humana no desenvolvimento dos interpretantes lógicos, por meio da autocrítica e do autocontrole, os quais permitem a mudança de hábito, conforme apontado anteriormente, já que essa mudança depende da avaliação das consequências dos hábitos de ação. Além da autocrítica e da heterocrítica, há a ação das ciências normativas em todo o processo<sup>4</sup>. A ética é necessária na medida em que é um ideal que, deliberadamente, estamos preparados para adotar. Ela é reforçada pela estética, a qual nos conduz ao ideal pragmático último. Por um lado, na estética, somos atraídos irresistivelmente para o que é admirável, ou seja, o crescimento da razão criativa no mundo; por outro lado, por meio da ética, o poder da autocrítica e do

---

4. “As ciências normativas (...) são assim chamadas porque estão voltadas para a compreensão dos fins, das normas e ideias que regem o sentimento, a conduta e o pensamento humanos. (...) Elas estão voltadas, assim, para o modo geral pelo o qual o ser humano, se for agir deliberadamente e sob autocontrole, deve responder aos apelos da experiência (Santaella, 1994, pp. 113-114)” (Santaella, 1996, p. 101).

autocontrole levam à mudança de hábito, permitindo que a ação ética seja exercida por meio daquele ideal (Santaella, 2016).

Essa evolução de interpretantes lógicos que leva à mudança de hábito e, portanto, ao aprimoramento do processo interpretativo seria impulsionado pelos ambientes multicódigos (Pimenta, 2016).

## **Os Ambientes Multicódigos**

Pimenta (2016) elenca três possíveis causas para que os ambientes multicódigos permitam tal efetividade comunicacional, as quais se encontram no âmbito das ciências normativas de Peirce, respectivamente, estética (Primeiridade), ética (Secundidade) e lógica (Terceiridade)<sup>5</sup>. O autor argumenta que os processos comunicacionais multicódigos estariam aptos a possibilitar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, processos comunicacionais coletivos, globalizados e instantâneos, além de uma maior consciência sobre as mudanças nos processos cognitivos para se chegar a uma comunicação mais eficiente.

A primeira hipótese seria referente ao caráter sinestésico dos ambientes multicódigos, o qual possibilitaria representar os objetos com uma variedade de padrões de semelhança, sejam visuais, sonoros, verbais, gestuais ou hápticos. Assim, as possíveis sinestesias permitiriam relacionar “qualidades, tipos e padrões das representações multicódigos a partir dos variados padrões de semelhanças característicos de seus objetos,

---

5. A Lógica ou Semiótica, como ciência normativa, “compreende, assim, as condições necessárias do raciocínio autocontrolado e deliberado, voltado para a compreensão da realidade na qual os seres humanos vivem, isto é, dos meios para se chegar ao objetivo desses pensamentos” (Pimenta, 2016, p. 156).

passíveis de ser apreendidas pelos juízos perceptivos<sup>6</sup>” (Pimenta, 2016, p. 52). Na prática, isso geraria aos participantes dos processos multi-códigos “sensações de permanente compartilhamento comunicacional possível” (Pimenta, 2016, p. 61).

Ao analisarem a manifestação EuroMayDay<sup>7</sup>, especificamente a parada virtual criada pelos organizadores, Pimenta e Soares (2004) encontraram confirmações dessa primeira hipótese na utilização de avatares que funcionavam como símbolos das pessoas participando virtualmente do evento. Esses avatares permitiam imersão e reforçavam o envolvimento do indivíduo na manifestação, uma inserção relacionada à dimensão estética. Já a análise de Pimenta e Rodrigues, 2012) sobre o movimento *Wikileaks*, revelou que a ideia de compartilhamento comunicacional esteve presente entre os apoiadores do movimento ao defenderem livre informação, transparência nas comunicações governamentais e liberdade de imprensa. Além disso, apoiar a divulgação de informações vazadas aponta que o pública considera a livre circulação como uma característica do ambiente comunicacional e concorda com isso.

Saindo do âmbito do ciberativismo, Pimenta e Varges (2010) testaram as hipóteses nas plataformas de metaversos, simulações de ambientes

- 
6. O processo perceptivo descrito por Peirce envolve três elementos (CP 7.643; CP 7.675-7). O primeiro, percepto, seria o que vulgarmente definimos como estímulo; algo externo cuja presença se impõe sobre nós. O segundo, o percipuum, é o percepto transformado pelas potencialidades e limites do sistema sensório. “O percipuum surge como reação instantânea não mediada pela ação do hábito” (Santaella, 2005, p. 104). Quando o percepto se torna percipuum, já passa a sofrer a influência dos esquemas gerais de interpretação humanos referentes ao terceiro elemento, o juízo perceptivo. “Esse elemento de generalidade corresponde aos princípios condutores ou hábitos mentais que regulam a formação do juízo de percepção. É através do juízo perceptivo que reconhecemos aquilo que é percebido” (Santaella, 2005, p. 104).
  7. “O foco central da EuroMayday é a precarização das relações de trabalho no atual cenário capitalista” (Pimenta, 2016, p. 82).

3D como o *Second Life*<sup>8</sup>, e nos sites de relacionamento, como no extinto Orkut, encontrando confirmações consistentes principalmente no *Second Life*. A partir da utilização de Realidade Virtual (RV), os autores apontam que há muito mais imersão por meio de visão espacial, interação com objetos e usuários, som ambiente e movimentação em tempo real, por exemplo. Assim, parece existir uma “sensação de realidade” e ampliação da sensação de interferência no ambiente digital com a utilização de avatares, um compartilhamento comunicacional mais rico do que as trocas de mensagens nos sites de relacionamento.

Em um estudo sobre o *World of Warcraft* (WoW)<sup>9</sup>, Prado Silva (2010) analisou como os produtores do jogo atuam na formação de hábitos dos jogadores para melhor compreensão de processos comunicacionais que podem conduzir a um uso problemático da plataforma. Testando essa primeira hipótese de Pimenta (2016), Prado Silva (2010) encontrou um alto grau de confirmação, tendo em vista que os produtores compreendem o grande envolvimento emocional dos usuários já a partir de aspectos técnicos. Um dos principais motivos para isso é a hibridização dos signos que promovem uma percepção sinestésica com sentidos compartilhados e integrados ao fluxo de acontecimentos do

- 
8. “(...) O *Second Life* visava criar uma nova forma de experiência compartilhada, na qual os usuários da internet coabitariam um ambiente tridimensional e construiriam um ‘segundo mundo’, não apenas simulando o real, mas também o complementando” (Pimenta, 2016, p. 93).
  9. “O *World of Warcraft* (WoW) foi lançado em 2004 e é um dos principais produtos do mercado dos jogos de interpretação de papéis on-line, em massa e para múltiplos jogadores, mais conhecidos pela sigla em inglês MMORPG (Multi-massive Online Role-Playing Games). Seus milhões de usuários pagantes em todo o mundo se caracterizam pelo alto grau de envolvimento com o jogo, dedicando a ele, em média, 18% de seu tempo de vigília, muitos deles chegando a atingir o chamado ‘uso problemático’, uma espécie de vício que impacta negativamente suas atividades sociais cotidianas” (Pimenta, 2016, pp. 99-100).

ambiente virtual. Dessa forma, os jogadores modificam suas formas de sentir por meio de uma percepção de pertencimento a um novo espaço para a socialização e até um sentimento de convivência em um tempo com diferentes características.

Ainda sobre a primeira hipótese, Pimenta (2010) alcançou uma confirmação em estudos sobre artigos apresentados no Grupo de Trabalho (GT) de Epistemologia da Comunicação, no Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), em 2007. Os textos apresentavam resultados e conclusões que apontavam para a sensação de compartilhamento nos processos comunicacionais. Por exemplo, foi citada a ideia de participação e comunhão para uma compreensão mais profunda do ambiente comunicacional e a abertura da Comunicação às sensações, já que o campo, se compreendido como “tornar comum”, não está relacionado a um sentido único. Além disso, a Comunicação foi entendida como um espaço comum de pertencimento, enquanto os “signos informáticos” promovem interações em um contexto de conexões imprevisíveis utilizando a “mente da cultura”.

A segunda hipótese de Pimenta (2016) seria a possibilidade de os processos de comunicação multicódigos ocorrerem de forma presencial, ubíqua e imediata, tendo em vista que esse tipo de comunicação permite “representações com múltiplos padrões de relações existenciais, espaciais e temporais, e, também, visuais, sonoras, etc, com seus objetos” (Pimenta, 2016, pp. 52-53). Dessa forma, torna-se possível ao juízo perceptivo captar os múltiplos padrões existenciais dos objetos. Na prática, haveria, então, a “adoção de atitudes voltadas para processos comunicacionais de caráter coletivo, globalizado e instantâneo” (Pimenta, 2016, p. 61).

Na parada virtual do EuroMayDay, Pimenta e Soares (2004) tiveram um alto grau de confirmação dessa hipótese, tendo em vista que o evento reuniu ativistas do mundo inteiro ao mesmo tempo em que aconteciam manifestações na rua em vários países. Já no caso da *Wikileaks*, Pimenta e Rodrigues (2012) observam que o caráter colaborativo se faz presente mesmo na denominação *wiki*, que se refere a produções coletivas na *web*, e uma preocupação com o anonimato das fontes por meio de várias tecnologias as quais impossibilitavam a identificação dos envolvidos. O movimento também teve abrangência internacional nos temas tratados e no seu alcance por meio da internet, o que, ainda, permitiu ao público acessar de forma instantânea os conteúdos veiculados.

No contexto do *Second Life* e sites de relacionamento, Pimenta e Varges (2010) também tiveram um alto grau de confirmação dessa hipótese, principalmente no *Second Life*, em que há uma consistência existencial bem avançada nos processos comunicacionais. A utilização de voz, por exemplo, facilita a comunicação, permite maior naturalidade e confere características da oralidade, como intensidade, tom, timbre, pausas e ritmo. O ambiente 3D e os avatares permitem aos usuários serem representados em seus vários aspectos, como por meio dos signos gestuais. Assim, há a presença da alteridade e do conflito, impulsionando novas atitudes e relacionamentos e, portanto, gerando conexões significativas com o ambiente em interações ricas e diversificadas.

Prado Silva (2010) também verificou uma consciência nos produtores de WoW de que os usuários adotam atitudes de caráter coletivo, globalizado e instantâneo e, por isso, as características do jogo passam a ser adequadas a essa lógica. Por exemplo, é levada em consideração que a sociedade global atual está interligada e faz parte dela as

vivências do ambiente virtual, assim, há uma unificação entre essas esferas. Além disso, tal ambiente funciona 24 horas, em um universo sem duração estabelecida, que independe de participações individuais, o que estimula a conexão permanente, pois o jogo tem desafios constantes.

Já no estudo de Pimenta (2010) sobre as pesquisas apresentadas no GT de Epistemologia da Comunicação, essa hipótese foi confirmada na medida em que os artigos tratavam sobre a necessidade de uma consciência participativa para reanimar a teoria da comunicação e sobre a interação baseada no conflito que manteria a divergência e, dessa forma, permitiria hibridismos, paradoxos e relações. Além disso, defendiam que a comunicação poderia acontecer apenas em um espaço comum de pertencimento, na relação entre corpos e subjetividades.

A última hipótese é que os processos multicódigos permitiriam “representações com múltiplos padrões de lógicas sígnicas” (Pimenta, 2016, p. 53), levando seus operadores a terem maior consciência de seus procedimentos e hábitos inferenciais pela “possibilidade de apreensão dos múltiplos padrões de lógicas sígnicas dos objetos pelos juízos perceptivos” (Pimenta, 2016, p. 53). Na prática, ocorreria a “consciência das atuais mudanças nos processos cognitivos como meio de se obter maior eficiência comunicacional” (Pimenta, 2016, p. 61).

A pesquisa de Soares e Pimenta (2004) no EuroMayDay confirmou essa hipótese, constatando que os ativistas sabiam a importância da utilização de recursos digitais para as transformações políticas almejadas e da manipulação correta dos múltiplos códigos disponíveis, ou seja, mostraram consciência, ainda que vaga, dos novos padrões sígnicos e, portanto, interpretativos. Além disso, parece haver a compreensão de que os novos processos comunicacionais envolvem uma ideia de

mobilização política mais universal (que engloba diferentes e múltiplos perfis de participantes). Por outro lado, Pimenta e Rodrigues (2012) confirmaram apenas parcialmente essa hipótese no caso da *Wikileaks*, tendo em vista que a preocupação em relação a esse fator foi notada apenas nos produtores, mas não nos apoiadores do movimento. Aqueles diziam tentar alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, como maneira única de tomada de decisão, ou seja, compreendiam que decisões a partir de inferências se baseiam em referências existentes e que, dessa forma, haveria maior eficiência nas trocas de informação.

Também houve alto grau de confirmação nos estudos do *Second Life* realizados por Pimenta e Varges (2010). As características do ambiente anteriormente citadas impulsionam novos padrões de interação comunicacional que apenas não atingem todo seu potencial de produzir consciência das mudanças advindas com o multicódigos e, consequentemente, maior efetividade, devido a interesses comerciais da plataforma. Da mesma forma, Prado Silva (2010) confirmou essa hipótese na pesquisa com produtores de WoW, pois eles modificam o jogo ao compreenderem que as transformações no pensamento dos usuários podem conduzir ao uso problemático, o que seria nocivo aos interesses comerciais por afastar os jogadores do ambiente. Assim, o jogo passa a garantir as mesmas oportunidades de sucesso nas missões ainda que a usuários com menor disponibilidade de tempo. Em relação às pesquisas apresentadas no Grupo de Trabalho (GT) de Epistemologia da Comunicação estudados por Pimenta (2010), elas também confirmaram essa terceira hipótese, pois, em alguma medida, houve referência ao contexto de mudanças no campo.

Os resultados das pesquisas acima apresentas apontam que todos os grupos estudados buscam um fim ético, ou seja, algo para o qual a

força de vontade se propõe, em condutas controladas e deliberadas, seja ao conscientizar militantes (ciberativistas), interagir socialmente ou o alcançar o maior número de pontos (gamers) e esclarecer as bases teóricas da Comunicação (pesquisadores em epistemologia da comunicação). Todos eles, dessa forma, procuram alcançar maior eficiência, cada um em seu respectivo contexto (Pimenta, 2016).

Para haver uma aproximação desse ideal, contudo, é necessária uma harmonia das soluções encontradas com os padrões da natureza, tendo em vista os postulados do pragmaticismo de Peirce, “uma vez que se voltam para uma razoabilidade universal em transformação, sem compromissos com quaisquer paradigmas meramente culturais e humanos. A necessidade de atingir objetivos comunicacionais é uma característica dos processos vivos” (Pimenta, 2016, p. 153). Isso não significaria, contudo, abrir mão de uma conduta crítica na produção e análise dos processos comunicacionais, pois o pragmaticismo valoriza o pensamento comum e a heterocrítica, conforme vimos.

Em relação à Estética compreendida como uma ideia adotada coletivamente como a mais adequada, de forma espontânea, simplesmente por uma sensação instintiva de adequação, ela evidencia a importância do sensível, do que é pura percepção e potencialidade formal nos suportes de comunicação (Pimenta, 2016). As modificações descobertas pelas pesquisas apontam como as características do multicódigos atuam na transformação do pensamento já a partir da Estética, por meio das representações sinestésicas impulsionadas pelos meios digitais. Conforme vimos, essas representações ocorrem pela reprodução das qualidades, tipos e padrões dos objetos que a hibridização entre o verbal, visual, sonoro e tátil proporciona, ocasionando “percepções instintivas de

vivermos um momento de transformação” (Pimenta, 2016, p. 155). Assim, foram confirmadas as sensações de permanente compartilhamento comunicacional previstas nas hipóteses.

Em relação ao aspecto Lógico, foi confirmado que os meios digitais multicódigos promovem representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação coletiva e compartilhada. “O fato de hoje ser possível usar diversos padrões de linguagem parece nos fornecer uma aprendizagem que não estava disponível antes dessas operações com tecnologias híbridas e que conduz a uma maior segurança na excelência do raciocínio empregado” (Pimenta, 2016, p. 156). Conforme as pesquisas apresentadas, os resultados mais consistentes foram observados entre os gamers e usuários de redes sociais, ou seja, os que mais exploram as possibilidades de linguagens nos meios digitais. E o fato de esse público ser jovem leva à compreensão de que a habilidade de utilização de diferentes códigos ainda está em desenvolvimento.

Portanto, a ideia de que estariam vivendo um processo de transformações cognitivas, sobre a base de mudanças comportamentais e perceptivas, “(...) nos parece ser real e uma consequência da apreensão coletiva do princípio guia do pensamento em rede digital multicódigos, com suas propriedades sinestésicas, coletivas e autoconscientes” (Pimenta, 2016, p. 157).

## **O Multicódigos na Pandemia de Covid-19**

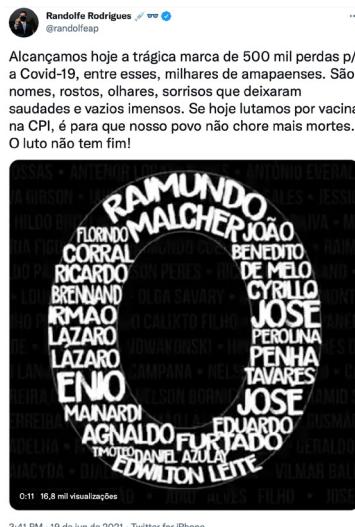
Conforme abordado no início desse texto, a pandemia de Covid-19 trouxe com ela uma infodemia amplamente difundida por meio das redes digitais. No entanto, segundo as ideias de Pimenta (2016), as

características multicódigos desses ambientes também podem impulsionar um aprimoramento interpretativo e uma consequente efetividade comunicacional. É possível observar essa ideia, por exemplo, quando o Brasil alcançou a marca de 500 mil mortos por Covid-19. Na ocasião, um sábado, 19 de junho de 2021, com a utilização de múltiplos códigos, como texto, imagens, vídeos, artes, animações e gestos ocorreram vários atos cobrando uma postura do Governo frente ao número.

Vários políticos fizeram postagens com cobranças nas redes sociais utilizando diversos códigos, conforme demonstram as imagens abaixo (Figura 1, Figura 2, Figura 3, Figura 4, Figura 5):

## Figura 1

*Tweet do senador Randolfe Rodrigues (Rede Sustentabilidade) com animação*



Randolfe Rodrigues (2021).

## Figura 2

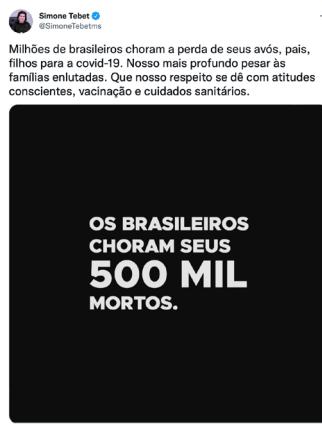
*Tweet do senador Renan Calheiros (Movimento Democrático Brasileiro) com foto*



Renan Calheiros (2021).

## Figura 3

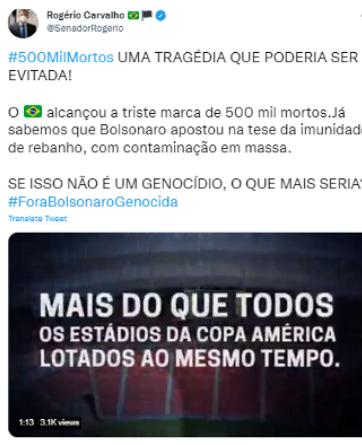
*Tweet da senadora Simone Tebet (Movimento Democrático Brasileiro) com animação*



Simone Tebet (2021).

## Figura 4

*Tweet do senador Rogério Carvalho (PT) com vídeo*



Rogério Carvalho (2021).

## Figura 5

*Postagem do Facebook do político Ciro Gomes (PDT) com foto*



Ciro Gomes (20201)

## Figura 6

*Códigos da reportagem da Uol sobre os 500 mil mortos por Covid-19 no Brasil*



*Nota.* Além do código verbal escrito, reportagem utilizou gráfico, arte e vídeo. (Porto et al., 2021)

Além dos políticos, também se manifestaram da mesma forma, nas redes sociais e com múltiplos códigos, artistas e a população em geral. Sites de notícias preparam reportagens com texto, vídeo e gráficos para marcar a data, a exemplo da Figura 6.

Os números brasileiros também repercutiram na imprensa internacional com texto, vídeos e artes, conforme demonstram as figuras 7, 8 e 9:

### Figura 7

*Reportagem no site do jornal The Times of Israel*

#### Brazil becomes 2nd country to surpass 500,000 COVID-19 deaths

Latin American country records 2,301 coronavirus fatalities in 24 hours; just 11% of population fully vaccinated

By LOUIS GENOT

20 June 2021, 5.04 a.m. |



A demonstrator protests against Brazilian President Jair Bolsonaro's handling of the COVID-19 pandemic in Manaus, Brazil on June 19, 2021. - Brazil has passed the milestone of 500,000 COVID-19 victims. (Michael Dantas / AFP)

Genot, L. (2021)

### Figura 8

*Reportagem no site do jornal inglês BBC*

#### Covid: Brazil hits 500,000 deaths amid 'critical' situation

20 June

Coronavirus pandemic



(“Covid: Brazil hits 500,000 deaths amid ‘critical’ situation”, 2021)

## Figura 9

*Reportagem no site do jornal espanhol El País*

### Brasil supera el medio millón de muertos por la covid-19, la segunda marca más alta del mundo

El número de víctimas, solo superado por EE UU, coincide con una investigación parlamentaria que pone en cuestión la estrategia de Bolsonaro contra la pandemia



Alessi(2021)

No mesmo dia em que o país alcançou a marca de 500 mil mortes, manifestantes tomaram as ruas para protestar contra o governo, seu negacionismo e a lentidão na vacinação da população (Figura 10). Como forma de protesto especificamente pelos altos números de mortes por Covid-19, e em memória dos mortos, uma ONG do Rio de Janeiro (RJ) fez da Praia de Copacabana um roseiral em formato de cruz (Figura 11).

## Figura 10

*População brasileira protesta contra a situação da pandemia no país*



(“Manifestantes fazem atos contra Bolsonaro e a favor da vacina em todos os estados e no DF”, 2021).

## Figura 11

*Praia de Copacabana se torna um roseiral em protesto contra os 500 mil mortos no país*



Resende (2021)

Dessa forma, observamos que o caráter sinestésico dos ambientes multicódigos pode ser o motivador de sensações de permanente compartilhamento comunicacional nesse marco da Pandemia de Covid-19 no Brasil. Apesar de não terem sido utilizados ambientes de realidade virtual que permitem maior imersão e sensação de compartilhamento, conforme vimos anteriormente, aqueles que protestaram puderam colocar em comum seus sentimentos em relação ao tema por meio das redes sociais, o que foi reforçado pelas reportagens multicódigos nos tradicionais meios de comunicação. A partir dessas redes, mesmo os que não participaram dos protestos de ruas, reafirmavam estar envolvidos na manifestação contra o descaso do governo, compartilhando das mesmas ideias e tomando parte naquela causa.

Tais processos comunicacionais também apresentaram caráter coletivo, globalizado e instantâneo. Enquanto ocorriam atos nas ruas,

aproveita-se o espaço das redes sociais para a mesma finalidade, em ações participativas e coletivas. Concomitantemente, jornais ao redor do mundo inteiro noticiavam o fato. Tudo isso evidencia uma sociedade global interligada, em que as vivências virtuais parecem estar unificadas com as não virtuais.

Por fim, mostrou-se possível uma consciência das atuais mudanças nos processos cognitivos a partir da utilização de múltiplos códigos, ainda que vaga, para o alcance de uma maior eficiência comunicacional. Além dos protestos nas ruas e na Praia de Copacana, os indivíduos que querem se expressar compreendem a necessidade de atuar também com recursos digitais, utilizando adequadamente os múltiplos códigos, para produzir uma ação mais efetiva.

As manifestações possuem um fim ético, pois almejam, de forma controlada e deliberada, conscientizar sobre a situação do país em relação à pandemia de Covid-19 e tentar mudanças nas condições atuais. Por meio da estética, com as representações sinestésicas possibilitadas pelos meios digitais, houve a possibilidade da sensação de permanente compartilhamento comunicacional e a percepção já instintiva do momento atual de transformação que requer a utilização das redes digitais nos processos de comunicação. Ao mesmo tempo, sob influência da lógica, foi possível uma consciência, ainda que vaga, sobre hábitos e processos inferenciais impulsionados por uma comunicação coletiva e compartilhada.

Contudo, podemos questionar se os processos comunicacionais de desinformação também poderiam utilizar (ou até já utilizam) as mesmas ideias para se tornarem mais eficientes. Nesse caso, devemos nos lembrar que, conforme pontuado por Pimenta (2016), Peirce defende

uma harmonia com os padrões da natureza, uma razoabilidade universal em transformação. Sendo assim, dificilmente podemos considerar que representações de fatos fictícios ou distorcidos podem se encaixar nos fins éticos sustentados pela estética e, portanto, ao longo do tempo, a partir do emprego do método científico, tenderão a ser desmascarados, ainda que busquem atuar para alcançar maior eficiência.

## Referências

- Alessi, G. (2021, julho 19). Brasil supera el medio millón de muertos por la covid-19, la segunda marca más alta del mundo. *El País*. <https://bit.ly/3FBFQFD>
- Bergaman, M. (2016). Beyond Explication: Meaning and Habit-Change in Peirce's Pragmatism. In D. E. West & M. Anderson, (eds.), *Consensus on Peirce's. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 171-197). Springer International Publishing.
- Ciro Gomes. (20201, junho 19). *Meio milhão de brasileiros mortos por um vírus para o qual já existe vacina. Vítimas da imprudência e incompetência* [Imagen anexada] [Status update].Facebook. <https://www.facebook.com/cirogomesoficial/photos/a.123040477041353/34070382063082442/?type=3>
- Covid: Brazil hits 500,000 deaths amid 'critical' situation. (2021, junho 20). Recuperado de <https://bbc.in/3iQJXE1>
- Genot, L. (2021, junho 20). Brazil becomes 2nd country to surpass 500,000 COVID-19 deaths. *The Times of Israel*. <https://bit.ly/3oPInqL>

Manifestantes fazem atos contra Bolsonaro e a favor da vacina em todos os estados e no DF. (2021 junho 19). Recuperado de <https://glo.bo/3mG7sAR>

Pan American Health Organization (2020). *Understanding the Infodemic and Misinformation in the fight Against COVID 19* (Factsheet n. 5). Department of Evidence and Intelligence for Action in Health, Office of the Assistant Director. <https://bitlyli.com/8mu0G>

Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers*. 8 vols. Harvard University Press [As referências serão designadas por CP, seguido por volume, ponto e número do parágrafo].

Peirce, C. S. (1979). Charles Sanders Peirce: Contributions to “the Nation” - Part III: 1901–1908. In K. L. Ketner & J. E. Cook (Eds.), Texas Tech University Press [As referências serão designadas por CN, seguido pelo número 3, dois pontos e número da página].

Peirce, C. S. Manuscritos - Os manuscritos de Peirce na Biblioteca da Universidade Tecnológica do Texas (Instituto de Estudos do Pragmatismo), começando com MS - ou L para carta (letter em inglês) - e seguidos por um número, referem-se ao sistema de identificação estabelecido por Richard R. Robin no Annotated Catalogue of the Papers of Charles S. Peirce (University of Massachusetts Press, 1967), disponível também em: <https://bit.ly/2UgoICj>; ou em Richard R. Robin, “The Peirce Papers: A Supplementary Catalog,” Transactions of the Charles S. Peirce Society. Alguns dos manuscritos estão disponíveis online em: <https://bit.ly/3rb0RA0>.

Pimenta, F. (2010). *A Epistemologia da Comunicação e o Grupo da Unisinos* [Trabalho apresentado em congresso]. XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro, Brasil.

Pimenta, F. (2016). *Ambientes multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante*. Unisinos.

Pimenta, F., & Soares, L. (2004). EuroMayday 2004 e o Ativismo Político pela Rede. *Libero*, VI, 30-35.

Pimenta, F. & Varges, J. (2010). Metaversos e Redes Sociais: convergências rumo a novos padrões. In I. Coutinho e N. Alvarenga (orgs.), *Identidade e Tecnocultura* (p. 12-24). Mauad X.

Pimenta, F. & Rodrigues, L. (2012). *Wikileaks e Liberdade na Comunicação: concepções da sociedade brasileira frente à web 2.0* [Trabalho apresentado em congresso]. XVII Intercom Sudeste. Ouro Preto, Brasil.

Porto, D., Baptista, S. & Espina, R. (2021, junho 19). Brasil ultrapassa 500 mil mortes por covid-19. *UOL*. <https://bityli.com/Aa4QG>

Renan Calheiros [@renancalheiros] (2021, junho 19). *O presidente idealizou a sua mais ousada e infame rachadinha: dividir o país entre cloroquina e vacina. A* [Image anexada] [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/renancalheiros/status/1406309685863628804>

Prado Silva, R. (2010). *World of Warcraft: semioses para produção de envolvimento em jogos eletrônicos* [Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora].

Randolfe Rodrigues [@randolfeap] (2021, junho 19). *Alcançamos hoje a trágica marca de 500 mil perdas p/ a Covid-19, entre esses,*

*milhares de amapaenses. São nomes* [Image anexada] [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/randolfeap/status/1406321210774982659>

Resende, I. (2021, junho 20). Após 500 mil mortos, ONG faz protesto com rosas em praia no Rio; veja fotos. *CNN Brasil*. <https://bit.ly/3mKKHLT>

Rogério Carvalho [@SenadorRogerio] (2021, junho 19). *#500MilMortos UMA TRAGÉDIA QUE PODERIA SER EVITADA!* [Image anexada] [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/SenadorRogerio/status/1406319951368101890>

Santaella, L. (1996). Roteiro para a Leitura de Peirce. In S. L Oliveira, E. M. Parlato & S. Rabello (orgs.), *O falar da Linguagem* (nº 1, pp. 93-114). Lovise.

Santaella, L. (2005). *Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora, visual, verbal, aplicações na hipermídia* (3<sup>a</sup> ed.). Iluminuras – Fapesp (Edição do Kindle).

Santaella, L. (2016). The Originality and Relevance of Peirce's Concept of Habit. In D. E. West, & M. Anderson, (eds.), *Consensus on Peirce's Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 153-170). Springer International Publishing.

Simone Tebet [@SimoneTebetms] (2021, junho 19). *Milhões de brasileiros choram a perda de seus avós, pais, filhos para a covid-19. Nossa* [Image anexada] [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/SimoneTebetms/status/1406323837768278019>

Zarocostas, J. (2020, 29 fevereiro). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. <https://bit.ly/3B73IUL>

# **PERIODISMO RESILIENTE: EL IDEAL DEL ROL SOCIAL PARA EJERCER EL PERIODISMO EN CONTEXTO DE VIOLENCIA MACROCRIMINAL EN MÉXICO**

*Violeta Alejandra Santiago Hernández<sup>1</sup>*

El estado mexicano de Veracruz, ubicado junto al Golfo de México, se ha convertido en uno de los sitios más peligrosos para ejercer el periodismo en el continente americano y el más mortífero dentro de México (Artículo 19, s.f.). Desde los estudios de periodismo, este artículo toma —por sus características— al estado de Veracruz como contexto espacial para indagar, desde el concepto de resiliencia, sobre las posibles motivaciones por las que los periodistas ubicados en este sitio continúan ejerciendo su trabajo, pese a los graves antecedentes de violencia.

---

1. Maestra en Comunicación  
Profesora de asignatura y doctorante en Comunicación en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México.  
[violetasantiagoh@gmail.com](mailto:violetasantiagoh@gmail.com)

Para este artículo se analizaron los resultados de una encuesta realizada a 51 periodistas del estado de Veracruz, la cual está integrada por preguntas orientadas a descubrir sus motivaciones profesionales, sus condiciones económicas y los efectos de la violencia en su trabajo y vida diaria. Desde una interpretación cualitativa de las respuestas ofrecidas por periodistas en ejercicio dentro del estado de Veracruz, se trata de explicar por qué los periodistas deciden continuar con su trabajo profesional aún cuando deben recurrir a acciones como la autocensura, que se entiende también como un límite a la libertad de expresión, además de desempeñarse en medio de un contexto de precariedad laboral.

El objetivo de este artículo es responder por qué, ante estas condiciones de precariedad económica y altos niveles de violencia, los periodistas desarrollan la resiliencia (Trujillo, 2011) como una habilidad para anteponerse a las adversidades originadas en el ejercicio de su profesión y continuar ejerciendo el periodismo aún en una situación no favorable.

En el primer apartado del texto se ofrece el contexto temporal y espacial del estado de Veracruz como foco de violencia para el ejercicio profesional del periodismo. Posteriormente se presenta una breve revisión de la literatura reciente sobre estudios de periodismo alrededor del concepto de resiliencia, lo que permite presentar la pertinencia de este trabajo. Después se explican los principales conceptos de este trabajo y el enfoque desde el cual se abordan. En otro apartado se expone la metodología utilizada para la realización de esta investigación y se prosigue en la exploración de los resultados obtenidos dentro del estudio. En el último apartado hay un espacio para discutir los resultados y presentar las conclusiones.

Por su enfoque desde una perspectiva crítica, este artículo también permite hacer una reflexión sobre la contraposición entre cómo se enfrentan los periodistas a la violencia y la precariedad y cómo se entienden como periodistas a través de los argumentos expuestos por el grupo encuestado, lo que permite una discusión que ponga en relieve los ejercicios de poder y dominación que suelen pasar desapercibidos en estas decisiones.

### **Veracruz: el lugar más peligroso para ejercer el periodismo en México**

El estado de Veracruz, ubicado al sureste de México y a lo largo del Golfo de México, es considerado el lugar más peligroso para ser periodista dentro del país. De acuerdo con organizaciones de defensa de los periodistas, como Artículo 19 (s.f.), se ha documentado que entre el año 2000 y 2021 en Veracruz 30 periodistas han perdido la vida de manera violenta y en relación con su labor. La proporción es grande: en este periodo 142 comunicadores han sido asesinados en todo el país, lo que significa que solo el estado de Veracruz concentra el 21% de los casos, cuando hay otros 23 estados donde se han cometido este tipo de crímenes (Artículo 19, s.f.).

Es necesario precisar, primero, que este tipo de violencia contra periodistas no es nueva en México, pues se han documentado ataques contra la prensa prácticamente desde finales del siglo XIX, principalmente por motivos políticos (Moncada, 2012). Sin embargo, mientras que los asesinatos contra personas que ejercen el periodismo ha sido una constante que ha acompañado la historia nacional, lo cierto es que en los últimos años del siglo XXI se ha disparado la violencia contra los periodistas de forma sin precedentes.

En el caso de Veracruz, entre el 2000 y el 2010 fueron asesinados 5 periodistas (Artículo 19, s.f), pero a partir de 2011 aumentaron las muertes: entre 2011 y 2016 fueron asesinados 17 periodistas (Santiago, 2019, p. 31), periodo de tiempo que corresponde al sexenio del gobierno de Javier Duarte de Ochoa, político emanado del Partido Revolucionario Institucional (PRI), el mismo que mantuvo el control político de México durante 70 años (p.219).

Si bien los asesinatos de periodistas siguieron contabilizándose en años posteriores en Veracruz hasta llegar a la treintena en 2021, el gobierno de Javier Duarte ha sido considerado el más mortífero del que haya registro (Artículo 19, s.f.), tanto así que Reporteros sin Fronteras expuso en un informe (2017, p.6) que Veracruz no solo sería el sitio más peligroso para ejercer el periodismo en México, sino también en toda América Latina.

La violencia contra periodistas en Veracruz es una que ha sido relacionada con la existencia de otro tipo de violencias (González, 2017, p. 162), específicamente la violencia macrocriminal<sup>2</sup>, que ha sido visible a partir de otros fenómenos como las desapariciones forzadas<sup>3</sup>, el alto índice de homicidios, la violencia policiaca y las fosas clandestinas (Santiago, 2019).

- 
2. Definida más adelante en el apartado teórico, es la violencia comúnmente nombrada como “violencia organizada” o vinculada al narcotráfico, pero desde este concepto lo que se busca es no desapartarla de la violencia de Estado.
  3. Son privaciones de la libertad, distintas del secuestro, pues no tienen como fin la petición de un rescate económico o material para la liberación de la persona. Su mayor característica es que no hay certeza de dónde se encuentra el cuerpo de la persona. En muchos casos las personas son halladas sin vida, en fosas clandestinas (Santiago, 2019).

Como sucede con la explosión de ataques contra periodistas, estas otras violencias pueden explicarse desde el plano político: la alternancia de poder en la presidencia de México en el año 2000, cuando el partido hegemónico dejó de gobernar, provocó un debilitamiento en el presidencialismo que había hasta entonces en el país. Ante estas circunstancias, los gobernadores de los territorios estatales, como Veracruz, ganaron autonomía y poder hasta conformar una especie de régimen subnacional del tipo electoral-autoritario, que existía y convivía en un régimen federal aparentemente democrático (Olvera, 2018). En estas condiciones, lejos de las tesis que postulan al Estado mexicano o los gobiernos estatales como debilitado o fallido y supeditados a lo que se conoce como “crimen organizado” (), hay argumentos que apuntan a que el ejercicio de poder gubernamental en realidad ha utilizado la violencia como un instrumento para mantener la dominación (Zavala, 2019). Por lo tanto, eso puede explicar buena parte de la violencia ejercida en Veracruz tanto de manera general como enfocada contra los periodistas.

Además de las condiciones de violencia ya señaladas, también es necesario considerar que los periodistas han expuesto padecer altos niveles de precariedad laboral: falta de seguridad social, incertidumbre laboral y salarios que se sitúan en un promedio de 7 mil pesos mensuales (Hughes et al., 2017), es decir, alrededor de 350 dólares al mes.

En un artículo previo (Santiago, 2020) se han expuesto los resultados cuantitativos de la misma encuesta que aquí se analiza. Específicamente sobre los periodistas que participaron este estudio se encontró que la mayoría tiene más de dos trabajos simultáneos e, incluso, debe recurrir a emplearse dentro de actividades económicas distintas al periodismo, además de que más de la mitad gana menos de 7 mil pesos mensuales

(350 dólares) y no cuenta con seguridad social como seguro médico, créditos para la vivienda o sistema de pensiones (p.30). Es bajo este panorama complejo de violencia y precariedad como los periodistas veracruzanos ejercen la libertad de expresión.

### **No el Cómo, sino el Por Qué**

Las condiciones anteriormente descritas sobre el estado de Veracruz explican por qué hay una amplia literatura académica orientada sobre este contexto geográfico, tanto desde la comunicación como de otras disciplinas (Aguilar, 2019; Avilés, 2017; Figueroa & García, 2016; Hernández, 2017; Orihuela, 2016). En el caso de los estudios sobre periodismo, la violencia que se ha desarrollado en Veracruz ha convertido a los periodistas veracruzanos en foco de interés para la academia desde diferentes líneas de conocimiento, principalmente desde las prácticas periodísticas (Alfaro, 2018; Del Palacio, 2015, 2017; Mar, 2013, 2016), el tratamiento informativo (Del Palacio, 2014; Leos, 2017) y, en menor medida, las narrativas de la violencia (Santiago, 2021).

Específicamente sobre la relación entre resiliencia y periodismo en México, los estudios al respecto son muy recientes y todavía escasos. Uno de los estudios, que puede considerarse el pionero en esta temática, justamente habla de la experiencia de periodistas en Veracruz entre 2010 y 2017 (Del Palacio, 2020).

Para esta investigadora (Del Palacio, 2020), los periodistas de Veracruz, además de ser objeto de violencia física, también han sido sometidos a la violencia simbólica, por lo que a pesar de que el período más peligroso para los periodistas parece haber quedado atrás, los periodistas se han

adaptado al contexto de violencia para sobrellevarlo y, además, han aprendido a resistir desde la conformación de redes de apoyo.

Aunque en un trabajo mucho más extenso, por tratarse de un libro, González y Relly (2021) llegan a una conclusión similar, pues destacan una relación entre la resiliencia y la resistencia, pues la resiliencia sería una forma de confrontar la violencia manifestada a partir de las “presiones del Estado y del crimen organizado” (p. 2).

Ambos estudios enfocados en México exponen esta relación entre la formación de redes o grupos de apoyo gremial para poder seguir desarrollando el trabajo periodístico en un contexto de violencia, por lo que responden al cómo se desarrolla esta resiliencia, aunque no se explora en las motivaciones de fondo o en el por qué.

Aunque el presente artículo tiene una metodología similar, pues analiza cualitativamente las respuestas de periodistas que trabajan en dichos entornos violentos, la perspectiva crítica permite llevar la reflexión hasta un área que estas investigaciones citadas no exploran, principalmente en relación con el poder; otra diferencia sustancial es el hecho de que este trabajo define como violencia macrocriminal lo que suele llamarse “crimen organizado”, lo cual implica una diferencia sustancial; por último, como ya se ha mencionado, esta investigación apunta a dar una explicación de por qué los periodistas en contextos de violencia han desarrollado esta resiliencia.

## **Marco Teórico**

La genealogía del concepto de la resiliencia ha dejado claro que no se le puede disociar de la resistencia (Trujillo, 2011, p. 16). Desde la psicología, la resiliencia es un proceso frente al contexto que envuelve

a las personas y los factores de riesgo que se presentan (p. 19), por lo que llevada específicamente al campo del periodismo, la resiliencia es “la habilidad de continuar el ejercicio profesional y crear, adaptar y resistir frente al trauma y la violencia” (González & Relly, 2021, p. 7).

Respecto a la violencia, el uso del concepto de macrocriminalidad responde a la necesidad crítica de pensar la violencia más allá de las explicaciones que se han ofrecido para este fenómeno en México y en Veracruz que suelen implicar la mal llamada “Guerra contra el Narco-tráfico”. La macrocriminalidad implica pensar que la violencia surge desde el poder político para cumplir objetivos específicos de dominación, para lo cual utiliza la fuerza o la represión del Estado y de otros grupos a los que extiende su apoyo (Jäger, 1989), como los llamados “grupos criminales” o del “crimen organizado”.

En la lectura de este artículo, también resulta importante incorporar al debate ciertos conceptos críticos. Por un lado, la noción de hegemonía como una forma de dominación ideológica y cultural que establece condiciones para perpetuar tal dominación desde el consenso, es decir, una aceptación general de tales condiciones sin mayor sospecha (Gramsci, 1970). Por el otro, el entendimiento de las prácticas sociales reguladas que indican a los individuos cómo pueden representarse o cómo quedan excluidos, además de ser correspondientes a un contexto histórico, espacial y político, las cuales Glynos y Howarth (2007, p. 137) han llamado lógicas sociales.

En este proceso de relación entre los periodistas y su realidad, los conceptos de imaginario social y narrativa permiten explicar la construcción subjetiva de los periodistas. El imaginario es parte importante de esta formación de subjetividad, pues orienta a los individuos, en este

caso, a los periodistas, hacia cómo deben desempeñar su papel en la sociedad (qué esperan de ellos) y cuál es su lugar en la sociedad (dónde se ubican) (Erreguerena, 2001). A su vez, los imaginarios dialogan con la narrativa al entenderse esta como parte de su proceso de conformación, pues las narrativas forman un vínculo de experiencia entre lo individual y colectivo (Padilla y Bermúdez, 2016, p.224) hasta orientar el comportamiento cotidiano (Soltero, 2016, p. 124).

Dentro de estos imaginarios y narrativas sobre lo que significa o implica ser periodista, la tipología de los roles periodísticos permiten agrupar las formas de comportamiento existentes y aceptadas sobre este trabajo: el periodista social o cívico, que vela por mejorar su entorno social; el periodista crítico del poder o vigilante, que busca ser un contrapeso gubernamental y ejercer como ente fiscalizador del poder; y el periodista oficialista, que trata de congraciarse con el poder político y representa la antítesis del ideal del ejercicio periodístico (Buitrón & Astudillo, 2005; Llobet, 2006).

Estos conceptos y propuestas teóricas, en conjunto, establecen las bases pertinentes desde una mirada crítica para realizar una interpretación de las respuestas ofrecidas por los periodistas veracruzanos en el contexto de violencia y precariedad que ya se ha establecido.

## **Metodología**

Como se ha señalado en párrafos anteriores, este artículo es un subproducto de un estudio amplio publicado anteriormente (Santiago, 2020) para responder a los vacíos que dicho artículo, puesto que se encontraron limitaciones debido a que por su diseño metodológico no se permitían interpretaciones. A diferencia de ese trabajo, que se

trataba de un estudio cuantitativo, del tipo descriptivo y correlacional, este artículo aborda las respuestas de manera cualitativa, a través de la interpretación desde la hermenéutica crítica (Mendoza, 2003).

La encuesta original se compuso por 43 preguntas que abarcaron cuatro dimensiones: de conocimiento demográfico, sobre el contexto de violencia, sobre las condiciones laborales y sobre las condiciones para el ejercicio de la libertad de expresión. Las preguntas se colocaron en un formulario de *Google Forms* y se invitó a participar a periodistas a través de contacto directo por medio de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea, por lo que no se trata de una muestra representativa, desde que el número de personas que formaron parte del estudio se determinó por su participación voluntaria. La condición fue que se trataran de periodistas en activo en el estado de Veracruz.

En un inicio los datos cuantitativos se procesaron en el programa *IBM SPSS Statistics* (versión 26), los cuales fueron presentados en el artículo que ya se ha citado (Santiago, 2020). Sin embargo, el formulario de preguntas también presentaba un espacio para respuestas abiertas, específicamente las relacionadas con la percepción sobre la violencia y el trabajo profesional como periodistas, la decisión de ser periodistas, el impacto del trabajo en sus vida, la satisfacción profesional y la continuidad del ejercicio periodístico, mismas que no fueron aprovechadas del todo desde los límites del enfoque cuantitativo. Es a partir de las respuestas a este tipo de preguntas desde el cual se realiza el presente análisis.

## **Resultados**

Los resultados del estudio cuantitativo (Santiago, 2020, p. 29) describen la situación de precariedad económica que enfrentan los periodistas

veracruzanos encuestados: más de la mitad gana por debajo del mínimo, que son 7 mil pesos al mes, el 51% no tiene prestaciones laborales y a la mayoría les preocupa más su situación económica, al grado de que la principal motivación para pensar en dejar el periodismo no se debe realmente a la situación de violencia, sino a las malas condiciones económicas (p. 33), aún cuando su percepción de que se encontraban en un trabajo peligroso también era alta para el 58.8% del grupo (p. 31). A partir de tales resultados, la pregunta que no se contestó en dicha investigación fue ¿por qué, a pesar de estas condiciones negativas, los periodistas seguían ejerciendo su profesión?

De acuerdo con las respuestas a las preguntas abiertas de la encuesta, las principales motivaciones por las que han pensado en dejar su trabajo son económicas, como lo señalan algunas de las respuestas: “Es difícil encontrar un empleo bien pagado y como no tengo un título profesional, lo veo todavía más complicado”; “porque ya no me es redituable”; “por los bajos salarios”; “por los sueldos bajos y la violencia”; “porque a veces me da miedo”. Para quienes contestaron que no han pensado en dejar su trabajo, aún cuando manifiestan estar satisfechos con la profesión, el tema económico también se expresó: “Disfruto lo que hago aunque económicamente no esté bien remunerado”, “Me gusta lo que hago pese a las dificultades”.

Estas respuestas pueden entenderse a partir de lo que los periodistas respondieron acerca de sus motivos por los que eligieron desempeñarse dentro de esta profesión. Aunque las respuestas fueron libres, es decir, cada persona podía escribir lo que quisiera contestar, fue posible ubicarlas en cuatro grandes grupos: por considerar que es un servicio a la

comunidad, por vocación o influencia familiar; porque le ofrecieron el empleo y porque tuvo un acercamiento desde otra profesión.

Como es posible notar, los primeros dos grupos están más cerca de tratarse de una elección personal, mientras que los últimos dos representan un acercamiento al periodismo de manera fortuita, como lo expone una de las respuestas: “Sinceramente no lo elegí, fue espontáneo, busqué un trabajo de verano, me ofrecieron la vacante y me enamoré”.

Especial atención merece la revisión de las respuestas de los primeros dos grupos, los orientados a una elección o vocación. Un 75% de las respuestas se concentra en estas primeras dos categorías. En ellas los periodistas vinculan su razón para desempeñarse en esta profesión con el ideal del rol social del periodismo: “Porque es una convicción que tenía desde muy pequeña. Comunicar y ayudar a mi comunidad.” Otras personas exponen una idea similar, desde otras formulaciones, por ejemplo: “Es una manera de servir a la sociedad”; “me gusta ayudar a los demás a través de la opinión pública”; “me gusta redactar, investigar, dar voz a las demandas ciudadanas pero también contrastar la información. Me gusta sentir que soy útil a la sociedad informando con responsabilidad”.

Resulta importante señalar que algunos de estos periodistas manifestaron tener intenciones de dejar su trabajo por las condiciones económicas precarias, sin embargo, reivindicaron que su labor tiene una repercusión social.

Una relación similar ocurre entre las respuestas sobre su percepción de la violencia y la satisfacción que les brinda su trabajo. Respecto a la violencia, las respuestas fueron diversas, pero fue posible concentrarlas en tres categorías: hubo pocos (6%) que para nada consideraron que su trabajo sea peligroso, hay quienes (29.4%) consideraron su trabajo peligroso por los intereses económicos o políticos que pudieran afectar,

mientras que la mayoría (58.8%) coincidió en que por el tipo de información que cubre, su integridad puede estar en riesgo.

Por ejemplo, uno de los periodistas que participó en la encuesta comentó lo siguiente: “Sí. He recibido amenazas de muerte por escribir sobre la violencia en Veracruz”. Otro más, que concordó en que su trabajo es peligroso, dijo: “Sí, por la falta de garantías de seguridad por parte del Estado, laborales y los bajos salarios [que] dificultan el acceso a un abogado”.

Si bien no se le solicitó a los periodistas que especificaran las fuentes de las agresiones que han experimentado, la mayoría de las personas que dijeron haber estado en una situación de riesgo, vincularon señalaron a actores estatales o políticos como los causantes de estas situaciones de riesgo:

Por exponer actos de corrupción de un ex alcalde que hoy es señalado por daño patrimonial por el ORFIS. Cuando aún estaba en funciones y antes que las auditorias y las cuentas públicas expusieran los malos manejos, documenté las irregularidades del entonces alcalde, eso derivó en agresiones verbales, y culminó con el incendio de la oficina del medio en el que laboraba. Aunque la Fiscalía no avanzó jamás en las averiguaciones y no se le pudo fincar responsabilidad, tengo motivos para pensar que se relacionó con el seguimiento a la gestión de ese personaje político.

Respecto a las afectaciones directas de la violencia en su trabajo, los periodistas explican que el uso de la autocensura, que prevaleció en el 92.2% de los participantes, es una forma de protegerse ante la perfección de la violencia que tienen sobre su trabajo. Aunque algunos mencionan sentirse intimidados por la violencia macrocriminal, a través de lo que los periodistas reconocen como “crimen organizado”, nuevamente la aparición —aunque sutil— de la violencia de Estado

se asoma a través de respuestas como la siguiente: “Obligó a ser más cuidadosos con lo que se escribe. Las fuentes oficiales de información especialmente relacionadas con seguridad se hicieron más cerradas. En el actual gobierno nadie puede declarar más que el gobernador y es complicado poder confirmar los hechos que ocurren”; “tenemos que aplicar censura en ciertos temas, por cuestión de seguridad”.

Pese a estas respuestas, el panorama cambia al llegar a la pregunta sobre “¿Cuál es la mayor satisfacción que le ha dado su trabajo?” Más de la mitad pudieron agruparse dentro de una categoría construida como “impacto en la sociedad”, es decir, que orientan como principal razón para ejercer el periodismo el hecho de ayudar a otras personas, como lo demuestran algunas de las respuestas: “El ayudar a la gente humilde que sufre la represión y opresión de funcionarios insensibles, dándole voz a sus denuncias para mejorar los servicios públicos”; “poder ayudar. Dar voz a quienes no son escuchados. Sacar a la luz injusticias y abusos de malos gobiernos”; “cambiar, aunque sea tantito, el mundo”.

La última pregunta de la encuesta fue la siguiente: “Finalmente. A pesar de todo este panorama, ¿seguirás siendo periodista?” De las 51 personas que participaron una no contestó, una dijo que “no sabía” y el resto contestó que sí: “Seguiré en el periodismo. Aunque el contexto de violencia y salarial lo dificulten, pero quiero seguir contando historias”; “Sí. Moriré en la raya. No creo jubilarme pues no tengo prestaciones y mientras tenga fuerza y cerebro y no esté al grado de causar lástima seguiré en esto”.

## Conclusiones

A pesar de las condiciones adversas en materia de seguridad económica e, incluso, episodios de amenazas o agresiones directas, los

periodistas encuestados se sobreponen a estas adversidades a partir de la creencia de que desempeñan un papel de alto impacto social por su actividad profesional, lo que constituye a la resiliencia como una habilidad clave para el periodismo regional mexicano afectado por tales condiciones de macrocriminalidad y precariedad.

Los periodistas afectados por la violencia y la precariedad persisten en la realización de su trabajo al desarrollar una actitud positiva basada en el ideal del periodista social, de modo que esta motivación los ayuda a enfrentar el contexto político y social en el que se encuentran.

Esto es visible, sobre todo, en las respuestas encontradas en la pregunta sobre la satisfacción de la profesión de periodista: escritas de forma distinta, muchos de los participantes coincidieron en que ellos “dan voz a los que no tienen”, lo cual se relaciona con la construcción narrativa y del imaginario social que hay sobre el desempeño del periodismo. En otras palabras, los periodistas se reconocen desde el imaginario como profesionales no únicamente de la información, sino como personas al servicio de la sociedad, que están ahí para denunciar lo que es incorrecto y luchar por el cambio (Buitrón & Astudillo, 2005, p. 26).

Desde la primera investigación (Santiago, 2020) ha quedado claro que la violencia preocupa a los periodistas, pero que incluso más difícil es trabajar con pagos a destiempo, bajos salarios, sin seguro médico ni opciones de pensión para el retiro. La idea de vocación social o de servicio observada a través de la interpretación de las respuestas de este grupo de periodistas veracruzanos se plantea como la respuesta, no a cómo se sobreponen a lo adverso, sino a por qué siguen trabajando pese a las condiciones precarizadas y a las ideas en torno a la violencia macrocriminal.

En este sentido, mientras otras investigadoras (Del Palacio, 2020; González & Relly, 2021) apuntan a que la resiliencia entre los periodistas se construye como forma de resistir a estas condiciones adversas y que las redes de acción colectiva forman parte importante de este desarrollo, a partir de lo encontrado en este estudio, se puede agregar que los periodistas construyen esta capacidad de resistir no solo como una consecuencia de la violencia —poder seguir ejerciendo el periodismo en un contexto peligroso— sino desde la idea de que su trabajo es importante para la sociedad.

Sin embargo, desde un enfoque crítico es necesario añadir que esta idea ligada al imaginario de lo que debe ser un periodista puede implicar que los periodistas caigan en una “trampa de romantización” que perpetúe sus propias condiciones adversas e impidan una posibilidad de mejorar su situación laboral y de seguridad. Es decir, al asumir que su trabajo es necesario para alcanzar un bien comunal, más grande e importante que la vida individual, se admite que existan los riesgos físicos y la precariedad laboral observada porque terminan normalizados en la profesión, como parte de ‘ser’ periodistas.

Este tipo de narrativas profesionales e imaginarios en torno a la labor periodística —la idea del periodista héroe, amenazado y pobre, que incluso el mismo periodismo reproduce<sup>4</sup>— se puede interpretar

---

4. La cobertura del asesinato del periodista veracruzano Gregorio Jiménez de la Cruz, en 2014, es muestra de ello. En la crónica “#TodosSomosGoyo”, escrita por Noé Zavaleta, el periodista aparece representado desde su precariedad como el reportero ‘pobre, pero bueno’ y se exaltan las condiciones en las que vivía como símbolo de su honestidad y bondad. Mientras la pérdida de su vida se limita a la posibilidad de la violencia macr水晶 (un grupo del “crimen organizado”), no se cuestionan las dinámicas laborales ni sistemáticas que permitieron que viviera en tales condiciones, es decir, se despolitiza la violencia (Santiago, 2021).

como una lógica social, como lo entienden Glynos y Howarth (2007), desde que no se trata de una práctica con reglas establecidas, sino que se persigue a través de las mismas relaciones sociales. Lo relevante de observar la construcción del periodista como una de estas lógicas sociales —que se verían insertadas en el imaginario social a partir de las narrativas— es que eso conlleva una relación con las lógicas políticas, aquellas diseñadas desde los regímenes de poder, pues son estas últimas las que fungen como marcos de lectura de las lógicas sociales, es decir, le dan sentido.

Eso significa que, vista la construcción de lo que significa ‘ser’ periodista como una lógica social, se trata de una puesta en escena que oculta las relaciones de dominación de fondo, diseñadas para perpetuar las condiciones adversas que permitan mantener el ejercicio del poder. Ejemplo de ello es que los periodistas, aunque mencionan a las empresas mediáticas o al Estado como parte del problema de violencia y precariedad que enfrentan —como aparece en las respuestas sobre cómo han sido sus agresiones y mencionan a políticos, funcionarios o policías, por lo general— su explicación general de por qué se encuentran en estas condiciones suele enfocarse hacia el mal llamado “crimen organizado” —es el tema que más se autocensura y desde el imaginario es de donde surge su idea de violencia o peligrosidad en Veracruz—, aún cuando organizaciones como Artículo 19 han encontrado que las autoridades (políticos, policías) son quienes más violentan a los periodistas, con una frecuencia muy por encima que estos “grupos criminales”.

De esta manera, atrapados en la reproducción de su propia narrativa profesional y el imaginario que orienta a vincular la labor profesional del periodismo con el servicio social, los periodistas parecen encontrar

en este ideal del cumplimiento del rol de “periodista social” las bases para desarrollar una resiliencia y seguir ejerciendo el periodismo pese a contextos difíciles. Esta lectura final puede verse desde dos ángulos: la resistencia vinculada a la resiliencia podría significar una espacio de actuación política, pero desde las motivaciones para ser un periodista resiliente también se corre el riesgo de justificar la perpetuación de estas condiciones precarias y de violencia macrocriminal.

## Referencias

- Aguilar, M. (2019). Autoritarismo político, violencia y protesta social en Veracruz: 2010-2015. En F. J. Aguilar (Coord.), *Los movimientos sociales en la vida política mexicana* (pp. 211-238). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Alfaro, D. I. (2018). No veo, no hablo y no escucho: retrato del periodismo veracruzano [Tesis de maestría, Universidad de San Andrés].
- Artículo 19. (s.f.). Periodistas asesinadas/os en México, en relación con su labor informativa. Artículo 19. <https://articulo19.org/periodistasasesinados/>
- Avilés, P. (2017). Percepción ciudadana sobre corrupción en el estado de Veracruz: caso Xalapa, 2017. *Revista legislativa de estudios sociales y de opinión pública*, 10(20), 137-167.
- Buitrón, R. D., & Astudillo, F. (2005). *Periodismo por dentro: una pausa en medio del vértigo*. CESPAL.

- Del Palacio, C. (2014). Labores de ritualización y mitificación en las secciones policiacas de tres periódicos de Veracruz a través de sus imágenes. *Relaciones*, (140), 71-106.
- Del Palacio, C. (2015). Periodismo impreso, poderes y violencia en Veracruz 2010-2014. Estrategias de control de la información. *Comunicación y Sociedad*, (24), 19-46.
- Del Palacio, C. (2017). *Los medios de comunicación en un régimen electoral autoritario. El caso de Veracruz, México. Rusia e Iberoamérica en el Mundo globalizante.*
- Del Palacio, C. (2020). Resistencia, resiliencia y luchas por la memoria de la violencia. Los periodistas en Veracruz, México. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (143), 199-214.
- Erreguerena, M. J. (2001). El concepto de imaginario social. *Anuario 2000 UAM-X*, 15-27.
- Figueroa, L. T., & García, M.J. (2016). Redes sociales de apoyo y violencia social en Veracruz, México. *Psicología y salud*, 26(1), 91-100.
- Glynos, J., & Howarth, D. (2007). *Logics of Critical Explanation in Social and Political Theory*. Routledge.
- González, C., & Relly, J. E. (2021). *Surviving Mexico: Resistance and Resilience among Journalists in the Twenty-first Century*. University of Texas Press

González, R. A. (2017). Entre la espada y la pared: violencia y publicidad oficial como obstáculos para la modernización del periodismo mexicano. *Argumentos*, 30(85), 159-174.

Gramsci, A. (1970). *Antología (selección, traducción y notas de Manuel Sacristán)*. Siglo XXI.

Hernández, T. (2017) El Partido Acción Nacional en Veracruz. El triunfo de un partido pequeño en las elecciones de 2016 y 2017. *Polis*, 13(2), 15-42.

Hughes, S., Garcés, M., Márquez, M., & Arroyave, J. (2017). Rethinking professional autonomy: Autonomy to develop and to publish news in Mexico and Colombia. *Journalism*, 18(8), 956–976.

Jäger, H. (1989). *Makrokriminalität: Studien zur Kriminologie kollektiver Gewalt*. Suhrkamp.

Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIrevista*, 1(3), 1-11.

Mar, G. H. (2013). *Relaciones de poder entre periodistas y clase política: Los columnistas de la zona conurbada Veracruz-Boca del Río* [Tesis de doctorado, Universidad Veracruzana].

Mar, G. H. (2016). Violencia y transformación del habitus periodístico en Veracruz: caso Notiver (2011–2013). *Balajú*, 3(5), 1-20.

Mendoza, V. (2003). Hermenéutica crítica. *Razón y Palabra*, (34).

Moncada, C. (2012). *Oficio de muerte: Periodistas asesinados en el país de la impunidad*. Grijalbo Mondadori.

Orihuela, A. (2016). *La guerra contra el narcotráfico en México: una violencia de estado. El caso de Veracruz (2006-2015)* [Tesis de maestría, Universidad Veracruzana].

Olvera, A. J. (2018). Gestación y crisis del régimen político electoral autoritario en Veracruz. En A. J. Olvera (coord.), *Veracruz en su laberinto: autoritarismo, crisis de régimen y violencia en el sexenio de Javier Duarte* (pp.23-52). Universidad Veracruzana. <http://libros.uv.mx/index.php/UV/catalog/view/BI341/146/430-1>

Padilla, A. Y Bermúdez, A. (2016). Normalizar el conflicto y desnormalizar la violencia: retos y posibilidades de la enseñanza crítica de la historia del conflicto armado colombiano. *Revista Colombiana de Educación*, (71), 219-251.

Reporteros Sin Frontera. (2017). Veracruz: los periodistas frente al Estado de miedo. RSF. [https://rsf.org/sites/default/files/rapport\\_veracruz\\_es-2.pdf](https://rsf.org/sites/default/files/rapport_veracruz_es-2.pdf)

Santiago, V. A. (2019). *Guerracruz*. Penguin Random House.

Santiago, V. A. (2020). Análisis del impacto de la violencia en la situación económica y el ejercicio de la libertad de expresión en un grupo de periodistas veracruzanos. *Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC*, (27), 22-37.

Soltero, G. (2016). Construcción de la violencia en México. Un análisis desde la teoría literaria. *Política y Cultura*, (46), 121-142.

Santiago, V. A. (2021). *Violencia hegemonía y poder: las narrativas en “#TodosSomosGoyo” de Noé Zavaleta y “Veracruz se escribe con Zeta” de Fernanda Melchor”* [Tesis de Maestría, Universidad Iberoamericana].

Trujillo, S. (2011). Resiliencia: ¿proceso ó capacidad? Una lectura crítica del concepto de resiliencia en 14 universidades colombianas. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 4(1), 13-22. <https://reviberopsicologia.ibero.edu.co/article/view/rip.4102/174>

Zavala, O. (2019). Las razones de Estado del narco: soberanía y biopolítica en la narrativa mexicana contemporánea. En M. Moraña & I. M. Sánchez (eds.), *Heridas abiertas. Biopolítica y representación en América Latina* (pp. 183-2020). Vervuert Verlagsgesellschaft.

# A UTILIZAÇÃO DE DADOS SOBRE O COVID-19 POR WEBJORNAIS BRASILEIROS

*Cláudia Maria Arantes de Assis Saar<sup>1</sup>  
Karla Gabriela Silva dos Santos<sup>2</sup>  
Roberta Scheibe<sup>3</sup>*

O jornalismo na web é designado por Canavilhas (2001) e Mielniczuk (2003) como webjornalismo. Diz respeito a utilização de uma parte específica da internet, que é a web. Produzido na web, para a web. Nele é possível editar o conteúdo para ser distribuído em plataformas diversas (Podcast, Feed RSS, SMS, correio eletrônico, dentre vários outros. Tendo infinito espaço, possibilidades multimídias

- 
1. Doutora em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora do curso de jornalismo na Universidade Federal do Amapá. [claudiamaaria@unifap.br](mailto:claudiamaaria@unifap.br)
  2. Acadêmica do 7º semestre de jornalismo na Universidade Federal do Amapá. Bolsista de iniciação científica PIBIC – CNPQ. [santoskarla86@gmail.com](mailto:santoskarla86@gmail.com)
  3. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). [roberta.scheibe@unifap.br](mailto:roberta.scheibe@unifap.br)

e crescente acesso por parte da população, o webjornalismo vem cada vez mais ganhando forças.

Assim, o processo multicast (disseminação da informação de muitos para muitos) está cada vez mais ganhando espaço e vencendo outros veículos, antes consolidados pela cultura popular. Tal afirmação encontra base no que Negroponte previu em 2010, que os jornais impressos iriam morrer até 2015. Em alguns casos a previsão foi concreta, como a extinção impressa do jornal New York Times e no Brasil a extinção da versão impressa do Correio Braziliense. Salaverría, um pouco mais cauteloso previu a adaptação dos jornais em ambientes digitais, dando possibilidades de participação ao público e oportunidades para construírem seus próprios caminhos informativos, o que vem acontecendo com muitos veículos broadcasts.

O webjornalismo foi se moldando e servindo para o propósito básico da comunicação: informar. No ambiente que já sofreu por falta de conteúdo para alimentação do veículo como consequência de características estruturais, atualmente encontra nesse ponto sua maior força, pois permite abundância de informações por não ser um espaço limitado (Bradshaw, 2014).

Alguns pontos que levou a web a ser tão almejada pelos veículos e tão buscada pelos usuários, segundo Marcos Palácios (2002), são: Interatividade; Hipertextualização; Personalização; Instantaneidade; Multimidialidade e Memória.

Este último ponto, a memória, pode ser alocada em espaços como arquivos. São bancos de dados cujo potencial pode e deve ainda ser desvendado, como sugere Guimarães (2003). Para Machado (2004) os bancos de dados são formas culturais típicas da sociedade em redes e

possuem três funções dentro jornalismo de web: 1) formatos e estrutura da informação, 2) auxílio multimídia para modelos de narrativas e 3) memória para armazenar o conteúdo que foi publicado.

Enquanto ferramenta e processos de usabilidade, a internet suporta hipermidialidade (Nelson, 1965) capaz de congregar em ambientes computacionais, sistemas eletrônicos de comunicação, oportunizando a construção de elementos não-lineares e hipertextuais. Assim, a possibilidade de acessos simultâneos a textos, imagens, sons e vídeos, de modo interativo e não-trivial (Ascott, 1995) cuja sequência de escolha comporá a leitura e entendimento da versão pessoal do indivíduo, seduz e cativa cada vez mais usuários. Esse fenômeno, arraigado ao latente crescimento da população com acesso à internet, potencializa e viabiliza cada vez mais a produção de conteúdos para a web.

O Brasil possui 74,8% da população com acesso à rede mundial de computadores, segundo dados da Internet World Stats (“Internet Usage and Population in South America”, s.d.) de março de 2021. Ainda de acordo com a mesma plataforma, o facebook tem uma penetração de 70,7% na população brasileira. Assim, podemos pensar que, com a transposição dos veículos de comunicação (broadcasts) para o ambiente virtual, transformando-os em multicasts, o número de informações cresceu vertiginosamente, uma vez que o ambiente de rede é um lugar de abundância de informação, ao contrário da escassez (tamanho ou espaço) dos veículos broadcasts (Bradsahw, 2004). Esse ponto aliado à possibilidade infinita de navegação dos usuários e inserida numa cultura participativa e convergente (Jenkins, 2008), tende a denotar possibilidades de participações e compartilhamentos desenfreados, sem um rígido controle, uma vez que a internet é uma rede distribuída

(Baran, 1964), portanto, com baixa hierarquia. Esse é o cenário propício para o surgimento da desinformação e propagação de fakenews, tendo em vista que os usuários da rede mundial de computadores tendem a compartilhar informações que julgam relevantes, sem mesmo checar a veracidade da mesma.

Aliados a esse fenômeno, o trabalho do jornalista profissional disputa espaço com interagentes (Primo, 2007), participantes e atuantes do processo de construção da informação em ambiente de web. Com quantidade de informação avassaladora surgindo a cada dia, com o enxugamento das redações jornalísticas, transformando o profissional em multitarefas, o que é possível fazer para tentar desenvolver matérias com fontes confiáveis, temas em profundidade e de relevância social? É possível recorrer aos bancos de dados e utilizar análise de dados para garimpar informações importantes, que por vezes ficam submersas no complicado emaranhado de dados estruturados e não-estruturados. Assim, usar técnicas como data mining, mineração de dados, por exemplo, possibilita buscar padrões, correlações ou discrepâncias entre os dados para localizar, alocar ou catalogar informações precisas, antes difíceis de serem verificadas por conta da quantidade de dados. O data mining segundo Usama Fayyad (1996) busca identificar os dados em padrões válidos e úteis. Assim, a mineração de dados se divide em algumas tarefas de análises como: formação de agrupamentos ou grupos similares (Bussab et al., 1990), visualização de dados que podem se inter-relacionar graficamente ( Johnson & Wichern, 1998), classificar os elementos ou categorizá-los (Han & Kamber, 2001), criar modelos preditivos (Neter et al., 1996) e por fim fazer a análise de associação (Berry & Linoff, 1997). Dessa forma, essa varredura e vasculhamento

por informações podem trazer à tona fatos relevantes e que ainda não foram debatidos na esfera pública.

Essa ferramenta de análise de dados está cada vez mais sendo utilizada no jornalismo, pois ajuda a entrevistar dados, encontrar pautas e fontes onde ainda ninguém foi buscar, possibilitando assim um aprofundamento informativo. Dessa forma, levando em consideração essa força crescente no jornalismo e as alterações mundiais proporcionadas pelo coronavírus, além do processo de desinformação e proliferação de fakenews no Brasil nos últimos anos, o presente trabalho busca analisar os dados sobre o coronavírus 13 veículos de comunicação em plataformas digitais.

Diante do contexto de pandemia, foco deste trabalho, a análise de dados sobre covid-19 utilizados pelos webjornais brasileiros e a análise desses conteúdos se faz necessária socialmente para abrir espaço sobre informações que possam ou não estar ocultas na web e tenham relevância social.

Devido as crescentes alterações globais por conta do novo coronavírus, em referência ao movimento desenfreado de desinformação e alastramento das Fake News no decorrer dos últimos anos no Brasil, é de suma importância verificar como os dados sobre Covid-19 estão sendo elaborados e divulgados nas plataformas digitais de grande relevância, principalmente no que se refere a esfera política, econômica e social.

## **Breve Relato sobre o Coronavírus**

A Organização Mundial da Saúde (OMS), em 31 de dezembro de 2019, recebeu um alerta de diversos casos com características de pneumonia. O alerta foi emitido da cidade de Wuhan, localizada na província

de Hubei, pertencente a República Popular da China. Em 7 de janeiro de 2020, as autoridades sanitárias da China confirmaram a existência de uma nova cepa de coronavírus e ainda não havia sido identificada em seres humanos. Esse novo coronavírus é responsável por disseminar a doença registrada como COVID-19.

A doença que apresenta sintomas variáveis, mas principalmente falta de ar, febre, tosse, dor de cabeça e perda de olfato, foi confirmado no Brasil em 26 de fevereiro de 2020, tendo o primeiro caso registrado na cidade de São Paulo. Desde a confirmação do novo coronavírus no país, as ações governamentais mudavam constantemente de acordo com as reduções ou aumentos no quantitativo de infectados.

No Brasil, o combate ao covid-19 contou com um empecilho: o Governo Federal. Com base negacionista, o maior representante do Brasil desencorajou, desde o inicio da pandemia, o uso de máscaras e a aplicação de demais medidas de proteção contra o vírus, além de reduzir o novo coronavírus a um simples resfriado. A vacinação mundial começou em dezembro de 2020, já no Brasil, as primeiras doses foram aplicadas em 12 de janeiro de 2021. O Brasil se aproxima, hoje, 28 de Setembro de 2021, de 595 mil mortos pela doença (“Brasil registra menor número de mortes por Covid em 24 horas em mais de 10 meses; total se aproxima de 595 mil”, 2021).

## **Dificuldade de Acesso aos Dados Referentes a Pandemia**

No início da pandemia, os dados sobre contaminação, óbitos e isolamento hospitalar e domiciliar, eram entregues as 17h pelo Ministério da Saúde. Com a troca da gestão da pasta, de Nelson Teich para Eduardo Pazuello, os dados passaram a ser entregues somente às 22h

e, portanto, não entravam na maioria das coberturas midiáticas sobre o avanço da pandemia.

Em 5 de junho de 2020, o presidente Jair Bolsonaro chegou a dizer que “Acabou matéria no Jornal Nacional”. No dia 8 de julho de 2020, motivados pela necessidade de apresentar as informações a sociedade, o Grupo Folha, Grupo Globo e Grupo Estado formaram o Consórcio de Veículos de Imprensa, uma parceria midiática que passou buscar os dados referentes a Covid-19 nas secretarias da saúde de todos os estados Brasileiros e do Distrito Federal.

## **Método Utilizado na Pesquisa**

A pesquisa foi desenvolvida utilizando os métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa. Para tanto, utilizou-se de análise de conteúdo, pesquisa bibliográfica (fundamentação do trabalho) e mineração de dados (data mining). Na pesquisa quantitativa e qualitativa as percepções do estudo são obtidas através de análises subjetivas e também com base em números para alçar resultados, assim se complementam e nos auxiliam de aprofundar num nível mais elevado da pesquisa.

Esse tipo de pesquisa tem como base fatos e conceitos, mas mescla com a importância de coletar dados para sustentar as hipóteses. Através dessa modalidade de pesquisa acadêmica, objetiva-se alcançar números para embasar um resultado geral, mas também a compreensão do que sustenta a problemática do trabalho, que versa sobre com quantidade de informação avassaladora surgindo a cada dia na internet, com o enxugamento das redações jornalísticas, transformando o profissional em multitarefas, o que é possível fazer para tentar desenvolver matérias com fontes confiáveis, temas em profundidade e de relevância

social? Portanto, é uma pesquisa moldada por dados mensuráveis e não-mensuráveis. Tendo em vista que a hipótese mais susceptível está ancorada na importância do uso de data mining e seus usos nas redações de plataformas noticiosas. E também em análise dos dados colectados para que seja possível compreender de forma clara a investigação de fatos que podem estar encobertos.

De acordo com Lima e Mioto (2007), “a pesquisa bibliográfica implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório”. A pesquisa bibliográfica é um processo de pesquisa que sustenta os assuntos pesquisados com revisão literária dos assuntos abordados no trabalho. É uma metodologia que compara opiniões e teses de variadas fontes sobre o mesmo assunto. Posteriormente é feita análise e conclusão sobre o tema.

Sobre a análise de conteúdo, segundo Bardin (2011, p. 15)

O que é a análise de conteúdo atualmente? Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O fator comum dessas técnicas múltiplas e multiplicadas - desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até a extração de estruturas traduzíveis em modelos - é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência.

A análise de conteúdo segue um processo de três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos. A primeira etapa consiste na organização dos materiais disponíveis a serem que serão posteriormente analisados. É feita uma avaliação do que pode ser analisado e precisa ser coletado. Na segunda fase, também chamada

de codificação, os registros são delineados e os contextos definidos. E essas definições podem ser um tema, um acontecimento, documento, personagem, entre outros. Para escolher o contexto analisado, é considerada a pertinência.

O tratamento das informações captadas pode ser feito através de um processo conhecido por inferência, que é um tipo de interpretação derivada de premissas conhecidas. Segundo Bardin (2011, p. 133), a inferência sustenta-se “nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor”.

Para captar os dados, a técnica de mineração de dados (data mining) foi utilizada para identificar padrões ou discrepâncias entre os dados localizados. Mineração de dados é o processo de vasta análise que possibilita identificar padrões e informações interessantes e úteis. Dos dados extraídos, é possível ter insights valiosos.

## **Processo**

Para chegar aos portais minerados, a pesquisa seguiu a seguinte ordem: seleção dos veículos a serem analisados, seleção do período da amostragem, seleção de bancos de dados, criação das categorias com base na análise de conteúdo, seleção das matérias destacadas pelo uso de dados sobre o novo coronavírus e, finalmente, análise detalhada do conteúdo captado.

A pesquisa, portanto, objetivou investigar informações potencialmente importantes, dispostas na web em grande escala de dados, que possam estar submersas e que não foram analisadas com aprofundamento, impossibilitando uma divulgação clara das informações. Inicialmente,

as pesquisas que indicavam uma alteração no modo de consumo de mídia foram selecionadas. Após localizar as pesquisas, um relatório do que elas se tratavam foi elaborado. Além da variação de internautas entre os anos de 2018 até 2020, observando o crescimento estatístico, percentual de aumento por ano e se a pandemia afetou o quantitativo de internautas.

A segunda parte consistiu em observar nas agências nacionais e internacionais, com conteúdo em português, se elas possuem matérias sobre a Covid-19 no Brasil. Além da checagem dos portais noticiosos brasileiros, os veículos massivos de disseminação de matérias sobre a coronavírus no país também deveriam ser identificados. A etapa foi essencial para definir os 13 portais da captação das matérias.

Os critérios para seleção do conteúdo foram: matérias publicadas no período de 1 de março de 2020 a 1 de março de 2021 e que possuíssem a palavra “covid” ou “coronavírus” no título das matérias. As matérias deveriam ser salvas em PDF para construção de um banco de dados. Após a seleção das matérias, houve a verificação de dados numéricos referentes a contaminação, número de mortos, dados sobre testagem e aplicação de vacina, quantitativo de grupos prioritários na vacinação e o avanço da imunização de maneira geral.

## **Webjornais Analisados**

13 webjornais foram analisados, sendo 10 com conteúdo completamente em português, e 3 webjornais internacionais com matérias sobre Covid-19 no Brasil.

**G1:** lançado em 18 de setembro de 2006, no aniversário de 41 anos da TV Globo , o portal entrega conteúdo jornalístico das mais variadas

empresas pertencentes ao Grupo Globo: Rede Globo, Rádio CBN, GloboNews, Jornais O Globo, Expresso, Valor Econômico e Extra, revistas Globo Rural e Época, entre outros conteúdos. Além disso, o portal também produz reportagens originais em texto, áudio, fotos e vídeo. É mantido pelo Grupo Globo e funciona através da orientação da Central Globo de Jornalismo. O portal é atualizado 24 horas por dia.

**O Estado de S. Paulo:** conhecido popularmente como Estadão, o jornal de origem nacional começou a ser publicado na cidade de São Paulo desde 1875, sendo o mais antigo em circulação no Estado e, atualmente, um dos integrantes do grupo dos principais jornais de referência do Brasil.

**HuffPost:** o HuffPost é um agregador de blogs americano, lançado em 2005. Em 2011 a versão brasileira foi anunciada e em 2014 o Brasil virou o 10º país a receber uma versão exclusiva do site. Em 2020 o HuffPost encerrou as atividades no Brasil.

**Folha de São Paulo:** a Folha, como o jornal também é conhecido, é editado na cidade de São Paulo e, atualmente, é o jornal de maior circulação do país, incluindo assinantes físicos e digitais. O jornal foi fundado em 1921, por um grupo de jornalistas. Em 1986, a Folha de São Paulo assumiu o posto de jornal de maior circulação em todo o território nacional e detém a liderança desde então.

**Agência Brasil:** criada durante o Governo Collor, para substituir a já extinta Empresa Brasileira de Notícias, que era uma continuidade da Agência Nacional, criada por Vargas. Nos primórdios era restrita à cobertura de ações e eventos governamentais, mas desde 2003 vem passando por processo de modificação editorial e, hoje em dia, é uma

agência de informações e de acesso público. A transformação editorial assegura credibilidade a agência.

**Reuters:** a maior agência de notícias do mundo, de origem britânica, sediada em Londres, fundada em 1851. Seu foco sempre foi voltado a tópicos econômicos, mas abrange diversas temáticas.

**Deutsche Welle (DW):** atualmente a 10º maior emissora a nível mundial, a DW foi fundada em 1953. A radiodifusora pública da Alemanha, sediada em Bonn e Berlim, oferece programação de rádio e televisiva, além de um extenso portal online com conteúdo em mais de 30 línguas.

**BBC Brasil:** BBC News Brasil, lançada mundialmente em 1922, é pertencente a British Broadcasting Corporation (BBC). Atua como um fornecedor internacional de informações em língua portuguesa. As agências físicas da BBC Brasil ficam instaladas em São Paulo e Rio de Janeiro, com uma equipe definida de Londres.

**CNN Brasil:** inaugurada em 2020, com uma programação exclusivamente destinada ao jornalismo, a empresa tem sede principal na cidade de São Paulo, mas conta com estrutura em Brasília e Rio de Janeiro. Atuando uma equipe de 400 jornalistas, a emissora atingiu a vice-liderança, nos meses de julho e julho de 2020, entre os canais os jornalísticos brasileiros.

**MSN:** em 1994 o portal foi concebido para ser destinado aos usuários do Windows 95, fazendo parte da rede de serviços ofertados pela Microsoft, para destinar conteúdo exclusivo aos assinantes. Desde 1997 o conteúdo do portal foi aberto aos assinantes.

**UOL (Universo Online):** fundado em 1996, a empresa brasileira oferece conteúdo, serviços de Internet e outros produtos virtuais. O UOL foi um portal pioneiro em conteúdo no país.

**Nexo Jornal:** o veículo jornalístico brasileiro de modalidade independente, inaugurado em 2015, tem sede em São Paulo e conta com uma equipe de aproximadamente de 30 profissionais. O veículo divulga textos multidisciplinares, abordando política, acontecimentos internacionais, economia, ciência, cultura, saúde, tecnologia, arte e diversos temas, de forma contextualizada e utiliza de recursos interativos com dados e multimídias.

## Resultados

Na fase de captação das matérias, o quantitativo referente a cada webjornal foi: Estadão: 2.998 matérias ; Uol: 217; G1: 778; MSN: 96; Folha de São Paulo: 1.401; Metrópoles: 105; Nexo Jornal: 199; Agência Brasil: 2.934; Reuters: 230; DW: 17; CNN Brasil: 2.266; BBC: 281 e Huffpost: 185. O total da captação de matérias contendo as palavras “Covid” e/ou “Coronavírus” no título foi de 11.717.

Na terceira etapa, o afunilamento dos dados foi posto em prática. As 11.717 matérias captadas foram analisadas e catalogadas no Microsoft Excel. O processo objetivou verificar dados números referentes a disseminação do vírus, quantitativo de óbitos, dados de testagem, aplicação de vacina e o avanço da imunização a nível nacional e internacional.

Do afunilamento realizado nas matérias e expresso em dados numéricos no Excel, os webjornais apresentaram os seguintes resultados: Estadão: 1953 matérias ; Uol: 73; G1: 690; MSN: 96; Folha de São Paulo: 1345; Metrópoles: 95; Nexo Jornal: 84; Agência Brasil: 2641; Reuters: 130; DW: 11; CNN Brasil: 1873; BBC: 196; Huffpost: 158, totalizando 9.433 matérias com dados numéricos sobre a pandemia de Covid-19.

Dos webjornais analisados, Estadão, Folha de São Paulo, Agencia Brasil, G1 e CNN Brasil apresentaram tanto maior quantitativo de matérias com Covid-19 na manchete, quanto dados numéricos informativos. MSN, Uol, DW, HuffPost, Reuters, Nexo Jornal, Metrópoles e BBC apresentaram menor quantitativo de matérias e dados. O conteúdo dos últimos webjornais citados continham informações variadas, mesclando as matérias informativas quentes sobre o avanço da pandemia, mas também uma grande quantidade de matérias informativas, sobre como se proteger, como limpar os alimentos, histórias de vidas e outras informações referentes ao cotidiano pandêmico.

Referente ao mecanismo de buscas dos webjornais analisados, é necessário destacar a precariedade na maioria dos portais, exceto Folha de São Paulo, Estadão e Nexo Jornal. Os webjornais não citados tinham um mecanismo de busca mais confuso e lento, as vezes misturando conteúdos antigos e atuais mesmo com a busca configurada, algo que dificultou a captação de matérias e, posteriormente, a análise dos dados. O que indica uma falta de preocupação com uma possível busca apurada dos materiais disponíveis.

## **Considerações Finais**

Diante do contexto pandêmico mundial, verificar de que maneira as informações estão sendo repassadas a sociedade, é primordial. Levando em conta, principalmente, as contradições nas ações políticas adotadas no Brasil, postas em prática por representantes que negaram, desde o início da pandemia, sua letalidade e as possíveis consequências.

O ano de 2020 marcou uma reviravolta no cotidiano de toda a população mundial. A pandemia trouxe cenários com impactos negativos,

principalmente no que se refere a cotidiano, lazer, saúde, economia e educação, o que transformou a Covid-19 em personagem principal das reportagens. Os veículos de mídia passaram a informar e reforçar ações sobre isolamento e distanciamento social e outros cuidados indispensáveis.

Além das orientações, houve massificação na divulgação de dados. Mapas, tabelas e gráficos sobre cuidados, óbitos, vacinas, hospitalização, equipamentos, entre outros, inundaram as casas dos telespectadores. Essas informações ajudaram a conter fake news e reforçar boas estratégias para promoção da saúde. O acesso aos dados para produzir e reproduzir a informação é a base do jornalismo. As formas como as informações são veiculadas apenas informam, com poucas reflexões. A comunicação não é somente o repasse das informações, mas sim um processo de desenvolvimento de sentidos sociais.

Nesse sentido, o presente artigo buscou elucidar, como o suporte do método data mining e análise de conteúdo podem ajudar a aflorar perspectivas de análises mais apuradas sobre problemas mediáticos de informação sobre a pandemia da COVID19. Além do mais, buscou-se demonstrar, através dos dados coletados como podemos tirar pautas e informações de relevância social, trazendo a baia das discussões e debates, algo aprofundado e pertinente.

## Referências

- Ascott, R (1997). Cultivando o hipercórTEX, 1995. In D. Domingues (org.), *Arte no século XXI: a humanização das tecnologias* (pp. 336-344). Unesp.

Baran, P (1964). *On distributed communications: I. introduction to distributed communications networks*. The Rand Corporation.

Bardin, L (2016). *Análise de Conteúdo*. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. Edições 70.

Berry, M. J. A., & Linoff, G (1997). *Data mining techniques*. John Wiley.

Bussab, A., Miazaki, E. S., & Andrade, D. F (1990). *Introdução à análise de agrupamentos*. IX SINAPE.

Bradshaw, P (2014). Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In J. Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. UBI, LabCom.

Canavilhas, J. (2001). *Webjornalismo – considerações gerais sobre o jornalismo de web*. LabCom. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

Fayyad, U, Piatetski-Shapiro, G., & Smyth, P (1996). The KDD process for extracting useful knowledge from volumes of data. *Communications of the ACM*, 27-34.

Guimarães, C. (2003). *Fundamentos de Bancos de Dados: Modelagem, Projeto e Linguagem SQL*. Editora UNICAMP.

Internet Usage and Population in South America. (s.d.). Recuperado de <https://www.internetworkstats.com/stats15.htm>

Jenkins, H (2008). *Cultura da Convergência*. Aleph.

Johnson, R. A., & Wichern, D. W (1998). *Applied multivariate statistical analysis*. Prentice Hill.

Lima, T. C. S., & Mioto, R. C. T (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katal*, 37-45.

Machado, E (2004). *Banco de dados como formato no jornalismo digital* [Trabalho apresentado em congresso]. Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã. III Sopcom, VI Lusocom, II Ibérico, UBI (CD-ROM).

Mielniczuk, L (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação]. [http://www.facom.ufba.br/jol/producao\\_teses.htm](http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm).

Nelson, T (1965). *A file structure for the complex, the changing and the indeterminate* [Trabalho apresentado em congresso]. Conferência Nacional da Association for Computing Machinery. ACM. <http://www.scribd.com/doc/454074/A-File-Structure-for-the- Complex-The-Changing-And-the-Indeterminate>

Neter, J., Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., & Wassermam, W (1996). *Applied Linear Regression Models*. Richard D. Irwing, Inc, 3<sup>a</sup> ed.

Palácios, M (2002). *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate* [Trabalho apresentado]. Jornadas de

Jornalismo Online, Universidade da Beira Interior (Portugal).  
[http://www.fafich.ufmg.br/~espcom/revista/www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacao memoria.pdf](http://www.fafich.ufmg.br/~espcom/revista/www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacao memoria.pdf)

Palácios, M (et al) (2002). Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro e português. *Comunicarte*, 1(2), 159-170. <http://www.fafich.ufmg.br/~espcom/revista/www.ca.ua.pt/comunicarte/artigos/r02a16.pdf>

Primo, A (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Sulina.

# **RADIO STREAMING COMO ESTRATEGIA TECNOLÓGICA EN EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: RETOs Y PERSPECTIVAS DESDE EL NUEVO PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓN**

*Dennis Vargas Marín<sup>1</sup>  
Carlos Enrique Fernández García<sup>2</sup>  
Vladimir Tornero Cruzatt<sup>3</sup>*

Morante, 2020, luego de realizar un estudio cualitativo basado en el análisis de casos respecto al fenómeno de estudio en lo que respecta

- 
1. Doctor en Periodismo  
Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos/MediaLab.  
[dvargasm@unmsm.edu.pe](mailto:dvargasm@unmsm.edu.pe)
  2. Magíster en Educación  
Docente investigador de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos/MediaLab  
[carlosenrique.fernandez@unmsm.edu.pe](mailto:carlosenrique.fernandez@unmsm.edu.pe)
  3. Magíster en Educación  
Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos/MediaLab  
[vladimir.tornero@unmsm.edu.pe](mailto:vladimir.tornero@unmsm.edu.pe)

al caso de *Éxito Radio*, en el perfil profesional de los comunicadores sociales. El estudio se propuso precisar los aportes que recibieron estos profesionales luego de llevar su proceso de formación dentro de la cabina radial de esta escuela profesional, durante la transmisión de la señal de esta radio en la web. Dentro de las técnicas que se utilizaron se pueden mencionar el análisis documental que permitió realizar una búsqueda exhaustiva de fuentes de información con la finalidad de explicar la importancia de conjugar el uso de la radio en la web y de la misma forma se utilizó la técnica de la entrevista con la finalidad de analizar los testimonios de aquellos profesionales que desarrollaron sus competencias y capacidades en estas cabinas radiofónicas. Producto del análisis de contenido se pudo concluir que el uso de este tipo de estrategias, permite a los estudiantes afiatar las técnicas y estilos que se pueden utilizar en el desarrollo de los géneros periodísticos, fortaleciendo su vocación de servicio social y perfeccionando algunos aspectos propios de la carrera.

En cuanto al análisis del discurso se pudo establecer que los estudiantes mejoraron actitudes y aptitudes al momento de adquirir funciones en el uso y manejo de la cabina radiofónica, así como en la elaboración y redacción de noticias y guiones, sobre todo, en el trabajo de equipo que redunda en el aspecto actitudinal de los futuros profesionales.

Sánchez (2019), el presente estudio aplicado de diseño experimental y descriptivo interpretativo, utilizó ambas metodologías de investigación para construir una arquitectura de una estación de radio a través del uso de la internet. Para el desarrollo del mismo se hizo una revisión bibliográfica respecto a otras experiencias científicas que se hubieran realizado en las mismas condiciones. A partir de este proceso se pudo

determinar que la opción más acertada era el uso de un servidor que sea compatible con la consola de radio, de modo que permita realizar una transmisión en tiempo real de las señales de radio con un adecuado ancho de banda y velocidades que superen los estándares.

Al finalizar el estudio se pudo concluir que: (a) el uso del servidor streaming Shoutcast permitió que se alcance un alto nivel de compatibilidad con los diferentes sistemas operativos, ya que es un archivo en formato MP3. Otro aspecto importante fue que permitió establecer conectividad con la mayoría de reproductores multimedia y dispositivos finales, además de utilizar como opción el video como una alternativa de aplicación; y (b) la cantidad de usuarios es directamente correspondiente con el ancho de banda que se utiliza, es así que para el desarrollo de esta investigación se tuvo que alquilar un servidor de audio externo que permitió trabajar con una velocidad estándar.

Gonzales (2019), en su trabajo de investigación se propuso determinar que conforme va en aumento el uso de la radio streaming uno de los medios más usados como es la radio de Frecuencia Modulada (FM) va perdiendo preferencia por los usuarios. En el estudio descriptivo de diseño no experimental participaron 79 jóvenes y adolescentes a quienes se les aplicó un cuestionario respecto a sus preferencias, y se estableció que los usuarios optan significativamente el uso de la radio por internet a la forma convencional. Otro aspecto importante que se recalca, es que la radio streaming permite acceder de manera inmediata y de forma variada a todas las opciones musicales que puedan acceder los jóvenes y adolescentes.

Mamani (2019) la radio online últimamente está siendo la más utilizada. El objetivo de este artículo es presentar a la radio online como

medio eficiente de comunicación la cual puede ser utilizado como una alternativa a una radio convencional. Asimismo, se mostrará las diferencias entre una radio convencional y una radio online. También veremos la importancia de ambos medios de comunicación, igual que su inversión que se tiene que hacer en los equipos de producción, y el procedimiento que se debe tomar para que la transmisión y salida al aire. El estudio de alcance descriptivo exploratorio, permitió establecer que luego del respectivo análisis de contenido respecto a las diferentes fuentes que analizó el investigador pudo concluir que la radio streaming es mucho más cómodo que la instalación y mantenimiento de la radio convencional, así como la implementación de equipos y adquisición de frecuencias de tal forma que pueda existir una opción más dinámica para los usuarios que enfrentarse a las ondas de una radio convencional sobresaturada de opciones para el radioescucha. Otro aspecto importante a señalar de la radio streaming es que no tiene límites geográficos por lo que el usuario puede acceder a ella desde cualquier punto de ubicación con la señal de internet, cabe resaltar que para hacer uso de esta señal no se requiere poseer una licencia de transmisión, lo que permite transmitir programaciones más personalizadas y de acuerdo al perfil requerido tanto por el que transmite como por el usuario de esta señal, siendo de alto alcance a un menor costo y con menores condiciones de reproducción.

Araya-Rivera (2017), en su estudio científico pudo establecer que el empleo de herramientas de comunicación que combinen aspectos colectivos y tecnológicos pueden contribuir al logro de un aprendizaje significativo. Para este caso se utilizó la radio estudiantil como una estrategia didáctica. El estudio que se desarrolló a la luz del paradigma

positivista de metodología cuantitativa durante el 2012 – 2014, utilizó un diseño no experimental explicativo donde el investigador realizó un estudio de tipo básico ejecutado en dos fases de exploración: (a) realizar un inventario de emisoras estudiantiles, para lo cual se aplicó un cuestionario a una muestra censal que integró a los estudiantes de 405 colegios, y (b) la ejecución de un taller de producción radiofónica que contó con la participación de 22 estudiantes a quienes se les aplicó como instrumento de recolección de datos, rubricas de autoevaluación y coevaluación. Luego del análisis respectivo fue evidente que el uso de la radio como estrategia didáctica permitió que los estudiantes mostraran un desempeño significativo, específicamente en cuanto al aspecto actitudinal, en lo que respecta al fortalecimiento de valores, inclusión social y prevención de problemáticas sociales.

Chicaiza (2016), en el estudio realizado en una prestigiosa universidad permitió determinar la importancia de crear una radio streaming que pueda mantener a toda la comunidad educativa en constante información e interacción. Para realizar este proceso, la investigación tuvo que desarrollarse en dos momentos: (a) primero, se realizó una revisión exhaustiva respecto a conocer los procesos de comunicación que se han desarrollado en las diferentes universidades respecto a contar con una radio en línea que le permita mantener a los radioescucha de la institución plenamente informados; y (b) segundo, se utilizaron encuestas que fueron suministradas a estudiantes y docentes con la finalidad de conocer su opinión respecto a la experiencia en cuanto al uso de la radio streaming en la universidad. De esta forma, se pudo establecer que la implementación de esta tecnología educativa, permitió a la universidad mantener una comunicación y proceso de información constante con

sus estudiantes y docentes. Aspectos importantes a resaltar fueron: la oferta académica, comunicar las noticias de eventos deportivos, sociales e informar a los estudiantes acerca de los beneficios que ofrece el área de bienestar estudiantil y proyección social.

Moraga & Hernández (2012), el presente estudio científico se centró en explicar la importancia de la radio por Internet con tecnología streaming y sus protocolos de comunicación. Para ello fue necesario definir las características como medio de transmisión. Se hace énfasis en los protocolos de comunicación de esta tecnología, ya que tienen interrelación entre sí, interactuando por medio de la arquitectura de transmisión, y enviando mensajes de una sección a otra. Muchos son los países que cuentan con estas tecnologías, que como característica puede mencionarse el bajo costo con el que se realizan. Además, el mejoramiento del ancho de banda en Internet y acceso al público en general hace muy interesante este medio de comunicación. Son varios los protocolos que son utilizados en la arquitectura de transmisión como UDP, TCP, HTTP, RTSP, etc., los cuales han dado una mayor flexibilidad a las aplicaciones que requieren transmisión de paquetes. Al contar con esta tecnología, se puede crear una conexión con un emisor y un receptor, teniendo así la posibilidad de difundir en tiempo real, la transmisión de una radio, mensajes de audio, música bajo demanda.

Finalmente, el estudio culmina realizando una descripción de esta tecnología aplicada a nuestro medio, enumerando los elementos que lo componen, así como su funcionamiento, ya que la implementación de esta tecnología es factible y de gran utilidad.

La estructura básica de un sistema de streaming radio consiste en un sistema servidor-cliente sencillo. El terminal remoto que realizará

las funciones de servidor se encuentra volcando a la red una serie de contenidos de forma continua en el tiempo. Este dispositivo (cliente) requeriría la conexión, mediante un cierto intercambio de información previa, que variaría según el protocolo utilizado. Posteriormente, el servidor volcará de forma continua los datos sobre el socket del cliente, que debería obtener esta información a tiempo, sin capacidad de retransmisión por perdida de paquete o en caso de errores. En cualquier momento, el cliente podrá finalizar la conexión con el servidor, acabando, así con el servicio de streaming establecido al inicio de la conexión (Fernández, 2009).

La migración de la radiofonía herziana al ilimitado mundo del internet, se ha dado en llamar mediamorfosis de la radio, debido a su gran impacto en los medios sonoros, no significa simplemente un burdo traslado de contenidos y experiencias de la radio convencional a la radio web, sino que va más allá de lo imaginado, puesto que ha devenido en una re dimensión en el ámbito sonoro, por la aplicación de nuevos elementos en el sistema digital. En este campo, que hoy en día adopta variadas denominaciones, como radionet, neoradio, radio web, radio virtual, radio online, bitcaster, ciberradio, etc; lo que no ha cambiado, ni cambiará en el futuro, es el SONIDO, el lenguaje distintivo y la razón de ser de la radio, que debe mantenerse genuino e incólume, con independencia de los elementos multimedia, que lo acompañan en esta nueva experiencia. (Araya-Rivera, 2017; J. López, 2019).

Sin embargo, debemos estar conscientes, que este servicio tecnológico de emisiones y transmisiones online, conocido como STREAMING, trae nuevos modos de consumo, según la demanda de los usuarios radioescuchas, quienes son atraídos por esta nueva propuesta, porque encuentran

en ella, nuevos usos, nuevos roles y nuevas formas de relacionarse con la radio. Del mismo modo la radio streaming, permite estrechar los vínculos con los usuarios, a través de interacciones instantáneas y permanentes en las redes sociales, logrando horizontalizar la relación radio-usuario, pues, ya no se puede hablar como cosas separadas de productores y consumidores, sino que éstos, interactúan en función de nuevas experiencias. (Armas et al., 2018; Bonet, 2007).

Otro aspecto que debemos tomar en cuenta, es que la radio streaming, permite conservar lo difundido de forma íntegra, partida o selectiva y facilita un consumo diacrónico, es decir de acuerdo y siguiendo de cerca la evolución tecnológica del medio que nos ocupa en este estudio. La posibilidad de disponer archivos online, por ejemplo, en la aplicación podcast, permite que la radio web, atraiga, flexibilice y fidelice la preferencia del nuevo tipo de radioescucha. (Ariza et al., 2010; Ceballos et al., 2018).

Esta plataforma, surgida en el medio social a partir del proceso de radiomorfosis, abre una proyección más amplia a otros elementos distintivos de la radio convencional, como su portabilidad y sus diversas formas de consumo simultáneo, es decir que facilita su disfrute, compartiendo otras tareas o consumiendo otros contenidos. En resumen, esta forma de consumo multitasking, convierte la radio streaming, en un verdadero potencial, para expandirse exitosamente hacia la educación y la cultura, con variados procesos de producción especializada. Este potencial, nos anima a desarrollar la presente investigación, en el entendido que todas las fases de preproducción, producción-realización y posproducción de formatos radiofónicos y géneros periodísticos, podrían difundirse como parte de las prácticas preprofesionales de los

estudiantes de comunicación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, lo que permitiría un salto cualitativo en la formación de los estudiantes, más aún en las actuales circunstancias de pandemia, que no permite físicamente cumplir con las horas de prácticas, exigidas por los planes de estudios, ya que no podrían asistir a los centros de práctica, para su seguimiento y evaluación. Esta situación se complica más, si tomamos en cuenta que los medios y centros de práctica en comunicaciones, han reducido su personal al mínimo y no hay cupos para practicantes. (N. López et al., 2014; Martínez-Costa et al., 2018; Vergara & Rodríguez, 2016).

RADIO LETRAS SAN MARCOS, entró en operaciones a mediados del 2020, como medio para difundir las producciones de los estudiantes de radio, a través de sus diferentes asignaturas y en la actualidad se escucha en esta señal de STREAMING, noticiarios, programas de entrevistas, reportajes, programas deportivos, políticos, etc. Consideramos que esta radio online, constituye un potente recurso como ESTRATEGIA TECNOLÓGICA, para mejorar significativamente el logro de competencias y capacidades de los estudiantes sanmarquinos de comunicación.

## **Justificación**

El fenómeno de estudio que se aborda en la presente investigación: uso de la radio streaming, tiene su fundamento en el hecho en que, en nuestro contexto nacional, muy pocos estudios han desarrollado teóricamente esta variable, por lo que en la actualidad existe una limitada información referencial respecto al tema. Si bien es cierto que existen estudios foráneos sobre el mismo, éstos han tenido dos limitaciones: la primera, que no responden a la realidad contextual del Perú, que como

territorio está conformada por una población multicultural y plurilingüe que es la raíz de los estudiantes universitarios y que por la diversidad de rasgos culturales, idiomáticos, ideológicos, religiosos y de contexto deben ser tomados en cuenta durante el desarrollo de la investigación. Otro factor importante es que los estudios desarrollados respecto a la implementación de la radio streaming como estrategia tecnológica, se presenta como una alternativa de solución en cuanto a la optimización del desarrollo de competencias profesionales de los estudiantes de la escuela de comunicación social. Esto permitió establecer el rol protagónico que pueden cumplir la implementación de estrategias tecnológicas en el desarrollo de las competencias, bajo la concepción que demanda el nuevo paradigma de la comunicación.

El presente estudio se desarrolló en el marco de la concepción epistemológica del paradigma socio crítico de la investigación científica, lo que permitió esbozar el desarrollo de la metodología cualcuantitativa, utilizando el diseño experimental sin grupo de referencia, así como el análisis hermenéutico e interpretativo del mismo, para develar el fenómeno de estudio y contrastar cada una de las hipótesis formuladas, de igual modo se usó la identificación de las unidades de significados, y utilizando para ello el proceso de saturación y análisis del discurso, se encontraron las principales convergencias y divergencias con las que se podrá construir los indicadores y categorías emergentes para describir el fenómeno de estudio. Todo este proceso metodológico constituye un aporte a la comunidad científica que podrá utilizar estos lineamientos en futuras investigaciones.

El aporte práctico del estudio se visualizó desde la perspectiva que a través del análisis del discurso se pueden tomar en cuenta lineamientos

que permitirán identificar la importancia de las estrategias que pueda utilizar el docente para desarrollar las competencias profesionales de los estudiantes.

## **Contribución e Impacto**

El estudio aportó a la comunidad científica el uso de la metodología cualicuantitativa, basada en el diseño experimental y hermenéutico, utilizando el análisis del discurso y de la interpretación para construir las categorías emergentes, respecto al uso de estrategias tecnológicas como la radio streaming en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación. Es necesario resaltar que, en el proceso del desarrollo de este estudio, se incluyeron otros elementos importantes en la presentación de los resultados que pueden servir de modelo a futuras investigaciones.

El estudio permitió establecer la importancia del uso de estrategias tecnológicas en el desarrollo de las competencias profesionales, así como en los aportes que se puedan observar bajo los lineamientos de los paradigmas actuales de la carrera profesional de comunicación. Es necesario resaltar que el investigador se desempeña durante un periodo largo como periodista en actividad, lo que le permitió tener una visión completa del problema de estudio y seleccionar a los informantes de forma adecuada y con sólida formación académica y conocedores del área temática, lo que permitirá tener resultados con sólido rigor científico. Además, se pudo cumplir con cada uno de los objetivos del estudio utilizando la metodología cualicuantitativa, lo que permitió que otros investigadores puedan hacer uso del proceso metodológico, así como de los resultados para proponer nuevos estudios científicos que los temas expuestos anteriormente.

## Hipótesis

- Si el estudiante utiliza la radio streaming como estrategia tecnológica entonces mejorará significativamente en el desarrollo de sus competencias profesionales.
- El uso de estrategias tecnológicas en el desarrollo de competencias profesionales permite a los estudiantes percibir el nuevo paradigma de la comunicación.

## Objetivos

### *General*

- **Cuantitativo:** Determinar la influencia del uso de la radio streaming como estrategia tecnológica en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes universitarios de comunicación.
- **Cualitativo:** Analizar los retos y perspectivas de la radio streaming en el desarrollo profesional bajo el paradigma actual de la comunicación social.

### *Específicos*

#### **Cuantitativo:**

- Evaluar el uso de la radio streaming en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación desde la dimensión conceptual.
- Evaluar el uso de la radio streaming en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación desde la dimensión procedimental.
- Evaluar el uso de la radio streaming en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación desde la dimensión actitudinal.

## **Cualitativo:**

- Explicar los aportes al perfil del comunicador social a partir de la experiencia de los estudiantes en el uso de la radio streaming.
- Construir las categorías emergentes respecto al desarrollo de las competencias profesionales del estudiante de comunicación.
- Diseñar estrategias que permitan a los docentes hacer uso efectivo de medios tecnológicos para el desarrollo de las competencias profesionales.

## **Metodología del Estudio**

### ***En cuanto a la metodología cuantitativa:***

- Según su finalidad: es aplicada porque a partir de la experiencia del uso de la radio streaming se evaluará el comportamiento de la variable dependiente.
- Según el carácter: diseño experimental porque se manipuló la variable independiente con la finalidad de establecer sus efectos en la variable dependiente, su beneficio se concentra en explicar por qué sucede un fenómeno y en qué circunstancias se da éste, o por qué están relacionadas dos o más variables.
- Según la naturaleza: es cuantitativo en la medida que se usará un instrumento de recolección de datos para verificar la hipótesis, sustentados en análisis estadístico y la medición numérica para construir modelos de comportamiento y probar teorías.
- Según su alcance temporal: Es longitudinal porque se recogen datos en varios momentos de la investigación respecto al desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes durante el periodo 2019 – 2021.

El presente estudio abordará las variables cuantitativamente, porque se basa en el conocimiento tangible, medible; ya que el positivismo permite conocer con objetividad los hechos por medio de las leyes que éstas descubren. La tipología de estudio es aplicada, y es longitudinal. Según el carácter de estudio la investigación es de diseño experimental ya que se manipuló la variable independiente, el interés se concentra en exponer por qué dos o más variables están relacionadas o por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

La investigación por su naturaleza tendrá un enfoque cuantitativo, en la medida que se usará un instrumento de recolección de datos para comprobar la hipótesis, con sustento en la medición numérica y análisis estadístico, para crear patrones de conductas y probar teorías.

El diagrama formal de este diseño es el siguiente:



Donde:

G: Grupo de estudio.

O: Observación.

X: Variable independiente: radio streaming.

Y1: Variable dependiente: desarrollo de competencias profesionales (pre test).

Y2: Variable dependiente: desarrollo de competencias profesionales (post test).

### ***En cuanto a la metodología cualitativa:***

El estudio se fundamenta en el paradigma naturalista, utilizando para el desarrollo del mismo la aplicación de la metodología cualicuantitativa desde la perspectiva antropológica, por considerar que la realidad del estudiante, será construida socialmente, siendo el propósito principal entender dicha realidad desde los propios informantes que participaron del estudio.

El enfoque cualitativo es de naturaleza: dialéctico y sistémico, ya que al momento que el investigador construya la variable de estudio construcción de los retos y perspectivas del actual paradigma de la comunicación y hará uso de las múltiples interpretaciones a las que arribe luego de analizar las unidades de significado que obtenga de las entrevistas realizadas a los informantes que tienen experiencia en la temática del estudio. Al ser un estudio que se desarrolló bajo la metodología cualitativa, se trató en todo momento que se desarrolle un estudio integrado que se formó a partir de la unidad de análisis (informantes expertos) y que hace que el estudio sea lo que es: retos y perspectivas del nuevo paradigma de la comunicación; aunque también cabe afirmar que existen en los resultados cualidades específicas que tienen una significación propia para quienes participaron del estudio y que son conocedores de la temática del estudio.

En lo que refiere al diseño de investigación se seleccionó la hermenéutica como secuencia metodológica, ya que el objeto de estudio solo pudo ser observado y captado desde el marco de referencia (contexto nacional) y del sujeto que las vive y experimenta (informantes). En este caso no se está estudiando una realidad objetiva y externa, igual para todos, sino se construirá una realidad a partir de la percepción: del experto

temático que participó del estudio, a partir de sus propias vivencias en su quehacer diario; es decir, una realidad interna y personal, única y propia de cada ser humano tal como afirma

## Resultados y discusión

Luego de aplicar los instrumentos de recolección de datos a la muestra de estudiantes de comunicación social, se sistematizaron los resultados según la naturaleza de los datos recopilados y haciendo uso de la estadística en el caso de la información cuantitativa y del análisis de contenido – discurso en el caso de la información cualitativa se ordenaron de acuerdo a los objetivos formulados, los cuales se presentan a continuación:

**Tabla 1**

*Media y desviación estándar obtenidas por los estudiantes antes y después de aplicar la radio streaming como estrategia tecnológica en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación social*

	Pre test		Post test		Diferencia de Media
	Media	DE	Media	DE	
Desarrollo de las competencias profesionales	15.21	1.25	18.07	0.54	2.86
Dimensión conceptual	15.24	2.01	17.22	0.75	1.98
Dimensión procedimental	15.75	1.85	18.21	0.47	2.46
Dimensión actitudinal	15.81	1.14	18.74	0.14	2.93

Elaborado por los investigadores

En la tabla 1 se puede visualizar los datos obtenidos luego de haber realizado 54 observaciones a los estudiantes, utilizando los instrumentos de evaluación por competencias elaborados para la presente investigación, los cuales fueron validados por juicio de expertos y cada uno de los indicadores propuestos se establecieron a partir del coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach (0.788).

Del mismo se pudo establecer que efectivamente la aplicación de la radio streaming como estrategia tecnológica permitió desarrollar significativamente las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación al haber alcanzado la diferencia de media un valor positivo de 2.86; la medición tomada a la muestra en el pre test en el semestre 2020 – 1 permitió establecer que los estudiantes alcanzaron una media de 15.21, mientras que en el post test aplicado en el semestre 2020 – 2, los estudiantes alcanzaron un media de 18.07, constatándose que la hipótesis formulada es aceptada, más aún cuando la desviación estándar fue menor en la segunda medición, reflejando un comportamiento más homogéneo en la muestra que conformó el estudio. Así se puede coincidir con otros investigadores en que el uso de la radio streaming permite fortalecer la formación profesional de los estudiantes de comunicación social (Araya-Rivera, 2017; Ariza et al., 2010; Bello & Cruz, 2020; Churampi, 2019; Morante, 2020).

Respecto a los objetivos específicos cuantitativos es posible afirmar que el uso de la radio streaming influye significativamente en el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes en cuanto a la dimensión conceptual, ya que el valor de la diferencia de media obtenida en esta dimensión fue positiva (1.98). Cabe resaltar que durante la aplicación de los instrumentos de evaluación en el pre test la

muestra de estudiantes obtuvo una media de 15.24 y luego en el post test la media se incrementó, reflejando un valor de 17.22 y una menor desviación estándar de 0.75; así mismo, se estableció que los indicadores que permitieron medir esta dimensión fueron: (a) identifica las técnicas de la redacción periodística radial, (b) reconoce la entrevista radial y los pasos para su producción y realización, (c) explica las diferentes fases de producción y realización del reportaje, y (d) estructura los noticiarios radiales y reconoce los públicos objetivos. De esta manera se coincide con algunas investigaciones que afirman que el uso de la radio streaming es una herramienta interactiva y tecnológica que permite afianzar el componente conceptual de las competencias profesionales relacionadas con la comunicación social (Abreu, 2018; Bernad et al., 2017; Ceballos et al., 2018; Chérrez, 2018).

En cuanto al objetivo específico que evaluó el uso de la radio streaming en el desarrollo de las competencias profesionales respecto a la dimensión procedural, se pudo establecer que existe una influencia significativa de la variable independiente sobre esta dimensión, al haberse obtenido una diferencia de media cuyo valor fue de 2.46; siendo la media obtenida en el pre test de 15.75 y en el post test de 18.21 siendo menor la desviación estándar en este segundo momento, confirmando que los estudiantes presentan un comportamiento más homogéneo respecto a esta dimensión procedural, coincidiendo con algunos referentes consultados respecto a los siguientes indicadores evaluados: (a) redacta noticias aplicando la técnica azoriniana y el lenguaje radial, (b) produce y realiza la entrevista radiofónica, (c) diseña, produce y realiza el reportaje radial, y (d) diseña, produce, realiza y evalúa noticiario y micro noticiarios radiofónicos. (Chicaiza, 2016; Díaz Monsalvo, 2020; N. López et al., 2014; Maruri, 2020).

En cuanto al uso de la radio streaming en el desarrollo de la dimensión actitudinal de los estudiantes de comunicación social se pudo establecer que la variable independiente influyó significativamente al haberse encontrado que el valor de la diferencia de media fue positiva (2.93), siendo la media encontrada en el pre test de 15.81 y en el post test de 18.74. Cabe resaltar que fue en esta dimensión donde se alcanzó la mayor diferencia de media respecto a las otras dos dimensiones evaluadas, coincidiendo con algunos investigadores que la aplicación de esta herramienta tecnológica permite fortalecer con mayor incidencia en los aspectos actitudinales de los estudiantes, reafirmado en los siguientes indicadores: (a) refleja entusiasmo e interés en las funciones encomendadas para el logro del producto académico planteado, (b) muestra actitud colaborativa con sus compañeros en la ejecución de las actividades propuestas, y (c) se interesa por aplicar a su vida diaria los procedimientos desarrollados durante la actividad profesional (Gonzales, 2019; Martínez-Costa et al., 2018; Molineros, 2017; Moraga & Hernández, 2012).

Respecto a los objetivos cualitativos se pudo realizar las siguientes construcciones teóricas e inferencias. En cuanto al uso de estrategias tecnológicas en el desarrollo de competencias profesionales, a partir de los testimonios de los estudiantes entrevistados se pudo percibir que el nuevo paradigma de la comunicación social se enmarca en el uso de la tecnología que le permite al profesional tener una mayor perspectiva en cuanto al carácter multidisciplinario e interdisciplinario del conocimiento. Con el uso de estas herramientas tecnológicas los estudiantes llevan a la práctica la teoría estudiada o brindada por los profesores, siendo autónomos en el aprendizaje ya que en el proceso de realización de los

productos académicos el uso de la tecnología permite nutrirse de las diversas disciplinas afines a la comunicación social y así poder ampliar el campo de conocimientos propios de la profesión. En la actualidad el campo de estudio de la comunicación es *versátil* ya que debe adaptarse a las necesidades de contexto donde se desarrolla cualquiera de las disciplinas que la involucra y de esta forma conecta al estudiante con la realidad ya que la comunicación social abarca muchos aspectos de la vida cotidiana, desarrollando la capacidad crítica y analítica de los estudiantes no solo en cuanto a los contenidos conceptuales que deben dominar para *crear* sus productos académicos sino la forma estratégica de cómo transmitirlos de forma efectiva a sus usuarios y esto puede observarse a partir del uso de la radio streaming (Bueno & Vergara, 2019; Moreno, 2017; Vergara & Rodríguez, 2016).

En cuanto a los aportes al perfil profesional del comunicador social a partir de la experiencia de los estudiantes respecto al uso de herramientas tecnológicas como la radio streaming, se establecieron las siguientes categorías: (a) *competencia política del comunicador*, que es muy importante en el contexto actual, ya que va encaminado a proteger la democracia y luchar contra la corrupción, que exige llevar una información verídica y objetiva hacia la población, por lo que es necesario que el comunicador actualmente no sea visto como un profesional que genere desconfianza entre la población, (b) *competencia social del comunicador*, en cuanto al impacto que genera en los usuarios en sus diferentes contextos desde lo familiar, pasando por lo laboral y hasta el ámbito nacional, haciendo uso de diferentes estrategias internas y externas de comunicación audiovisual e interactiva que permita fortalecer la capacidad crítica del público, (c) *competencia multidisciplinaria del*

*comunicador*, en cuanto la exigencia de abordar las diferentes problemáticas de la sociedad que tienen que ser atendidos con necesidad prioritaria en los aspectos educativos, culturales, ambientales y sanitarios; siendo promotores de campañas, programas sociales y fomento de actitudes y aptitudes en los usuarios, esto exige que el profesional de comunicación social esté preparado para afrontar temáticas de distinta índole y conocimiento (Armas et al., 2018; de Velasco, 2008; Lemos et al., 2020; Montesdeoca, 2020).

Luego de realizar el respectivo análisis del discurso respecto a la información recopilada por los expertos y docentes universitarios, se puede construir las siguientes categorías emergentes respecto a qué competencias profesionales se deben fortalecer en el estudiante de comunicación social: (a) *competencias tecnológicas*, que permita al futuro profesional conocer las técnicas de recopilación y tratamiento de la información sino también aquellas que le permita utilizar de forma efectiva la radio streaming, a través de las técnicas del sonido y tratamiento sonoro; (b) *competencias científicas*, que les permita indagar sobre las nuevas tendencias en la comunicación y la aparición de la Big Data y la inteligencia artificial para contar por ejemplo historias (data storytelling). Se impone un trabajo con mayor profundidad de comunicación transmedia, incluso aplicada a lo sonoro como los podcasts y la programación digital radial; y (c) *competencias de gestión*, que le permita impulsar la generación de proyectos comunicativos multilingües y pluriculturales, además de asumir la desinformación como un campo de conocimiento, a raíz de la creciente presencia de fake news a través de las redes sociales y fuentes de dudosa procedencia (Bonet, 2007; Chérrez, 2018; Fernández, 2009; J. López, 2019).

Por último, las estrategias que permiten a los docentes hacer uso efectivo de medios tecnológicos en el desarrollo de las competencias profesionales, se pudieron construir las siguientes categorías emergentes: (a) *uso de catálogos digitales*, donde se justifica el proyecto; por ejemplo, la aplicación de programas de diseño. Para la edición de audio, programas de código abierto para que construyan sus mezclas de edición digital. Instalación de equipos y tratamiento de sus espacios de manera acústica a fin de que se hagan de un home estudio semi profesional en casa. Los proyectos encargados han sido de manera grupal a fin de que los estudiantes descubran y aprovechen de manera autónoma distintas plataformas virtuales para coordinaciones y ejecución de los trabajos encomendados; (b) *uso de escenarios o plataformas*, que se utilizaba para reforzar la presencialidad, en pandemia tuvo un gran impulso, esto ha permitido conocer diversas plataformas virtuales y distintas herramientas para diseñar las sesiones, pero sobre todo para evaluar de manera sincrónica. También ha permitido conocer, utilizar y compartir con los estudiantes distintas herramientas para el registro y distribución del audio en tiempo de distanciamiento. (Costa, 2016; J. López, 2019; Mamani, 2019).

## **Conclusiones**

Al finalizar el estudio se pudo inferir que:

- El uso de la radio streaming como herramienta tecnológica permite desarrollar significativamente las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación social.
- La aplicación de la radio streaming como herramienta tecnológica influyó significativamente en las dimensiones

conceptual, procedural y actitudinal del perfil profesional del estudiante de comunicación social, siendo la última dimensión la que recibió mayor incidencia al haber alcanzado la mayor diferencia de media entre el pre test y el post test, esto se refleja principalmente en el entusiasmo y la actitud colaborativa que mostraron los estudiantes en el desarrollo de los productos académicos solicitados por sus docentes.

- En cuanto al uso de estrategias tecnológicas en el desarrollo de competencias profesionales, se pudo percibir que el nuevo paradigma de la comunicación social se enmarca en el uso de la tecnología que le permite al profesional tener una mayor perspectiva en cuanto al carácter multidisciplinario e interdisciplinario del conocimiento.
- Respecto a los aportes al perfil profesional del comunicador social a partir de la experiencia de los estudiantes respecto al uso de herramientas tecnológicas como la radio streaming, se establecieron las siguientes categorías: (a) competencia política del comunicador, (b) competencia social del comunicador, y (c) competencia multidisciplinaria del comunicador.
- Con la información recopilada por los expertos y docentes universitarios, se pudo construir las siguientes categorías emergentes respecto a qué competencias profesionales se deben fortalecer en el estudiante de comunicación social: (a) competencias tecnológicas, (b) competencias científicas, y (c) competencias de gestión.
- Por último, las estrategias que permiten a los docentes hacer uso efectivo de medios tecnológicos en el desarrollo de las competencias profesionales, se pudieron construir las siguientes categorías emergentes: (a) uso de catálogos digitales, y (b) uso de escenarios o plataformas.

## Referencias

Abreu, J. (2018). Radio Web como mecanismo de Divulgación Científico-Académica.

Araya-Rivera, C. (2017). La radio estudiantil como estrategia didáctica innovadora. *Actualidades Investigativas En Educación*, 17(3), 135–167. <https://doi.org/10.15517/aie.v17i3.30098>

Ariza, D., Navarro, D., Villarreal, J., & Martínez, L. (2010). Implementación De Un Servidor Radio Streaming Con Openims En La Universidad Sergio Arboleda. *November*, 1–10.

Armas, M., Acosta, F., & Aguilar, D. (2018). Diseño e implementación de un sistema streaming AAC plus V2 HD para radio net de Ambato. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8047/1/AC-ET-ESPE-047746.pdf>

Bello, M., & Cruz, L. (2020). La radio online y su aporte sociocultural en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social UG. 1–9.

Bernad, M. S., Martín-Pena, D., & Guillem Aldave, C. (2017). Análisis de las herramientas de producción radiofónica en las radios universitarias españolas. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 28(2), 170–186. <https://doi.org/10.5209/cdmu.58341>

Bonet, M. (2007). Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico. *TELLOS*. <https://core.ac.uk/download/pdf/18416061.pdf>

Bueno, M., & Vergara, C. (2019). La plataforma streaming como herramienta comunicacional para fortalecer la campaña de donación de órganos a los estudiantes de comunicación social 2018. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38562>

Ceballos, J., Lemrini, M., Mateos, R., Vázquez, M., Barrero, J., Sánchez, J., Ruiz, M., de la Rubia, J., Moser, L., & Hierro, C. (2018), *UEMCOM RADIO: Refuerzo de competencias mediante streaming y podcasting*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.

Chérrez, C. (2018). Creación de una radio online como recurso didáctico para los estudiantes de Comunicación Social. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32613>

Chicaiza, A. (2016). *Proyecto de radio streaming web y móvil para la comunicación de información académica y de entretenimiento a la comunidad universitaria de Otavalo* [Tesis de Grado]. Universidad Autónoma de los Andes].

Churampi, G. (2019). Radio online como herramienta de información y entretenimiento para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú en el 2019.

Costa, L. (2016). Music for everyone? El fracaso de la radio musical pública en España en los servicios de música en streaming. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 10(3), 98–103. <http://mx3.ch/>

de Velasco, A. (2008). Incorporación de las herramientas de la web 2.0 a las cadenas de las radios españolas: antípico de la radio interactiva. <http://www.desdelaterraza.org/uploads/web20radio.pdf>

Díaz Monsalvo, M. Á. (2020). El papel transformador de la radio universitaria en materias teóricas ajena a la comunicación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 47, 65–86. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2020.i47.04>

Fernández, C. (2009). Desarrollo de sistemas embedded basados en Linux para aplicaciones radio streaming. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/8371/proyecto\\_total.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/8371/proyecto_total.pdf)

Gonzales, Y. (2019). La radio online: Un medio eficiente de Comunicación [Tesis de Grado, Universidad Jaime Bausate y Meza]. In *Repositorio de la Universidad Jaime Bausate y Meza*. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/139>

Lemos, D., Moreno, Y., Andrade, M., & Izquierdo, J. (2020). Nuevo espacio radiofónico comunitario vía streaming: post pandemia. 1–12.

López, J. (2019). El streaming como medio de supervivencia para la Radio. Caso “emisora La Voz de Pereira.” *Cuaderno de Investigaciones: Semilleros Andina*, 12, 154–160. <https://doi.org/10.33132/26196301/1532>

López, N., Gómez, L., & Redondo, M. (2014). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento. *Zer*, 19(37), 45–64. <https://addi.ehu.es/handle/10810/41176>

Mamani, J. (2019). La radio online: Un medio eficiente de Comunicación [Tesis de Grado]. Universidad Peruana Unión. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2370>

Martínez-Costa, M.-P., Moreno, E., & Amoedo, A. (2018). Online radio in Spain: Typology and characterization in the context of cybermedia. *El Profesional de La Información*, 27(4), 849. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.14>

Maruri, A. (2020). Difusión de programas culturales y la participación de estudiantes de comunicación social en la radio on line primicias de la cultura de la Universidad Técnica de Ambato. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Molineros, D. (2017). Análisis de la recepción de la radio facso online, como medio de difusión de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. *Figura 1*, 2–3.

Montesdeoca, J. (2020). Estudio de estándares y códecs streaming para mejorar el servicio de radio y televisión en entornos web/móvil de la Universidad Técnica del Norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10545>

Moraga, M., & Hernández, A. (2012). *Implementación de una radio por internet con una tecnología streaming en la Unan-Managua* [Tesis de Grado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/5662/1/94046.pdf>

Morante, P. (2020). *Ánalisis del impacto de “Éxito radio” en los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Babahoyo* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8189>

Moreno, V. (2017). *La radio online. Nuevas formas de hacer radio* [Tesis de Grado]. Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/65227/TFG>

Sánchez, C. (2019). *Ánalisis y evaluación de una estación de radio por internet a través de un servidor local con fidelidad* [Tesis de Grado,

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13289>

Vergara, A., & Rodríguez, A. (2016). Streaming de audio como herramienta para apoyar la optimización de recursos tecnológicos en Caracol Radio S.A. <http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/7277>

# REDAÇÕES JORNALÍSTICAS NO PÓS-PANDEMIA: CONSIDERAÇÕES SOBRE A TENDÊNCIA DE CONSOLIDAÇÃO DE UM SISTEMA HÍBRIDO DE TRABALHO

*Jonas Gonçalves<sup>1</sup>  
Francisco Rolfsen Belda<sup>2</sup>*

A pandemia de Covid-19, decretada em março de 2020, impactou de forma severa as mais diferentes esferas da vida humana, em especial o mundo do trabalho. No âmbito específico do jornalismo, foi possível observar, em escala global, empresas de todos os portes e modelos de negócio implementarem estratégias para lidar com a contingência de ordem sanitária, alterando um sistema de rotinas produtivas marcado

- 
1. Mestre em Produção Jornalística e Mercado.  
Doutorando bolsista da Capes do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da UNESP.  
[jonas.goncalves@unesp.br](mailto:jonas.goncalves@unesp.br)
  2. Doutor em Engenharia de Produção.  
Professor do Dep. de Com. Social da Fac. de Arq., Artes, Com. e Design (FAAC) e do Prog. de Pós-Grad. em Mídia e Tec. (PPGMiT) da UNESP  
[francisco.belda@unesp.br](mailto:francisco.belda@unesp.br)

pelas interações presenciais em suas dependências (as chamadas “redações”) por outro estruturado em redes tecnológicas que viabilizam o teletrabalho (ou *home office*). Surgiram assim as “redações distribuídas”, assim definidas devido ao seu caráter descentralizado por Trewinnard (2020), Radcliffe (2021) e outros pesquisadores do campo.

Um desafio considerável relacionado à pesquisa desse tipo de fenômeno é sua dinamicidade. Ao mesmo tempo em que ocorrem situações excepcionais (ou “crises”) como as impostas pelo novo coronavírus, soluções de adaptação são discutidas no âmbito interno dos veículos jornalísticos, muitas vezes entre profissionais focados na elaboração de estratégias editoriais e operacionais, e também no âmbito externo por consultores especializados. Este artigo visa apresentar uma retrospectiva de algumas dessas propostas, debatidas e implementadas nos últimos dois anos (2020 e 2021), e que retratam uma das características principais do jornalismo na contemporaneidade, fortemente impulsionada pela pandemia: a tendência de haver transformações cíclicas nas estruturas de trabalho e nos processos de produção.

Tanto empreendimentos que conciliam operações de legado e digitais quanto os chamados “nativos digitais” foram submetidos a processos que alteraram seus fluxos de trabalho. Decorridos mais de um ano e seis meses após a decretação da pandemia pela Organização Mundial da Saúde, é possível observar, ao menos em parte das empresas jornalísticas, uma retomada (ainda que parcial) das atividades presenciais. Em uma primeira etapa, as redações foram esvaziadas e um sistema quase que integralmente remoto passou a funcionar a partir do uso intensificado de programas de videoconferência – a exemplo do Zoom – e de ferramentas de trabalho colaborativo, como o suíte de aplicativos

Google Workspace. No caso do *Estadão*, por exemplo, cerca de 90% dos jornalistas passaram a realizar suas tarefas remotamente já em março de 2020. No mesmo período, a redação integrada do Grupo RBS (que inclui os jornais *Zero Hora* e *Diário Gaúcho*, a Rádio Gaúcha e o site *GaúchaZH*) realizou o processo de transferir integralmente suas operações para o sistema remoto ao longo de cinco dias.

Posteriormente, em um segundo movimento, alguns veículos permitiram um retorno gradual ao ambiente físico, adotando medidas de prevenção ao contágio pelo novo coronavírus. Um interessante caso de adaptação pode ser observado no jornal digital *Poder360*, especializado em Política, que primeiramente se reconfigurou para um teletrabalho integral. Entretanto, ao investir em uma nova sede em Brasília (DF), inaugurada em julho de 2020 (“Poder360 bate recordes, amplia alcance e muda identidade visual”, 2021), seguiu as recomendações feitas pelas autoridades sanitárias e planejou o espaço de forma a evitar aglomerações de colaboradores, estabelecendo o retorno gradual a um espaço físico assegurando o distanciamento social necessário a fim de evitar a Covid-19. As medidas incluem o uso obrigatório de máscaras e a colocação de *displays* de acrílico entre as mesas de trabalho, que contam com *dispensers* de álcool gel para a higienização das mãos.

Em que pese a adversidade, Trewinnard (2020, par. 2) avalia que

neste momento de crise, porém, temos a oportunidade de traçar um caminho a ser seguido proativamente pelo nosso setor: as redações que sobreviverão e prosperarão em um mundo pós-Covid-19 serão aquelas que abraçarão a mudança para equipes distribuídas.

Ao mesmo tempo, foi projetado pelo consultor que estas redações: 1) desenvolvam e refinem fluxos de trabalho, processos e estruturas distribuídos; 2) trabalhem para inculcar uma cultura organizacional *online* em espaços digitais; 3) tracem estratégias cuidadosamente sobre as tecnologias e ferramentas que usam; 4) tenham um plano de como continuar o desenvolvimento profissional por meio de treinamento distribuído; 5) explorem novos tipos de produtos editoriais e iniciativas de engajamento do público; e 6) estejam prontas o mais rápido possível para voltar ao trabalho de reportar tudo o que suas audiências precisam.

Em abril de 2020, com o apoio da Google News Initiative, a consultoria inglesa em jornalismo digital Fathm lançou o guia intitulado *Distributed Newsroom Playbook* (<https://fathm.distributednewsroom.com/>). Em artigo publicado no site *Journalism.co.uk*, os consultores Fergus Bell e Tom Trewinnard, fundadores da Fathm, abordaram os objetivos do guia, traçando um comparativo entre a imagem estereotipada de uma redação jornalística e a nova realidade imposta pela pandemia. “O conceito de ‘redação’ é aquele que evoca imagens de aglomerados de mesas cheias de repórteres, editores e produtores trabalhando para cobrir os eventos do dia em tempo real, cercados por telas de TV exibindo atualizações de última hora e as análises mais recentes” (Bell & Trewinnard, 2020, tradução nossa). No entanto, segundo os consultores, a utilização desses ambientes de trabalho teve que ser forçosamente repensada em razão da pandemia de Covid-19:

Com o início das políticas de distanciamento social em resposta à crise da covid-19, as redações rapidamente tiveram que se reconfigurar como espaços digitais distribuídos. Estaremos trabalhando em estruturas distribuídas por um período significativo de tempo,

muito além da crise imediata e da interrupção que o início deste surto causou. (Bell & Trewinnard, 2020, par. 4)

O guia é dividido em seis módulos, a saber: 1) Gerenciando equipes distribuídas; 2) Fluxos de trabalho, processos e estruturas; 3) Editorial; 4) Treinamento de redação; 5) Engajamento de audiência; e 6) Tecnologia e ferramentas. Fazendo uma abordagem analítica sobre o segundo item, é possível depreender uma proposta de mudança conceitual feita pelos consultores sobre como organizar um sistema de trabalho jornalístico em uma situação atípica:

Você precisa considerar como é possível mudar o foco de suas mesas de redação tradicionais para centros distribuídos. Você não está sujeito às restrições físicas de uma redação e precisa organizar seu pessoal de uma forma que faça mais sentido para a operação distribuída, mas ao mesmo tempo mantenha alguma familiaridade. Isso não significa jogar fora as hierarquias e mecanismos de reportar aos quais suas equipes estão acostumadas, porque os colaboradores já se conhecem, sabem como trabalhar e podem continuar com esse trabalho. (Bell & Trewinnard, 2020, par. 12)

Segundo os consultores, isto não significa, no entanto, mudanças substanciais nos fluxos de trabalho, já que é proposta uma transposição das conversas verbais, encontros e reuniões presenciais para equivalentes digitais. Contudo, a fim de evitar a ocorrência de lentidão nos processos, é recomendada uma simplificação da estrutura virtualmente distribuída, reduzindo o número de “mesas” que a formam, o que tende a facilitar o contato entre os membros de uma equipe.

Outro ponto abordado pelos fundadores da Fathm é a ideia de que o trabalho feito remotamente por um jornalista (ou qualquer outro

profissional de uma redação) não deve ser entendido de forma isolada, mas sim como parte de um esforço integrado, visando a consolidação de uma rede colaborativa de atuação, mesmo fora das dependências físicas de um veículo:

Acreditamos que seja importante pensar na mudança atual não como sendo direcionada ao ‘trabalho remoto’ - que evoca imagens de um faroleiro solitário - mas sim a uma ‘equipe distribuída’ - na qual um senso de unidade e um propósito comum são mantidos, com algo do espírito escolar e do calor humano dos espaços físicos levado para um mundo digital. (Bell & Trewinnard, 2020, par. 7)

Também lançado em 2020, o relatório *The Potential Impact of Work-From-Home on Newsrooms*, de autoria da jornalista Mary Meehan e publicado pela International News Media Association (INMA), buscou avaliar as oportunidades e também os riscos inerentes ao quadro de mudanças provocado pela pandemia:

A pesquisa mostra que o trabalho remoto pode ser eficaz e que existem práticas recomendadas, como a criação de um espaço de trabalho designado específico e a manutenção de uma programação regular. Mas a pesquisa também mostra que simplesmente mudar o local de produção sem uma mudança cultural e estrutural não é sustentável. (Meehan, 2020, p. 4)

O relatório compara essa falsa equivalência entre o trabalho presencial e a realidade do *home office* com uma antiga ideia, também equivocada, de que o jornalismo *online* poderia ser praticado somente com a simples troca de um produto impresso, a exemplo de um jornal, pela internet. Dessa forma, uma série de recomendações é feita para evitar problemas com o trabalho remoto, com destaque para o estabelecimento

de um código de conduta, a garantia de suporte tecnológico adequado e a promoção regular de encontros virtuais para motivar os integrantes da equipe.

Em outubro de 2020, foi divulgada uma pesquisa do Reuters Institute for the Study of Journalism, vinculado à Universidade de Oxford (Inglaterra). Conduzido por Federica Cherubini, Nic Newman e Rasmus Kleis Nielsen, o levantamento teve a participação de 136 líderes de organizações de notícias, provenientes de 38 países. Entre os principais resultados obtidos, 55% dos respondentes avaliaram que as práticas de trabalho remoto adotadas tornaram os veículos mais eficientes, embora 77% tenham manifestado preocupação quanto a dificuldades constatadas nas interações sociais, no trabalho em equipe e na criatividade, e também no que concerne a problemas de saúde física e mental dos colaboradores. Além disso, 48% dos entrevistados revelaram que, naquele momento, suas empresas tinham planos de diminuir suas estruturas físicas após a pandemia, com uma clara tendência favorável à implementação de um modelo híbrido, que concilia o presencial e o remoto.

Levando em conta o prognóstico incerto que ainda persiste na atual conjuntura, Katharine Viner, editora-chefe do inglês *The Guardian*, prevê (conforme Nalvarte, 2021) uma adesão definitiva do jornal a um modelo híbrido de trabalho mesmo após o controle da pandemia. Prova disso é o fato de que a equipe intensificou os processos de produção na modalidade *online*, tornando-os consideravelmente mais complexos:

Como equipe, o desafio tem sido tentar manter a confiança das pessoas que trabalham no jornal, confessou Viner. Assim, a reunião que eles realizavam todas as manhãs no escritório se tornou virtual. Essa modalidade passou a reunir mais trabalhadores do *Guardian* de todo o mundo. Agora eles se encontram às segundas, quartas e sextas-feiras,

todos conectados online. Um dia, havia mais de 550 funcionários do jornal na conversa, disse Viner. (Nalvarte, 2021, par. 7)

Em que pese a existência de aspectos positivos desse sistema de trabalho, a editora-chefe não deixou de mencionar a importância das interações presenciais. “Mas ela disse que eles sentem falta de se reunir para debater ideias, com a criatividade que isso envolve, especialmente quando a agenda de notícias está mais silenciosa e eles têm mais tempo para pensar em histórias, disse Viner” (Nalvarte, 2021, par. 19).

Ao mesmo tempo, há casos em que as redações fixas foram definitivamente deixadas de lado, tendo estas sido substituídas por ambientes mais flexíveis. Dois exemplos vêm de jornais da América do Sul: *El Observador*, do Uruguai, que a partir de dezembro de 2020 passou a utilizar espaços de *coworking*, e *El Espectador*, da Colômbia, que estabeleceu para a maioria dos integrantes de sua equipe o sistema *home office*. Conforme Herrero (2021), estas redações passaram por processos semelhantes de transformação, demonstrando que:

Em primeiro lugar, os impactos econômicos e as restrições causadas pela pandemia aceleraram ou, em alguns casos, fizeram com que as redações adotassem um modelo híbrido — uma combinação de trabalho virtual e presencial. Isso significa que as redações agora fazem a maior parte de seu trabalho remotamente, com oportunidades ocasionais de reuniões presenciais. (Herrero, 2021, par. 3)

A mudança para um modelo de trabalho híbrido já era considerada há alguns anos pelo jornal uruguai, mas a crise provocada pelo novo coronavírus fez com que o projeto fosse colocado em prática antes do previsto. O editor-chefe adjunto do *El Observador*, Ignacio Chans,

explicou à Rede de Jornalistas Internacionais (IJNet) que, após uma fase atuando em sistema *home office* pleno, “a equipe percebeu com preocupação que o trabalho exclusivamente remoto causava falta de diálogo e discussão entre os membros da equipe sobre notícias e outros assuntos do cotidiano” (Herrero, 2021, par. 7):

A pandemia nos mostrou que era possível trabalhar remotamente”, disse Chans. “Ao mesmo tempo, testar um modelo de home office nos mostrou o valor de alguns trabalhos presenciais, que são realmente necessários para fortalecer as relações de trabalho, ajudar a gerar ideias e pensar as coisas em equipe. Planejando a longo prazo, a ideia é ser o mais flexível possível com nosso modelo de trabalho, lembrando que o trabalho presencial é útil e necessário, mas não todos os dias”. (Herrero, 2021, par. 8)

Outro componente desse processo de mudança integra uma nova estratégia financeira da publicação. “A ideia é parar de investir tanto em infraestrutura e, em vez disso, investir mais em tecnologia e recursos humanos, que são dois elementos essenciais para qualquer negócio ou empresa do século 21” (Herrero, 2021, par. 9).

O colombiano *El Espectador* também já planejava a adoção de um sistema híbrido muito antes da pandemia. “Há seis anos, trabalhamos na transformação digital do jornal”, disse o editor-chefe Elber Gutiérrez à IJNet. “Um aspecto dessa mudança foi começar a trabalhar remotamente com mais frequência. A pandemia foi o catalisador que nos levou a fazer esse tipo de mudança em nosso trabalho diário de redação”, enfatizou (Herrero, 2021, par. 12).

Em março de 2021, o Reach, maior grupo de mídia britânico, traçou uma estratégia que prevê a utilização de *hubs* de trabalho temporário (Gurgel, 2021). Com o anúncio, foi previsto pelo jornal *Daily Telegraph*

até mesmo a “morte” das redações como espaços de trabalho diante da decisão do grupo de entregar os espaços que ocupava em diferentes prédios. Em março de 2021, “o grupo confirmou o fechamento de suas 15 redações e um sistema de trabalho remoto que prevê a manutenção de 75% da equipe em *home office*, com algumas das redações transformadas em *hubs* para atividades presenciais em caráter temporário” (Gurgel, 2021). Quem precisasse atuar de forma híbrida (combinando remoto e presencial) deveria passar, no máximo, 50% do tempo de expediente nos *hubs*. “Esta solução oferece maior flexibilidade com a capacidade de ter acesso a um espaço de reunião para recuperar a colaboração face a face e um elemento social – quando as regras de bloqueio permitirem”, declarou o Reach em nota oficial. Sobre esta decisão, Gurgel (2021) ressaltou a importância de se observar os resultados a serem obtidos, considerando os potenciais impactos dessa estratégia:

A formalização do esquema de trabalho do Reach para um jornalismo pós-pandemia pode não ser seguida por todos os veículos, mas é um modelo a ser observado. Servirá como teste operacional e também do impacto sobre as pessoas, sobre a criatividade e sobre a evolução profissional, sobretudo de jovens que perderão o contato regular com colegas mais experientes. (Gurgel, 2021)

Para Radcliffe (2021), há sete áreas estratégicas que são, ao mesmo tempo, lições a serem aprendidas com as mudanças provocadas pela pandemia: 1) Reconhecer que existem muitos desafios técnicos; 2) Os desafios pessoais; 3) Colaboração é chave; 4) Seja intencional; 5) Pergunte: O que perdemos quando as redações físicas desaparecem?; 6) Abrace o positivo; e 7) A saúde mental importa. Neste artigo, vamos nos deter especificamente sobre o quinto elemento apontado pelo pesquisador.

Ele cita exemplos de organizações de notícias que fecharam escritórios nos EUA e em outros países (*Quartz* e *Tribune Publishing*) e é salientado a respeito dessas decisões que:

A mudança levou a considerações sobre o que seria perdido, incluindo a presença física em suas comunidades, orientação na redação e engajamento cara a cara com os colegas. O aspecto comunitário disso é importante, especialmente para redações locais. Em um momento em que a confiança na mídia permanece baixa, uma vitrine física é um lembrete importante de seu lugar — e nível de investimento — em uma comunidade. (Radcliffe, 2021)

Em complemento às considerações de Radcliffe (2021), foi reproduzida no artigo do autor uma postagem feita no Twitter do jornal *Orlando Sentinel*, publicada em 13 de agosto de 2020, que anunciou a saída do veículo (fundado em 1876 nos EUA) de sua sede, utilizada desde 1951. Nela, consta o seguinte trecho: [...] Nós ainda somos uma redação, mesmo se nós não temos uma casa”, o que denota claramente a ideia de que, quando um empreendimento jornalístico utiliza o termo “redação” para se autorreferenciar, não se trata de algo que se restrinja às suas instalações físicas: vai muito além, envolvendo desde a noção de “equipe responsável pela publicação” até à própria identidade como veículo noticioso.

Os impactos da pandemia sobre o planejamento das empresas jornalísticas também foram analisados pela World Association of News Publishers (WAN-IFRA), a associação mundial de jornais e editores de notícias, no relatório *World Press Trends 2020-2021*. Conforme Kalim (2021), entre os dados levantados pela publicação, a aceleração das estratégias de transformação digital foi apontada como a prioridade

máxima para 2021 por 44% dos mais de 90 executivos de 51 países que foram consultados (o maior percentual registrado). “Apesar dos danos causados, a pandemia acelerou os planos dos editores de transformar seus negócios agora, não amanhã - e de abraçar a incerteza e os desafios que vêm com isso”, escreveu no relatório o diretor de Insights da WAN-IFRA, Dean Roper (Kalim, 2021).

Nesse sentido de aceleração, mesmo em um cenário permeado por incertezas, com o ciclo de superação da pandemia de Covid-19 ainda não completado, vale destacar o *Washington Post* (EUA), que anunciou um amplo redesenho estratégico de expansão em setembro de 2021 (Washington Post PR Blog, 2021). Além da contratação de 41 novos editores, o plano inclui a potencialização de cinco áreas do jornal: 1) Produção de notícias de última hora; 2) Jornalismo explicativo; 3) Audiovisual; 4) Cobertura de temas que atraiam leitores mais jovens; e 5) Inovação visando a criação de novos produtos (Fundación Luca de Tena, 2021). Sobre este último item, cabe salientar o estabelecimento de um novo posto de alto nível no departamento de Negócios do empreendimento: editor de estratégia de audiência, voltado para a cobertura de negócios e tecnologia.

A velocidade da retomada do trabalho presencial em cada país é diretamente vinculada a fatores-chave da pandemia: avanço do processo de vacinação contra a Covid-19, taxa de transmissão, surgimento de variantes do novo coronavírus e os números de internações e mortes em decorrência da doença.

O impacto significativo da variante delta nos EUA, por exemplo, motivou o *New York Times* a anunciar, em julho de 2021, o adiamento por tempo indeterminado do retorno total de seus colaboradores, que

estava previsto para setembro do mesmo ano. No entanto, as redações foram mantidas abertas para os que preferem trabalhar nelas e apresentem certificados de vacinação. Dessa forma, a vigência do sistema híbrido foi prolongada, ainda que por imposição das condições sanitárias e não devido a uma decisão estratégica definitiva.

Um levantamento feito pela *Press Gazette* em setembro de 2021 junto a oito organizações de notícias que atuam nos EUA - além do já citado *The New York Times*, *Wall Street Journal*, Associated Press, Gannett (proprietário do *USA Today* e de centenas de jornais locais), *Los Angeles Times*, Reuters, BDG Media (grupo controlador de publicações digitais como *Bustle*, *Gawker* e *Elite Daily*) e *BuzzFeed* (proprietário do site homônimo e do *HuffPost*) também participaram - revelou variações nos planos de retomada, com diferenças e padrões quanto à exigência de vacinação e regras para garantir a segurança sanitária, como o uso de máscaras em ambientes fechados.

No caso do *Wall Street Journal*, por exemplo, é necessário fazer reserva de mesas e a vacinação não foi estabelecida como norma obrigatória. Porém, os não-vacinados devem apresentar um teste de Covid-19 com resultado negativo (feito com antecedência de até sete dias) para acessar o local de trabalho. Todos os membros da equipe do jornal deverão responder a um questionário sobre a situação de saúde cada vez que quiserem ir à redação.

A Associated Press adiou o retorno definitivo (que seria em setembro) por tempo indeterminado, mas permite a ida opcional aos escritórios em até três dias da semana. Outra agência de notícias, a Reuters, retomou os trabalhos presenciais regulares em outubro, sendo que cada membro da equipe pode ir até a redação em dois ou três dias semanalmente. Já o

grupo BDG Media oferece as opções de trabalho remoto ou híbrido para seus colaboradores, sendo que a expectativa em relação à maioria dos “híbridos” é de que estejam presentes em dois ou três dias por semana.

A Press Gazette também apurou decisões de veículos que não fizeram parte de sua amostragem: a CNN pretendia retomar atividades presenciais em maior escala a partir de meados de outubro de 2021, mesmo mês em que o *Washington Post* estabeleceu como marco inicial de retorno voluntário para aqueles que estiverem completamente vacinados contra a Covid-19 (o jornal adiou a volta obrigatória ao trabalho presencial de todos os seus funcionários para janeiro de 2022).

No Brasil, a preferência pela variação entre o trabalho remoto e as atividades presenciais foi apontada por 85% dos 287 empresários de diversos setores (incluindo o de mídia) que participaram da sexta edição da pesquisa *Covid-19: como será o seu retorno aos escritórios*, elaborada pela consultoria KPMG entre os meses de julho e agosto de 2021 e cujos resultados foram divulgados em setembro do mesmo ano.

Embora a maioria dos respondentes (52%) tenha indicado a expectativa de retorno total aos escritórios ainda no segundo semestre, é significativo que 40% deles adiaram a retomada do trabalho presencial para o primeiro semestre de 2022, mesmo com o processo de vacinação em curso. Além disso, a pesquisa também apurou que a maioria (51%) dos empresários admitiu que as novas cepas do coronavírus afetaram o cronograma de retorno inicialmente estipulado. Quanto à manutenção dos espaços físicos, 48% não reduziram a dimensão de suas instalações, sendo que 39% o fizeram, mas pretendem manter a atual configuração no pós-pandemia.

Entende-se que o presente panorama se configura como uma oportunidade singular para o estabelecimento de estratégias que preparem as redações jornalísticas para o futuro, visando tanto retomadas seguras de atividades presenciais em outras contingências sanitárias quanto a realização de procedimentos de trabalho mesmo fora de espaços fisicamente delimitados. A tecnologia é um elemento fundamental para o êxito desse processo de hibridização, mas uma mudança de cultura organizacional dessa magnitude não pode jamais prescindir do fator humano.

## Referências

- Bell, F., & Trewinnard, T. (2020, 15 abril). How to set up your distributed newsroom for success. *Journalism.co.uk*. <https://www.journalism.co.uk/news-commentary/how-to-set-up-your-distributed-newsroom-for-success/s6/a754528/>
- Cherubini, F.; Newman, N.; Nielsen, R. K. (2020, 29 outubro). Changing Newsrooms 2020: Addressing Diversity and Nurturing Talent at a Time of Unprecedented Change. *Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-10/Cherubini\\_et\\_al\\_Changing\\_Newsrooms\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-10/Cherubini_et_al_Changing_Newsrooms_2020_FINAL.pdf)
- Estadão. (2020, 23 março). Na quarentena, Estadão muda rotina de sua equipe para manter excelência e agilidade. *Estadão*. <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,na-quarentena-estadao-muda-rotina-de-sua-equipe-para-manter-excelencia-e-agilidade,70003244737>
- Fundación Luca de Tena (2021, 21 setembro). Las cinco áreas clave en el gran plan de expansión de The Washington Post. *Laboratorio de Periodismo*. <https://laboratoriodeperiodismo.org/las-cinco-areas-clave-en-el-gran-plan-de-expansion-de-the-washington-post/>

GaúchaZH. (2020, 27 março). Redação Integrada é esvaziada e jornalistas atuam em teletrabalho. *GaúchaZH*. <https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/video-redacao-integrada-e-esvaziada-e-jornalistas-atuam-em-teletrabalho-ck8a90t03028501rzorws00nf.html>

Gurgel, L. (2021, 08 abril). Risco de greve de jornalistas e fim das redações: a Covid no Reach, maior grupo de mídia britânico. *MediaTalks*. <https://mediatalks.uol.com.br/2021/04/08/greve-de-jornalistas/>

Herrero, A. (2021, 30 março). Nestas redações latino-americanas, o trabalho remoto veio para ficar. *Rede de Jornalistas Internacionais (IJNet)*. <https://ijnet.org/pt-br/story/nestas-reda%C3%A7%C3%B5es-latino-americanas-o-trabalho-remoto-veio-para-ficar>

Kalim, F. (2021, 27 abril). 44% publishers cite accelerating digital transformation an “overwhelming top priority”: WAN-IFRA reports. *What's New In Publishing*. <https://whatsnewinpublishing.com/44-publishers-cite-accelerating-digital-transformation-an-overwhelming-top-priority-wan-ifra-reports/>

KPMG. (2021, setembro). Pesquisa Covid-19: Como será o seu retorno aos escritórios. *KPMG*. <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/br/pdf/2021/09/retorno-escritorios-ago-21.pdf>

Meehan, M. (2020, julho). The Potential Impact of Work-From-Home on Newsrooms. *International News Media Association (INMA)*. [https://www.inma.org/files/docs/store/INMA\\_2020\\_The\\_Potential\\_Impact\\_of\\_WFH\\_on\\_Newsrooms.pdf](https://www.inma.org/files/docs/store/INMA_2020_The_Potential_Impact_of_WFH_on_Newsrooms.pdf)

Nalvarte, P. (2021, 28 abril). 'High quality matters,' says editor-in-chief of The Guardian, who shared editorial and business strategies, as well as pandemic challenges, during ISOJ. *International Symposium on Online Journalism (ISOJ)*. <https://isoj.org/katharine-viner-guardian-isoj/>

Poder360 bate recordes, amplia alcance e muda identidade visual. (2021, 06 janeiro). Recuperado de <https://www.poder360.com.br/institucional-poder360/poder360-bate-recordes-amplia-alcance-e-muda-identidade-visual/>

Jornal The New York Times adia retorno ao trabalho presencial. (2021, 30 julho). Recuperado de <https://www.poder360.com.br/midia/jornal-the-new-york-times-adia-retorno-ao-trabalho-presencial/>

Radcliffe, D. (2021, 16 fevereiro). O que aprendemos com redações distribuídas. *Rede de Jornalistas Internacionais (IJNet)*. <https://ijnet.org/pt-br/story/o-que-aprendemos-com-reda%C3%A7%C3%A5o%C3%A9s-distribu%C3%A3o%C3%AAddas>

Trewinnard, T. (2020, 13 abril). The coronavirus crisis will eventually end, but the distributed newsroom is here to stay. *Nieman Lab*. <https://www.niemanlab.org/2020/04/the-coronavirus-crisis-will-eventually-end-but-the-distributed-newsroom-is-here-to-stay/>

Turvill, W. (2021, 10 setembro). Delta delays office return for US news giants - mask and vaccine policies vary. *Press Gazette*. <https://pressgazette.co.uk/media-companies-office-return-delayed-delta/>

Washington Post PR Blog. (2021, 20 setembro). The Washington Post announces the addition of 41 editing roles, including 2 masthead positions. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/>

<pr/2021/09/20/washington-post-announces-addition-41-editing-roles-including-2-masthead-positions/>

# Índice Remissivo

## C

ciência 74, 76, 153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 162, 163, 164, 167, 168, 171, 172, 255, 311

ciências 60, 175, 254, 255

Ciências 13, 95, 97, 172, 197, 218, 241, 244, 246, 247, 315

comunicação 20, 25, 37, 39, 40, 41, 47, 49, 52, 53, 54, 55, 65, 70, 85, 95, 101, 105, 108, 139, 141, 155, 156, 157, 158, 159, 162, 163, 167, 170, 175, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 207, 216, 217, 218, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 242, 244, 247, 250, 255, 258, 259, 260, 262, 263, 270, 271, 300, 301, 303, 307, 313, 316

Comunicação 13, 16, 20, 34, 39, 40, 42, 46, 47, 49, 50, 51, 57, 67, 95, 96, 97, 133, 137, 138, 158, 172, 175, 197, 201, 204, 218, 219, 220, 224, 225, 229, 242, 244, 246, 247, 249, 258, 260, 261, 262, 273, 274, 299, 315

comunicación 13, 39, 117, 119, 121, 122, 126, 127, 177, 178, 180, 182, 186, 187, 196, 282, 295, 317, 320, 321, 322, 325, 326, 327, 328, 329, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 343

Comunicación 117, 177, 196, 244, 277, 295, 297, 340, 341, 342, 343

Covid-19 52, 99, 100, 101, 102, 106, 107, 108, 109, 131, 132, 133, 135, 137, 139, 140, 149, 150, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 160, 161, 163, 165, 166, 168, 169, 171, 175, 198, 214, 215, 220, 231, 232, 237, 243, 249, 250, 263, 264, 267, 269, 270, 271, 274, 299, 303, 305, 308, 311, 312, 313, 345, 347, 348, 356, 357, 358, 360

COVID 19 273

COVID-19 117, 118, 119, 120, 121, 122, 126, 127, 131, 132, 157, 160, 174, 175, 272, 304

COVID19 313

crônica 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 71

Crônica 16, 19, 24, 31, 32

## D

desinformação 13, 155, 156, 157, 158, 163, 172, 174, 175, 249, 250, 271, 302, 303

Desinformação 155, 158, 174

digitais 37, 41, 47, 134, 135, 138, 139, 141, 151, 157, 206, 208, 250, 260, 262, 263, 271, 300, 303, 309, 346, 348, 349, 357

digital 48, 50, 139, 151, 156, 177, 178, 183, 186, 188, 193, 194, 195, 196, 204, 207, 209, 220, 221, 236, 237, 257, 263, 315, 323, 337, 338, 340, 347, 348, 350, 353, 355, 360

digitales 132, 184, 187, 194, 338, 339

## E

ecosistema 187

ecossistema 12, 13, 86

Ecossistema 2, 4, 11, 13

etnografia 16, 19, 20, 21, 22, 23, 30

Etnografia 16

## F

Facebook 42, 157, 173, 178, 180, 182, 185, 188, 190, 266, 272

feminino 224, 231, 233

feministas 62, 222, 223, 224, 230, 231, 235, 236, 239

Feministas 220, 242

## H

híbrido 30, 36, 109, 351, 352, 353, 357, 358  
híbridos 358

## I

imprensa 48, 53, 55, 56, 57, 62, 63, 82, 83, 112, 156, 160, 201, 202, 211, 215, 216, 229, 230, 256, 268

Imprensa 197, 229, 242, 245, 305

Instagram 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 177, 178, 180, 181, 182, 183, 185, 188, 189, 190, 192, 194, 195, 196

## J

JN 153, 154, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 170, 171

jornais 17, 62, 82, 83, 101, 102, 103, 105, 108, 139, 157, 271, 300, 309, 347, 352, 355, 357

jornal 24, 25, 30, 38, 40, 57, 58, 60, 61, 113, 173, 268, 269, 300, 309, 347, 350, 351, 352, 353, 355, 356, 357, 358, 361

jornalismo 16, 17, 18, 19, 24, 25, 26, 29, 30, 32, 40, 41, 47, 48, 53, 58, 70, 71, 73, 74, 77, 78, 80, 82, 83, 84, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 112, 113, 114, 115, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 144, 160, 167, 169, 199, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 229, 230, 231, 236, 237, 240, 242, 245, 246, 299, 301, 303, 310, 313, 314, 315, 316, 345, 346, 348, 350, 354

Jornalismo 16, 24, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 47, 48, 50, 51, 69, 95, 96, 97, 98, 114, 115, 162, 174, 175, 176, 218, 224, 229, 236, 242, 243, 246, 299, 309, 315, 316, 356

jornalista 23, 24, 27, 28, 39, 42, 43, 71, 73, 75, 80, 81, 82, 84, 85, 90, 91, 92, 93, 94, 97, 113, 114, 136, 137, 138, 141, 144, 147, 206, 302, 349, 350

Jornalista 69, 197

jornalistas 71, 75, 79, 80, 81, 83, 98, 99, 100, 102, 103, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 141, 142, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 171, 203, 207, 221, 309, 310, 314, 347, 360

Jornalistas 114, 141, 353, 360, 361

Jornal Nacional 57, 153, 155, 160, 162, 163, 164, 166, 167, 169, 172, 173, 305

## M

manifestações 77, 197, 199, 201, 203, 207, 213, 214, 215, 216, 217, 223, 259, 271

mediático 187

mediáticos 313

medio 118, 122, 179, 180, 182, 183, 187, 188, 190, 272, 278, 286, 289, 294, 320, 322, 324, 325, 330, 342, 343

medios 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 126, 132, 177, 178, 179, 181, 182, 184, 186, 187, 188, 196, 227, 244, 295, 319, 320, 323, 325, 329, 338, 339

mídia 35, 36, 37, 53, 55, 62, 63, 64, 67, 79, 141, 198, 202, 204, 205, 213, 215, 216, 217, 221, 224, 236, 240, 308, 313, 353, 355, 358, 360

mídias 37, 38, 40, 42, 56, 62, 136, 155, 157, 174, 201, 203, 222, 231

midiático 12, 13, 82, 208, 226, 227, 228

mediáticos 37, 222, 230, 231

modernidade 69, 76, 78, 96, 158

multimedia 177, 178, 179, 180, 182, 183, 194, 319, 323

multimídia 41, 47, 301

multimídias 299, 311

## N

narrativa 22, 33, 53, 70, 72, 73, 76, 77, 82, 83, 84, 85, 86, 89, 93, 94, 100, 165,

168, 171, 172, 180, 194, 214, 215, 284, 285, 291, 293, 298

narrativas 53, 65, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 90, 94, 95, 98, 162, 171, 182, 204, 205, 212, 282, 285, 292, 293, 298, 301

Narrativas 73, 96, 97, 152

**P**

pandemia 12, 13, 41, 51, 52, 63, 64, 66, 68, 84, 99, 100, 101, 103, 105, 106, 108, 112, 113, 117, 118, 119, 120, 122, 124, 130, 131, 132, 133, 135, 139, 142, 150, 153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 198, 208, 210, 215, 216, 217, 220, 222, 231, 232, 237, 246, 249, 250, 263, 269, 271, 303, 304, 305, 308, 311, 312, 313, 325, 338, 342, 345, 346, 348, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 358

Pandemia 149, 220, 243, 249, 250, 263, 270, 304, 345

periódico 58, 60, 119, 120, 183, 185, 186, 188

periódicos 182, 224, 230, 295

periodismo 127, 183, 186, 193, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 284, 287, 288, 290, 291, 292, 293, 294, 296

Periodismo 132, 177, 194, 195, 277, 294, 295, 317, 359

periodista 279, 285, 290, 291, 292, 293, 294, 327

periodistas 130, 184, 186, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 291, 292, 293, 295, 296, 297

Periodistas 294, 297

pós-modernidade 78

pós-pandemia 354, 358

prensa 196, 279

## R

radio 68, 182, 187, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343

Radio 317, 318, 339, 340, 341, 342, 344

rádio 157, 310

Rádio 309, 347

redação 137, 138, 139, 206, 236, 239, 347, 348, 349, 350, 353, 355, 357

Redação 104, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 360

redações 75, 79, 302, 305, 306, 346, 347, 348, 352, 354, 355, 357, 359, 360, 361

Redações 99, 101, 102, 105, 106, 109, 112, 113, 345

reportagem 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 29, 30, 32, 33, 58, 60, 61, 71, 75, 139, 141, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 214, 216, 267

Reportagem 16, 24, 268, 269

reportagens 18, 22, 24, 25, 56, 141, 171, 198, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 237, 267, 270, 309, 313

Revista AzMina 220, 221, 222, 223, 230, 231, 236, 238, 239, 240, 241, 246

## T

tecnologia 34, 36, 40, 60, 74, 151, 311, 353, 356, 359

Tecnologia 16, 245, 345, 349

tecnología 321, 322, 335, 336, 339, 343

Tecnología 298

tecnologias 12, 35, 49, 50, 55, 99, 134, 138, 149, 259, 263, 313, 348

Tecnologias 201

tecnologías 186, 188, 322

Twitter 42, 178, 185, 188, 190, 191, 274,  
275, 355

## W

webjornais 299, 303, 308, 311, 312  
webjornal 311, 314



**50** AÑOS  
**UTPL**