

jornalismo e história da comunicação

Fabiana Piccinin
Julia Leitão de Barros
Mágda Cunha
Maria Cristina Gobbi
Coords.

JORNALISMO E HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

Coordenadores

Fabiana Piccinin
Julia Leitão de Barros
Mágda Cunha
Maria Cristina Gobbi

RIA
Editorial

Ria Editorial - Comité Científico

Dra Aline Camargo, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil)
Dra Ana Carla Amaro, Universidade de Aveiro (Portugal)
Dra Andrea Versuti, Universidade de Brasília - UnB (Brasil)
Dr. António Domingues Franque, Instituto Nacional de Educação à Distância (Moçambique)
Dra Caroline Kraus Luvizotto, Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil)
Dr. Livre-docente Denis Renó, Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil)
Dr. Eduardo Pellanda, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS (Brasil)
Dra Fabiana Q Piccinin, Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)
Dra Fátima Lopes Cardoso, Instituto Politécnico de Lisboa (Portugal)
Dra Fernanda Bonacho, Instituto Politécnico de Lisboa (Portugal)
Dr. Filipe T. Moreira, Instituto Politécnico da Guarda (Portugal)
Dr. Gustavo Soranz, Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil)
Dr. Jefferson Barcellos, Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP (Brasil)
Dr. c/ Agregação João Canavilhas, Universidade da Beira Interior - UBI (Portugal)
Dr. José Carlos Marques, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil)
Dr. c/ Agregação Jorge Veríssimo, Instituto Politécnico de Lisboa - IPL (Portugal)
Dra Júlia Leitão de Barros, Instituto Politécnico de Lisboa (Portugal)
Dr. Laan Mendes de Barros, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil)
Dr. Leonel Simila, Escola Superior de Jornalismo (Moçambique)
Dra Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil)
Dra Mágda Rodrigues da Cunha, Universidade Católica Portuguesa (Portugal) / ALAIC
Dra Livre-docente Maria Cristina Gobbi, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil)
Dra Maria José Mata, Instituto Politécnico de Lisboa (Portugal)
Dra Oksana Tymoshchuk, Universidade de Aveiro (Portugal)
Dr. Osvando de Moraes, Universidade Estadual Paulista – UNESP (Brasil) (*in memoriam*)
Dra Regilene Sarzi-Ribeiro, Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil)
Dra Sandra Lopes Miranda, Instituto Politécnico de Lisboa - IPL (Portugal)
Dra Tamara Guaraldo, Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil)
Dra Teresa Piñeiro Otero, Universidade da Corunha (Espanha)
Dr. Tomas Jane, Escola Superior de Jornalismo (Moçambique)
Dr. Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi (Brasil)
Dr. Xabier Martínez-Rolán, Universidade de Vigo (Espanha)

FICHA TÉCNICA

Copyright 2024 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: adaptado de ©ooddysmile - stock.adobe.com (arquivo nº 330412443)

Design da capa: ©*Denis Renó*

Diagramação: *Luciana Renó*

ISBN 978-989-9220-03-4

Título: Jornalismo e história da comunicação

Coordenadores: Fabiana Piccinin, Julia Leitão de Barros, Mágda Cunha e Maria Cristina Gobbi
1.ª edição, 2024.



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

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

©Ria Editorial

RIA
Editorial

riaeditora@gmail.com

<https://www.riaeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E
EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e selecionados pelos coordenadores da obra. Os comentários foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador Dr. Jefferson Barcellos, que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

Ao percorrer as páginas da obra intitulada *Jornalismo e História da Comunicação*, meticulosamente organizada pelas pesquisadoras Fabiana Piccinin, Julia Leitão de Barros, Mágda Cunha e Maria Cristina Gobbi torna-se crucial destacar os notáveis benefícios que esta contribuição confere à construção de uma práxis que fomente o pensamento crítico em relação ao exercício midiático transformador, bem como à compreensão do jornalismo vigente na contemporaneidade. A transformação e seus conceitos históricos nesses mesmos meios midiáticos ocorre no cotidiano exercício da reflexão e na exposição de seus temas.

Diante desse reconhecimento positivo, expresso com ênfase minha forte recomendação para que a respeitável Ria Editorial promova a publicação desta obra. Estou seguro de que a diversidade do seu conteúdo não apenas enriquecerá, mas também fortalecerá as ações afirmativas tão prementes na sociedade atual.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autoras e autores

Alan Tomaz de Andrade

Álvaro Bufarah Júnior

Bianka Macário de Lima

Eduardo Campos Pellanda

Eláise Cidral

Fabiana Piccinin

Juliana Costa

Karin Konzen Franco

Katarini Miguel

Kenia Maia

Lara Luiza Baesteiro Campeão

Liliane de Lucena Ito

Mágda Rodrigues da Cunha

Marcos Paulo da Silva

Maria Cristina Gobbi

Osvando José de Moraes

Rodrigo Gabrioti

Valci Regina Mousquer Zuculoto

SUMÁRIO

| | |
|-----------------------|----|
| Apresentação..... | 11 |
| <i>Denis Renó</i> | |
| <i>Liliane Ito</i> | |
| <i>Sandra Miranda</i> | |

A COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA

| | |
|--|----|
| Do rádio de antena à migração AM-FM e ao <i>podcast</i> – revisitando os mais de 100 anos de história do meio no Brasil..... | 14 |
| <i>Valci Regina Mousquer Zuculoto</i> | |
| <i>Álvaro Bufarah Júnior</i> | |
| Saberes e corpos perdidos no mar: uma análise histórica a respeito do reconhecimento da comunicação e das tecnologias ancestrais negras no Brasil..... | 38 |
| <i>Alan Tomaz de Andrade</i> | |
| <i>Osvando José de Moraes</i> | |

Mulheres cientistas na Pós-graduação em Comunicação da FAAC-Unesp .65

Maria Cristina Gobbi

O grupo de trabalho estudos de jornalismo da Compós:
uma análise cientométrica 85

Juliana Costa

Kenia Maia

Análise discursiva da revista Vogue Brasil: quem é a mulher feliz em
meio à pandemia de Covid-19? 116

Bianka Macário de Lima

Marcos Paulo da Silva

Katarini Miguel

A NOTÍCIA E A HISTÓRIA

A apuração no radiojornalismo em um ambiente de convergência:
o caso da Rádio Super Najuá FM 152

Karin Konzen Franco

Fabiana Piccinin

Jornais universitários, valorização da ciência e combate à desinformação:
uma investigação sobre o processo produtivo dos jornais da USP,
UNESP e Unicamp 180

Lara Luiza Baesteiro Campeão

Liliane de Lucena Ito

Notícias geoposicionadas. Pressupostos para um modelo de jornalismo
sobre as cidades 207

Eduardo Campos Pellanda

Mágda Rodrigues da Cunha

| | |
|--|-----|
| Os limites do telejornalismo e uma consciência compreensiva? | 226 |
| <i>Rodrigo Gabrioti</i> | |
| <i>Osvando J. De Moraes</i> | |
| | |
| <i>YouTube</i> é a nova televisão?: Uma análise do Balanço Geral da NDTV Record de Itajaí na plataforma | 247 |
| <i>Eláise Cidral</i> | |
| <i>Fabiana Piccinin</i> | |
| | |
| <i>Índice Remissivo</i> | 273 |

JORNALISMO
E
HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

APRESENTAÇÃO

Os estudos que envolvem a comunicação, seja como função principal ou ferramenta colaboradora, possuem um histórico de relevância que, certamente, ganhou ainda mais importância, dadas as intensas transformações do ecossistema midiático na contemporaneidade. As manifestações artísticas já não são as mesmas, não somente por causa da massificação tão criticada pela escola de Frankfurt, mas também pelas possibilidades oferecidas pelo advento de novas tecnologias que, em algumas situações, substituem ou mesmo burlam as ações humanas. O mesmo pode ser visto nos processos educacionais, que competem cada vez mais com alternativas midiáticas e “não lugares” diversos que sustentam e desvirtuam as ideias outrora compartilhados por Marc Augé.

Da mesma maneira, as narrativas jornalísticas e mercadológicas tentam compreender este novo panorama que nos assola, aprendendo a sustentar e esclarecer verdades frente à desinformação ou tentando disseminar mensagens de consumo e de opinião. Torna-se necessário rever as origens que balizam historicamente tais mudanças comunicacionais para, com isso, vislumbrar as possíveis transformações sociais que venham a resultar deste novo panorama. Trata-se de aprender a conviver e a aproveitar com forças contrárias para que estas tornem-se menos negativas e sejam usadas em nosso favor.

Neste cenário, torna-se cada vez mais necessária a promoção do debate sobre o tema, preferencialmente transfronteiriço, para que seja possível conhecer e propor cenários diversos. Por esse motivo, realizamos, entre os dias 21 e 23 de maio de 2024, o 1º Colóquio Internacional

Lusofonia em Debate, que reuniu acadêmicas e acadêmicos de Brasil, Portugal, Espanha (Galícia), México e Moçambique. O evento foi realizado em co-organização por duas instituições - a Universidade Estadual Paulista (UNESP), do Brasil, pelo Chrome Photo/GENEM, e a Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa - IPL, de Portugal, através do LIACOM - e ocorreu de forma virtual síncrona. O colóquio possibilitou uma ampla e democrática participação, não somente iberoamericana, mas também africana.

Do evento, nasceram quatro publicações editoriais, dentre elas esta obra, que reúne estudos sobre jornalismo e história da comunicação. Como conteúdo, textos do evento que foram reavaliados às cegas e reorganizados para publicação pela Ria Editorial, especializada na publicação de livros digitais com leitura e descarga grátis para uma disseminação do conhecimento de forma livre e democrática.

Trata-se da primeira edição do colóquio, mas outras tantas virão. Enquanto isso, desejamos-te uma excelente leitura e ainda melhor investigação científica. Viva a ciência além-mar. Viva a lusofonia.

Denis Renó
Liliane Ito
Sandra Miranda

A COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA

DO RÁDIO DE ANTENA À MIGRAÇÃO AM-FM E AO *PODCAST* – REVISITANDO OS MAIS DE 100 ANOS DE HISTÓRIA DO MEIO NO BRASIL

Valci Regina Mousquer Zuculoto¹
Álvaro Bufarah Júnior²

Mais do que centenário, o rádio brasileiro completou um século de existência no país em 2019. Considera-se como marco histórico de seu início no Brasil as primeiras irradiações da Rádio Club de Pernambuco, em 1919, então com autorização para serviço de radioamador. A história tradicional celebrou 2022 como o ano do centenário do meio na ondas brasileira; mas observamos seu advento histórico demarcado em 1919, sobretudo no que se refere a transmissões distinguidas como efetivamente radiofônicas, por meio de emissoras instaladas. Pesquisadores e

-
1. Doutora
Professora da Universidade Federal de Santa Catarina, SC, Brasil
valzuculoto@hotmail.com
 2. Doutor
Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, SP, Brasil
abufarah@uol.com.br

pesquisadoras do rádio no Brasil, organizados(as) em torno dos variados grupos e redes de estudos, como GT História da Mídia Sonora da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), GP Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a Rede RadioJor da SBPJor, entre outros, chancelaram esta demarcação do advento do meio no Brasil em 1919 (Alcar, 2019), sobretudo associados(as) às investigações de Luiz Maranhão Filho e Pedro Serico Vaz (2020).

Antes mesmo de a Rádio Club de Pernambuco entrar no ar, é preciso considerar, quando se trata da invenção da tecnologia, experimentos no Brasil do Padre Landell de Moura. No mundo, identifica-se a invenção do radiofônico nas transmissões promovidas no Canal da Mancha, em 1899, pelo italiano Guglielmo Marconi com suas experimentações tecnológicas para criação de um sistema de telégrafos sem fios. No mesmo período, o austríaco Nikola Tesla, naturalizado norteamericano, também realizou experimentos nesse sentido e igualmente foi chancelado inventor do rádio. Em 16 de julho de 1899, em São Paulo, capital do estado brasileiro do mesmo nome, o Padre Landell de Moura produziu uma demonstração pública de transmissão de rádio, o que nos leva a considerá-lo o inventor do rádio, como primeiro, no mundo, a transmitir o meio de antena (Almeida, 2022).

Especificamente no Brasil, as transmissões das comemorações do centenário da Independência do país, em 1922, no Rio de Janeiro, tendo à frente o cientista Edgard Roquette-Pinto, são proclamadas pela história tradicional como as iniciais. Prosseguem por nós compreendidas como pioneiras, mas não como as únicas precursoras. Nem mesmo a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que entrou no ar em 1923, também

fundada por Edgard Roquette-Pinto, é a primeira emissora a se estabelecer no Brasil, como dominante até poucos anos nos relatos históricos, sob hegemonia da chamada história oficial. A Rádio Sociedade, hoje Rádio MEC do Rio Janeiro, por todo seu percurso, foi e continua sendo referência histórica marcante, inclusive no presente do meio. Momentos pioneiros precisam manter-se em estudos com esses realces, mas ainda há muito a se investigar sobre os registros e os fatos que constituem a história do áudio e do rádio no Brasil.

No seu modo secular, o rádio brasileiro ainda está em (re)construção nos seus modelos comercial, estatal e público. Também se (re) inventa na *web*: com emissoras que transmitem a sua programação do *dial* igualmente pela internet ou com as estações exclusivas da rede, as webrádios. Expande-se para além da antena das ondas hertzianas, onde migra do AM para FM (Zuculoto, 2018). Centenário, então, o rádio do Brasil (sobre)vive e vem construindo, com destaque, a contemporânea era digital das comunicações. Adquire cada vez mais sentido de permanência e de importância no atual cenário em que se aprofunda a centralidade da comunicação e da informação para a construção social da realidade. Atualmente, no Brasil, ainda irradia o rádio de antena, migrando do AM para o FM, mas o meio, cada vez mais, ocupa e se desenvolve na *web*. E ao observamos o rádio transbordado para o virtual, emerge como destaque histórico a criação e desenvolvimento do *podcast*, formato que vem criando e adaptando conteúdos radiofônicos aos serviços de *streaming*. O *podcast* atrai a atenção da audiência e dos anunciantes para as possibilidades do áudio já consolidadas pelo rádio, agora em *bits*.

Ao (re)visitarmos a história do meio no Brasil igualmente ergue-se, com força cada vez maior, a necessidade de relatarmos sua constituição contemplando o máximo possível de revisões que a abarquem de forma mais ampla e inclusiva, pesquisando vestígios e rastros que, apesar dos apagamentos e exclusões, intencionais ou não, insistem em clamar por novas investigações.

Afinal, o passado está sempre praticando uma espécie de intromissão na história. Da forma como escreveu o poeta gaúcho Mário Quintana, interpretando assim esta “intrusão: o passado não reconhece o seu lugar, está sempre presente”. E realmente não deve nem pode reconhecer que há lugar determinado a ficar preso, como se o registrado naquele momento e espaço fosse definitivo e imutável. Isto porque, há que se entender o passado como “uma construção e uma reinterpretação constante” (Le Goff, 1990, p. 24). Este é o caso da história das profissionais mulheres que também construíram e continuam a constituir a trajetória para além de centenária do meio brasileiro. Porém, na dita história oficial, estão sentenciadas a nem mesmo ter um lugar.

Para preencher esta lacuna, é que se produz, atualmente, um esforço que reúne pesquisadores e pesquisadoras de todo o país em uma pesquisa nacional coletiva intitulada “A história das mulheres no rádio do Brasil - revisão do relato histórico”. Coordenada pelas pesquisadoras Juliana Gobbi Betti e Valci Regina Mousquer Zuculoto, foi organizada e proposta com base em artigo apresentado no XIII Encontro Nacional de História da Mídia, promovido em 2021, no modo virtual em função da pandemia, pela Alcar, a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Betti & Zuculoto, 2021).

Partindo-se desta breve contextualização histórica da constituição do rádio brasileiro, propõe-se, neste trabalho, revisitar a história do meio no país, com o objetivo de incluir, revisados no seu relato, destaques deste seu percurso secular. Trata-se, assim, de eliminar ruídos bem como aprofundar e atualizar acerca de principais fenômenos que envolvem a construção histórica do meio, apresentando, como resultado principal, uma periodização atualizada desta história da radiofonia brasileira. Nas estratégias metodológicas, o estudo proposto, em perspectiva histórica e de natureza exploratória, apoia-se na pesquisa documental, como método e técnica, e na revisão bibliográfica.

Observamos a história como um fluxo, que se movimenta em contínuo, mesmo quando apresenta rupturas (Barbeiro, 2010), buscando vestígios e escuta de ruídos que permitam revisar e atualizar o relato histórico. O meio passa, cada vez mais, por transformações e reconfigurações, mantendo-se como uma das mídias de maior sentido de permanência. Justifica a constante revisão histórica. Não apenas para compreendermos o seu presente e contribuirmos com bases às estimativas e (re) arranjos para o seu futuro, mas também porque aos estudarmos a história como fluxo, esta sempre encontra-se a exigir novos olhares, novas observações. Não há como negá-la nem torná-la versão definitiva e imutável. O passado e mesmo o presente estão constantemente a evidenciar novos indícios, vestígios e lacunas que podem alterar nossas compreensões históricas sobre seus percursos. Tratamos da história do meio, portanto, como defende tão clara e justificadamente a pesquisadora brasileira Marialva Barbosa:

seja porque foi descoberto ao acaso um arquivo precioso e que deixa ver sistemas de comunicação em toda sua complexidade,

seja porque as inquietações do tempo obrigam a direcionar o olhar para o passado, tentando compreender turbilhões e redemoinhos de mudanças que avançam sobre cada um de nós no mundo que denominamos contemporâneo. (Barbosa, 2017, p. 7)

As fases históricas do rádio no Brasil

Para (re)visitarmos a história do meio no Brasil, do secular rádio de antena até a contemporânea migração AM-FM e o percurso do *podcast*, partimos de periodizações históricas que têm balizado os estudos do áudio e do radiofônico brasileiros, entre as quais destacamos as de Maria Elvira Bonavita (1982) em sua obra “História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil” e de Valci Regina Mousquer Zuculoto (2012), no seu livro “No ar: A história da notícia de radio no Brasil”. Também consideramos pesquisas de Gisela Ortriwano (2003), sobretudo releituras de seu artigo “Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história”, publicado na Revista USP.

A mescla das fases brasileiras do meio, com base especialmente nessas autoras, leva-nos a atualizações que as dividem em sete períodos. As épocas anteriores ao cenário da atualidade vão até a sexta fase, que se estende o final da década de 1990 do século passado e o início dos anos 2.000, quando o rádio nacional já transbordando para a era virtual, em convergência midiática. Em nossa pesquisa, ainda em andamento, para o presente artigo, incluímos mais uma fase, a contemporânea. Porém, nosso relato também anotou que antes do advento efetivo de implantação do meio no país houve um tempo desbravador, que inclusive implica em revisar a história mundial do radiofônico. Assim, (re)visitamos a

história do rádio no Brasil com uma periodização de sete fases e um registro antecedente.

O desbravador, que normalmente não tem sido evidenciado nos estudos históricos do radiofônico, é onde se considera as experiências do Padre Landell como a invenção do rádio, no mundo. E chancelando a Rádio Club de Pernambuco como a primeira transmissão radiofônica e também a primeira estação brasileiras, realçamos a fase pioneira. Esta, que se estende desde 1919, quando a emissora pernambucana entrou no ar, até metade da década de 1930, periodizamos como a fase em que o rádio se instala no país e várias emissoras passam a irradiar suas programações.

A implantação do rádio no país representa, então, uma revolução tecnológica e cultural para a sociedade brasileira. Isto porque, mesmo nos seus primórdios e ainda de forma precária, suas características próprias e diferenciadas do principal meio informativo da época – o jornal - já permitem uma mais rápida divulgação de informações jornalísticas e a prestação de serviços. Apesar disso, nesta fase o rádio se constrói como veículo de transmissão elitista. Assim que chegou ao Brasil, os cientistas e a elite cultural tentaram fazer do rádio um veículo de divulgação de cultura e educação, transmitindo, por exemplo, apresentações de cantores líricos e palestras científicas. [...] improvisação, amadorismo e cópia fazem sua notícia. Um período de construção do rádio que se observa com a compreensão de que uma nova mídia adquire sua linguagem própria não de forma espontânea, mas operando uma metamorfose gradual a partir dos meios já existentes. (Zuculoto, 2012, pp. 27-28)

A época que se segue é a da Era de Ouro, em que o rádio se firma como meio de comunicação de massa e se consolida como a mídia mais popular e de maior audiência no país, tanto para o entretenimento quanto

para a recepção informativa. Segunda fase que se estende da metade de 1930 até meados dos anos 1950, quando o rádio, então, começa a enfrentar a concorrência da instalação da televisão no Brasil.

É quando o rádio informativo e, conseqüentemente, a notícia realmente se implantam e passam a se desenvolver utilizando características e recursos do veículo mais adequados à transmissão de informações jornalísticas, entre os quais a rapidez e o imediatismo. De início, isto ainda acontece num segundo plano, pois o predomínio, nesta época, é de uma verdadeira “era do rádio espetáculo”, com os programas de auditório, os musicais, as radionovelas, num padrão de radiofonia “broadcast” ao estilo norte-americano. Embora o espetáculo domine o rádio de então, também ocorre, nesta fase, o surgimento do marco definitivo do jornalismo radiofônico brasileiro - o Repórter Esso. O noticioso é implantado principalmente sob a justificativa de trazer mais rapidamente as notícias da Segunda Guerra Mundial. Irradiado por emissoras brasileiras a partir de 1941, o Esso tem suas raízes no padrão radiofônico e jornalístico dos Estados Unidos. E pode ser apontado como o responsável pelo texto e técnicas de produção próprias que a notícia vem construindo ao longo de sua trajetória no Brasil. (Zuculoto, 2012, pp. 28-29)

No período seguinte, a história do rádio brasileiro evidencia uma fase de declínio do rádio como principal meio da audiência brasileira. Trata-se da terceira fase, entre metade da década 1950 e os anos 1960, quando agudiza a concorrência da então novidade midiática, a televisão, que busca e leva do rádio seus profissionais, seus artistas, seus programas bem como seu público. Restou ao meio irradiar principalmente programação musical, o que fez com que esta fase também fosse cunhada como do “vitrolão”, que se impulsionou também pela emergente indústria fonográfica.

Ao mesmo tempo, entretanto, rádio brasileiro também encontra no exercício do jornalismo uma saída para a recuperação. Como a evolução do meio tem sido historicamente perpassado pelas novidades tecnológicas, nesta época, invenções como a do transistor impulsionam o desenvolvimento do radiojornalismo. Emissoras começam a intensificar a prática jornalística, iniciando o processo que, na fase seguinte, levará a adoção e desenvolvimento dos modelos All News e Talk and News. Nesse processo, entre os avanços do jornalismo sonoro impactados pelo transistor está o exercício da reportagem, sobretudo o da externa. Reconfigurações dessa fase alavancaram a capacidade do rádio de ser o primeiro a dar a informação, em tempo real, direto do local do acontecimento jornalístico. A tecnologia do transistor também potencializou a mobilidade do rádio pelo lado da audiência, com o “radinho de pilha”.

O fenômeno é descrito e analisado no artigo “A escrita do acontecimento”, em que Roland Barthes (1984, pp. 175-178; 2010, pp. 2013-2018) reflete como o meio noticiou e como a audiência se informou, radiofonicamente, sobre as manifestações do Maio de 68 na França.

é necessário que lembremos daquelas ruas cheias de homens imóveis, sem verem nada, sem olharem para nada, de olhos no chão, mas de ouvido colado ao transistor elevado à altura do rosto, figurando assim uma nova anatomia humana. [...] A palavra informativa (do repórter) foi tão estreitamente misturada ao acontecimento [...] A palavra radiofônica não se limitava a informar os participantes acerca do próprio prolongamento da sua ação (a alguns metros de si), de sorte que o transistor se transformava no apêndice corporal, prótese auditiva, novo órgão de ficção-científica de certos manifestantes; pela compressão do tempo, a repercussão imediata do ato, ela inflectia, modificava o acontecimento, numa palavra, escrevia-o. (Barthes, 1984, p. 175; 2010, p. 2013-2018)

Chegando à sua quarta fase, nas décadas 1970 e 1980, a radiofonia nacional continua a registrar com ênfase o sentido de permanência que tem marcado a sua secular história. A implantação da Frequência Modulada (FM) faz com que o meio denote recuperação. As novas FMs adotam a programação musical, já que a frequência, com sua melhor qualidade de transmissão do som, propicia esse modelo. E principalmente no AM, consolida o impulso do exercício do jornalismo.

Nesta fase, detecta-se o apogeu das transformações iniciadas no período anterior: o processo de especialização e segmentação se acelera e algumas emissoras já experimentam um formato de programação que se aproxima do all news; ocorre a cristalização da tendência de formação de grandes redes permanentes. Enfim, o radiojornalismo conquista um espaço definitivo na radiofonia brasileira. (Zuculoto, 2012, pp. 30-31)

Nas quinta (anos 1990) e sexta (início dos anos 2.000) fases, o rádio se remodela de formas ainda mais redefinidoras, consequências da era digital que começa a se consolidar. O rádio informativo chega ao seu auge e redefine sua função (Meditsch, 2007). Período que marca o fim da hegemonia do modelo Repórter Esso de noticiar radiofonicamente. Culmina o processo de implantação do FM e seu modelo deixa de limitar apenas à programação musical. Sobretudo na sexta fase, a mobilidade de produção bem como de audiência produzem cada vez mais o “rádio itinerante”, segundo definição de Cébrian Herreros (2007).

O radiojornalismo não se limita mais a postos fixos de produção, cenário que começou a mudar principalmente a partir do advento do celular. O jornalismo radiofônico busca e persegue fisicamente o desenvolvimento dos fatos, da notícia, da informação. Nesta fase, o radiojornalismo brasileiro já se

desenvolve sob uma conceituação mais ampla. Já se faz sem distinção entre informação e jornalismo radiofônicos [...] Além da informação puramente jornalística, noticiosa, veicula como jornalismo, também, por exemplo, prestação de serviços, utilidade pública, informação institucional. E com o livre acesso ao uso da web para a implantação de emissoras de rádio exclusivas na internet ou para simplesmente transmissão de informações ou produções em áudio, ameaças de morte voltam a pairar sobre o veículo. Mas também, mais uma vez, se estrutura um novo rádio. Novo na forma de produzir, a partir da convergência multimídia que permite avançar na captação, investigação, reflexão, interatividade, em novos e mais modelos e formatos, experimentação criativa, ofertas de programação e serviços. (Zuculoto, 2012, pp. 31-33)

O rádio contemporâneo brasileiro na convergência midiática

A fase atual do rádio do Brasil, a sétima pelo nosso roteiro de revisão histórica, abarca um tempo em que o resiliente meio evidencia uma reconfiguração ainda maior. No seu modo secular de antena, atravessa um fenômeno determinante para sua sobrevivência nas ondas hertzianas: a migração do AM para o FM. Neste, ainda está em (re)construção nos seus modelos privado, estatal e público, conforme os três sistemas estabelecidos na Constituição brasileira promulgada em 1988. Como até hoje não houve regulamentação dos artigos constitucionais referentes, a legislação que disciplina a radiodifusão no país, no seu geral é da década de 60 do século 20, encontrando-se, portanto, desatualizada. Ainda não há classificação das rádios adequada aos três sistemas da Constituição e a categorização das emissoras permanece a seguinte: FMs Comerciais; FMs Educativas, Rádios Comunitárias e Rádios AM em Ondas Médias, Ondas Curtas ou Ondas Tropicais.

Com a desatualização da tecnologia AM e o fato de o Brasil ainda não ter conseguido estabelecer o seu padrão digital de transmissão, a saída encontrada para enfrentar a obsolescência da Amplitude Modulada foi migrar para FM. O processo de transferência de *dial* teve início em 2013, com a publicação do decreto presidencial nº 8.139. Naquela época, 1.781 rádios AM operavam no país. Destas, cerca de 960 emissoras poderão operar ou já estão operando na faixa atual de FM, de 88 megahertz (MHz) a 108 MHz. As demais ocuparão ou já estão ocupando o chamado FM estendido, possível com conclusão do processo de digitalização da televisão, liberando espaço para a modificação. O prazo para pedidos de migração AM-FM encerrou em 31 de dezembro 2023 (rádios de OM – Ondas Médias). Após esse prazo, o Ministério das Comunicações (MCom) não aceitou mais solicitação da adaptação de outorga. Conforme o último levantamento da pasta, até o final de 2023, 1.185 rádios AM que operam em Ondas Médias efetuaram essa mudança, ou seja, já foram liberadas para iniciar suas operações no *dial* FM. Atualmente, o Ministério das Comunicações do Brasil recebe as solicitações de adaptação de outorga das Ondas Curtas e Ondas Médias, em prazo que estende até 18 de outubro de 2024.

Para além deste veículo de antena, o rádio que ouvimos no país hoje é um meio que se (re)inventa na *web*. Um rádio expandido com emissoras hertzianas que transmitem sua programação do *dial* igualmente pela internet e também com as estações exclusivas da rede, as webrádios. E embora não constitua, na atualidade, o principal e mais popular meio de informação e comunicação, como na sua Era de Ouro, permanece com ampla audiência. Conforme recente pesquisa, no que se refere a produções sonoras, 90% da população brasileira consomem

áudio em qualquer formato: rádio, músicas, *streaming* ou *podcasts*. Especificamente em relação ao meio rádio, é consumido por 80% da população no Brasil, segundo o Inside Áudio 2023, estudo divulgado anualmente pela Kantar Ibope Media (2023)

O rádio brasileiro alcança a contemporaneidade ainda como um meio imperiosamente necessário, sobretudo pela centralidade da comunicação e da informação para a construção social da realidade. Na *web*, amplia-se e passa a compor a comunicação sonora, inspirando e oferecendo à ela suas características, recursos, linguagem e modos de fazer. É o caso do *podcast*.

O caldeirão de tecnologia que mudou a indústria do áudio

Nesta última fase, destacamos a consolidação dos processos de digitalização do áudio e o impacto na produção de conteúdo com o uso das ferramentas de Inteligência Artificial. Porém este processo não se iniciou recentemente e terá desdobramentos ainda pouco quantificáveis no cotidiano das mídias, especialmente das baseadas em áudio. Este processo que culmina, na atualidade no consumo vários formatos de áudio: *rádioweb*, *streaming*, *apps* e especialmente o *podcast*, como o conteúdo mais visível e talvez o mais popular do setor, teve início no processo de digitalização (produção, compressão e distribuição) das músicas. A revolução na música digital, tal como a conhecemos, é inegavelmente associada ao formato MP3. Originado na Alemanha na década de 1970 (Instituto Fraunhofer, 2021), o MP3 transformou os paradigmas de consumo e compartilhamento musical (Mann, 1999). Sua história remonta ao Professor Dieter Seitzer, da Universidade Friedrich-Alexander Erlangen-Nuremberg, cujas pesquisas iniciais

sobre compressão de áudio para transmissão telefônica evoluíram para a codificação de música nos anos 1970 (Instituto Fraunhofer, 2021). A colaboração entre a universidade e o Instituto Fraunhofer no projeto EUREKA, em 1987, resultou no algoritmo LC-ATC, que permitiu a codificação em tempo real de música estéreo (Instituto Fraunhofer, 2021). Em seguida, o algoritmo OCF, desenvolvido dois anos depois, tornou-se a base do MP3, viabilizando a codificação de música com qualidade em taxas de bits reduzidas (Instituto Fraunhofer, 2021; Ferreira e Paiva, 2008). Em 1991, o MPEG adotou o OCF como padrão MPEG-1 *Layer 3*, oficializando assim o nascimento do MP3, cuja compressão eficiente permitia reduzir o tamanho dos arquivos sem perda notável de qualidade (Instituto Fraunhofer, 2021).

A tecnologia do MP3 democratizou o acesso à música, permitindo que pessoas de todo o mundo tivessem acesso a um vasto acervo musical, por um custo baixo ou nulo. Isso contribuiu para a globalização da música e a descoberta de novos artistas e gêneros musicais (Barreira, 1999). Por outro lado, o compartilhamento on-line de músicas através do MP3 desafiou o modelo tradicional de venda de discos da indústria fonográfica. As grandes gravadoras viram seus lucros diminuir significativamente, enquanto artistas independentes se beneficiaram da facilidade de compartilhar suas músicas (Barreira, 1999). Assim, a tecnologia impulsionou o surgimento de novos modelos de negócio na indústria musical, como serviços de *streaming* de música e *download* digital. Tais modelos permitiram que os usuários acessassem um vasto acervo musical por uma taxa mensal ou por compra individual, sem a necessidade de comprar discos físicos (Barreira, 1999). De forma geral,

o MP3 revolucionou a forma como as pessoas consomem músicas e arquivos de áudio.

Outro elemento que, indiscutivelmente, faz parte deste processo é o *blog* e seu desenvolvimento. A controvérsia sobre a paternidade dos *blogs* remonta aos primórdios da Internet. Prado (2011) atribui o título do primeiro *blog* ao “Open Diary”, criado em novembro de 1994 por Claudio Pinhanez, então pesquisador no MIT Media Lab. No entanto, há quem argumente que o verdadeiro pioneiro foi o “Links.net”, desenvolvido por Justin Hall em janeiro de 1994. Este último, um espaço onde Hall compartilhava diversos conteúdos, desde sua foto com o coronel Oliver North até conselhos sexuais, sendo mantido por 11 anos (Prado, 2011).

Jorn Barger cunhou o termo “weblog” em 1997, enquanto Peter Merholz simplificou-o para “blog” em 1999, em sua página inicial. Esse movimento reflete a popularização e a simplificação gradual do formato, que passou a ser adotado por uma audiência cada vez maior. O primeiro *blog* em um site de notícias tradicional foi publicado em 1998 por Jonathan Dube, no *The Charlotte Observer* (Prado, 2011).

Em 1999, Williams e Meg Hourihan fundaram a Pyra Labs, visando desenvolver softwares de gestão empresarial. Entre seus projetos estava o Blogger, uma ferramenta de publicação de *blogs* que foi lançada oficialmente em agosto daquele ano. O Blogger rapidamente atraiu usuários e, em pouco tempo, começou a gerar receita por meio de anúncios. Os blogues com áudio e posteriormente com vídeo, foram um sucesso, de tal forma que em fevereiro de 2003, a Google adquiriu a empresa, com Williams permanecendo na gigante de tecnologia por mais um ano. Em seguida ele saiu para fundar uma empresa especializada

em *podcast*, em 2004, e para ser o cofundador da Obvious Corporation, em 2006, que gerou a plataforma Twitter, recentemente vendida para Elon Musk (Vashishtha,2019).

O surgimento de serviços complementares, como a Technorati em 2002, o Audioblogger em 2003 e os primeiros *videoblogs* em 2004, demonstrou o rápido avanço das tecnologias de transmissão de áudio e vídeo, complementando a evolução dos *blogs*. O Audioblogger, em particular, foi pioneiro ao permitir que os usuários postassem áudios em seus blogs por meio de telefones, representando uma inovação significativa para a época (Chapman, 2011), conseqüentemente levando ao desenvolvimento de outras plataformas e serviços com áudio, como os podcasts. Mas para tudo funcionasse era preciso um tipo de indexação que ajudasse aos usuários a acharem seus arquivos de áudio preferidos sem ter de navegar de site em site.

O RSS teve suas raízes fincadas no final da década de 1990, quando Dave Winer, influente desenvolvedor de software e blogueiro, introduziu a ideia de um formato de sindicacão que permitisse aos usuários acompanhar de forma conveniente as atualizações de conteúdo em diversos sites. Inicialmente denominado como *RDF Site Summary*, o RSS passou por uma simplificação conduzida por e outros desenvolvedores, culminando no RSS que se popularizou posteriormente. A tecnologia RSS (*Really Simple Syndication*) emergiu como um dos pilares fundamentais na disseminacão de conteúdo on-line, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento dos *blogs*, sites de notícias e, particularmente, dos podcasts. Nesse contexto, o RSS desempenhou um papel revolucionário e integral na distribuicão e consumo de conteúdo sonoro sob demanda. Produtores de podcasts publicam seus episódios em *feeds*

RSS específicos, onde informações como título, descrição e *link* para o arquivo de áudio são incluídos. Essa automatização da distribuição de conteúdo foi essencial para a popularização e democratização dos *podcasts*, permitindo que criadores independentes competissem em pé de igualdade com produções de grandes empresas de mídia.

Também devemos considerar outra tecnologia que transformou o mercado de conteúdo em áudio, vídeo. O termo “*streaming*” emerge como um marco na história da distribuição de mídia, desempenhando um papel significativo na evolução da indústria musical e na forma como consumimos conteúdo sonoro. O surgimento de seu conceito data a década de 1990, quando começou a ser adotado para substituir terminologias técnicas mais complexas, como “*store and forward video*”. No entanto, sua concepção inicial está na primeira metade do século XX, quando George Owen Squier, major-general do exército norte-americano, cientista e inventor, patenteou o uso de linhas telefônicas para transmitir música diretamente aos lares e empresas, inaugurando assim a ideia de distribuição de música em tempo real (Costa, 2020).

Squier, ao perceber o potencial comercial de sua invenção, fundou a Muzak nos anos 1920, uma empresa pioneira que oferecia serviços de música ambiente para estabelecimentos comerciais. Utilizando conceitos psicológicos avançados, a Muzak criou blocos de programação que visavam aumentar a produtividade dos frequentadores, fenômeno conhecido como “progressão de estímulo” (Costa, 2020). A empresa se tornou onipresente em diversos locais comerciais, exercendo um impacto significativo na experiência do consumidor.

O processo de streaming envolve o acesso a arquivos compactados em um servidor, que são transportados pela Internet até o dispositivo

receptor. Por meio de um *software*, esses arquivos são descomprimidos e disponibilizados para consumo imediato, utilizando uma tecnologia chamada de *buffer* para armazenamento temporário de dados (Neiva, 2013). Para garantir um bom desempenho do streaming, é essencial uma conexão de Internet estável e com uma largura de banda considerável, devido à grande quantidade de bits nos arquivos de áudio e vídeo. No entanto, o desenvolvimento do streaming, como o conhecemos atualmente, exigiu a digitalização e compressão de arquivos, além de outras tecnologias complementares (De Marchi, 2020) entre elas o uso da tecnologia do MP3. Foi a convergência de tecnologias como MP3, RSS, *blog/audioblog* e *streaming* que possibilitou o surgimento dos podcasts transformando a maneira como as informações e o entretenimento são consumidas. Inicialmente, os *podcasts* eram uma extensão dos interesses pessoais dos produtores, mas logo se adaptaram às demandas do público, oferecendo conteúdo relevante e acessível (Rubino, 2006). Apesar das controvérsias sobre a paternidade do conceito de podcast, é inegável o impacto de Adam Curry e seu trabalho pioneiro na popularização do formato. A disponibilidade do *iTunes* como plataforma de distribuição de podcasts impulsionou ainda mais sua disseminação, democratizando o acesso a uma ampla variedade de conteúdo sonoro (Luiz, 2014).

A tecnologia de compressão e transmissão de áudio evoluiu para o *streaming*, possibilitando a transmissão simultânea de conteúdo dos servidores para os usuários. Isso revolucionou a forma como os usuários consomem mídia, proporcionando acesso instantâneo a uma vasta gama de conteúdo audiovisual baseado na *web* (Luiz, 2014).

Com base nos estudos de Wollheim (2005), Bellini (2012), Oliveira (2017), Ferrari (2019) e Martin (2014) podemos resumir a

história do *podcast* no Brasil em distintos períodos, cada um marcado por mudanças significativas na tecnologia, na cultura e na indústria da comunicação. Ao longo das últimas décadas, os *podcasts* passaram por uma trajetória de crescimento e evolução, refletindo não apenas os avanços tecnológicos, mas também as transformações sociais e culturais do país. A primeira fase denominamos de Período Inicial (2000-2010) quando no início dos anos 2000, com o avanço da Internet e o surgimento de tecnologias de compressão de áudio, como o MP3, os podcasts começaram a ganhar popularidade em nível global. No Brasil, esse período inicial foi marcado por iniciativas pioneiras, como o “Digital Minds” de Bob Wollheim e o “Nerdcast” do Jovem Nerd. Esses programas foram fundamentais para introduzir o formato no país e atrair os primeiros ouvintes. Depois tivemos o Período de Crescimento (2010 a 2015), durante esta fase, os podcasts brasileiros ganharam maior visibilidade e diversidade de temas. Novos programas surgiram abordando uma ampla gama de assuntos, desde entretenimento e cultura pop até política e ciência. Além disso, a profissionalização do setor de *podcasting* começou a se consolidar, com o surgimento de empresas especializadas na produção e distribuição de podcasts. Em seguida veio o Período da Consolidação (2015-2020) nos últimos anos, os *podcasts* no Brasil passaram por um processo de consolidação, com o surgimento de modelos de negócios sustentáveis e aprofundamento das estratégias de monetização. Empresas especializadas em produção e distribuição de *podcasts* cresceram significativamente, e o mercado publicitário voltado para esse formato de mídia se expandiu consideravelmente.

Conclusão

A (re)visita que promovemos à história do rádio no Brasil neste artigo evidenciou novos registros e destaques no relato que resultam da busca de preencher lacunas e perseguir rastros que ainda estão a exigir estudos, mesmo para um meio com trajetória secular. Um novo roteiro histórico emerge, incluindo um período considerado desbravador, incluindo o Padre Landell de Moura, como o inventor do rádio com seus experimentos realizados no Brasil no final dos anos 1800 e mais sete fases que chegam à contemporânea época. E nessas, já na fase inicial, demarca-se o advento da radiofonia nacional com a Rádio Club de Pernambuco. Marcação enfim chancelada por pesquisadores e pesquisadoras brasileiras, em 2019, justamente 100 anos depois da entrada no ar da emissora.

Porém, como a inspiração que nos guia em revisões históricas tem base na compreensão que devem ser constantes, também anotamos a necessidade de rever a história do rádio no Brasil incluindo a efetiva e real participação das profissionais mulheres. É fundamental diante da observação da pretensa universalidade do relato que ainda ampara a hegemonia masculina nesta história. Conforme as organizadoras da pesquisa nacional coletiva em andamento no Brasil, Juliana Gobbi Betti e Valci Zuculoto (2021), não se trata de realizar uma escrita específica e apartada da história das mulheres no rádio brasileiro, superando as invisibilidades e os apagamentos a que foram e ainda estão submetidas, mas, sim, incluí-la em uma revisão do relato histórico amplo e geral. Trata-se de uma investigação que já conta com adesão de pesquisadoras e pesquisadores de todo Brasil, integrantes de diversas instituições e entidades acadêmicas, redes e grupos de pesquisa.

Na fase contemporânea inserimos ainda a história do *podcast*, entendendo que mesmo não sendo o rádio, é um formato que, na atualidade da era virtual, reconfigura a comunicação sonora nacional. E o faz constituindo-se por meio de modos que derivam de características, recursos e linguagem do rádio. À medida que os *podcasts* continuam a ganhar popularidade no Brasil, espera-se que o formato se expanda para novos públicos e plataformas. No entanto, ainda há desafios a serem enfrentados, como a garantia de diversidade de vozes, o desenvolvimento de modelos de negócios sustentáveis e a ampliação do acesso a conteúdo de qualidade em todas as regiões do país.

Referências

Alcar. (2019). *Carta de Natal*. <https://redealcar.org/carta-de-natal/>

Almeida, H. (2022). *Padre Landell: o Brasileiro que Inventou o Wireless*. Insular.

Barbeiro, H. (2010). A História é um fluxo. *Revista da Cultura*. *Livraria Cultura*, 40.

Barbosa, M. (Org.). (2017). *Os manuscritos do Brasil – Uma rede de textos no longo século XIX*. Editora da Universidade Federal Fluminense – EDUFF.

Barthes, R. (1984). *Essais Critiques IV: Lê Bruissement de la Langue*. Essais.

Bellini, L. (2012) *Podcast: Guia Básico para Você Começar seu Programa*. Editora ABC.

Betti, J. G. & Zuculoto, V. R. M. (2021). *A história (das mulheres) do rádio no Brasil - uma proposta de revisão do relato histórico* [Trabalho apresentado em congresso]. XIII Encontro Nacional de História da Mídia. <https://redealcar.org/anais-eventos-nacionais-13o-encontro-2021/>

Bonavita Federico, M. E. (1982). *História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil*. Vozes.

Chapman, C. (2011, 14 março). A Brief history of blogging. *WDD STAFF*. <https://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging>

Costa, M. B. (2020). O que é e como funciona o streaming. *Canaltech*. <https://canaltech.com.br/Internet/o-que-e-streaming/>

De Marchi, L. (2020) Pós-streaming: um panorama da indústria fonográfica na Quarta Revolução Industrial. *Academia.Edu*. https://www.academia.edu/44283683/P%C3%B3s_streaming_um_panorama_da_ind%C3%BAstria_fonogr%C3%A1fica_na_Quarta_Revolu%C3%A7%C3%A3o_Industrial?auto=download

Ferrari, B. (2019). O Mercado de Podcasts no Brasil: Uma Análise Histórica e Prospectiva. *Jornal de Comunicação Online*, 15(3), 78-94.

Herreros, C. M. (2007). *Modelos de Radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a La interactividad*. Editorial Fragua.

Instituto Fraunhofer de Circuitos Integrados. Página História do MP3. <https://www.mp3-history.com/de/timeline.html#1>

- Kantar Ibope Media. (2023). Inside Áudio. Kantar Ibope Media. <https://kantaribobemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>
- Luiz, L. (2014). *A história do podcast*. In L. Luiz (Org.), *Reflexões sobre o podcast*. Marsupial Editora.
- Meditsch, E. (2007). *O Rádio na era da informação*. Insular
- Mann, C. (1999, 3 outubro). O Milênio MP3 – Uma nova Tecnologia pode transformar a música e a cultura. *Jornal Folha de S. Paulo, caderno Mais*.
- Ortriwano, G. S. (2003). Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. *Revista USP*, 56, 66-85.
- Prado, A. C. (2011). Os 5 primeiros blogs da internet. *Revista Super Interessante*. <https://super.abril.com.br/blog/superlistas/os-5-primeiros-blogs-da-internet>
- Rubino, L. (2006, 8 fevereiro). O que é Podcast. Cedecom. *Universidade Federal de Minas Gerais*. <https://www.ufmg.br/online/web/arquivos/003127.shtml>
- Vashishtha, Y. (2019, julho 22). Evan Williams: The Man Behind Major Startups Including Blogger, Twitter, and Medium. *YTS*. <https://www.yourtechstory.com/2019/07/22/evan-williams-man-behind-major-startups-blogger-twitter-medium/>
- Wollheim, B. (2005) *Digital Minds: A História do Primeiro Podcast Brasileiro*. Editora XYZ.

Zuculoto, V. R. M. (2012). *No ar: a história da notícia de rádio no Brasil*. Insular.

Zuculoto, V. R. M. (2018). Prefácio 1. In N. Prata, & N. Del Bianco, (Orgs.), *Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. Insular.

SABERES E CORPOS PERDIDOS NO MAR: UMA ANÁLISE HISTÓRICA A RESPEITO DO RECONHECIMENTO DA COMUNICAÇÃO E DAS TECNOLOGIAS ANCESTRAIS NEGRAS NO BRASIL

*Alan Tomaz de Andrade¹
Osvando José de Moraes²*

As literaturas que trabalham com o contexto histórico das relações entre os povos durante o processo de colonização, costumam apagar ou minimizar os quadros de violência que ocorreram neste período. Diferente do que está registrado nas primeiras iniciativas de imprensa brasileira com a produção e veiculação de jornais impressos que tratavam de assuntos de interesse da coroa portuguesa, como o tráfico de

-
1. Doutorando do PPG MiT da FAAC UNESP.
Licenciando em História e bolsista CNPQ.
alan.tomaz@unesp.br
 2. Pós Doutor em Teorias da Comunicação e Hermenêutica.
Professor da FAAC UNESP
osvando.j.morais@unesp.br

escravizados, extração e venda de minérios e relações de posse, e nos livros de história que retratam o período colonial, por uma perspectiva eurocêntrica, atribuindo ao colonizador a imagem de herói pela imposição de costumes e práticas religiosas de conversão, é preciso considerar que não houve passividade, nem mesmo o desejo de iniciar um processo de multiculturalismo entre os povos, mas sim legitimar o etnocentrismo e o epistemicídio das formas de conhecimento das populações negras que foram escravizadas.

No texto, a atenção aos termos literatura das relações étnico-raciais, primórdios da imprensa brasileira e livros de história, é estudado por meio das contribuições de Rufino (2019, p. 37), que aponta os danos da história única para compreensão da contribuição das narrativas dos subalternizados, uma vez que “essa face nos mantém dependentes do paradigma do saber eurocêntrico, nos impedindo de pensar o mundo a partir do modo em que vivemos e das epistemes que lhe são próprias”.

As ciências humanas e sociais, especificamente os campos de atuação da história e da sociologia, por meio de autores como Gevanilda Santos (2009) e Jessé Souza (2021), apontam que o primeiro instrumento de tortura e de contenção do protesto negro no período colonial, foi limitar as possibilidades de comunicação entre os escravizados. A operacionalização técnica desta estratégia, foi materializada por meio da interação entre povos com línguas e tradições diferentes, que sem possibilidades de interagir para fortalecer sua própria cultura, se tornaram alvos fáceis de doutrinação ideológica e dos valores dos colonizadores. Neste processo, saberes e corpos de pessoas negras africanas escravizadas não foram além-mar. Morreram dentro dos tumbeiros ou

até mesmo foram afogados, dando espaço para um cenário brutal de apagamento das culturas tradicionais africanas.

Quando debatemos lusofonia como possibilidade de criação de uma comunidade formada por povos e nações que compartilham um determinado elemento cultural, é preciso refletir como esse processo aconteceu e quais são suas implicações. Baseado no pensamento de (Margarido, 2000), a visão lusófona do passado, encabeçada pelo europeísmo, tem considerado a existência do outro, após o encontro do colonizador português, esquecendo o que está por trás deste processo, a invasão e o pensamento da cultura e da história única.

Diversos países com diferentes marcas étnicas e raciais fazem parte deste mundo lusófono e foram impactados por um processo de colonização, que teve como objetivo instituir a cultura comum entre os territórios colonizados. Ao observar a realidade do Brasil neste conjunto, é possível identificar marcas de processos de violência e apagamento de elementos culturais de povos originários e populações que foram escravizadas para trabalhar na construção da nação em que vivemos hoje, fazendo com que todas as contribuições de suas ancestralidades, fossem perdidas no mar durante as caravelas ou enterradas no processo de extração de recursos naturais.

Conscientes desta realidade de perversidades e fabulações³, a situação problema que sustenta a relevância do presente estudo, nasce do pensamento disruptivo de como o epistemicídio, ou seja, a morte das formas de conhecimento e auto-organização das populações negras,

3. A utilização desses termos remete-se a metodologia de compreensão da realidade concreta (perversidades, fabulações e possibilidades) desenvolvida por Santos (2000).

contribui na quebra do reconhecimento da comunicação e das tecnologias ancestrais geradas por essa população, e como esse processo desenvolvido de forma proposital, como uma política de estado, funda o pensamento do racismo estrutural da sociedade brasileira, inserindo entraves nessa comunicação além-mar.

Apresentaremos como problema de pesquisa, como a institucionalização do epistemicídio, ou seja, a morte das formas de conhecimento e auto-organização das populações negras, criam entraves no reconhecimento da comunicação e das tecnologias ancestrais da população negra brasileira na contemporaneidade, trazendo como hipótese, que um dos maiores problemas de não tratar as feridas coloniais, inclusive dentro do pensamento lusófono, é constatar até os dias atuais, elementos de violência contra pessoas negras nos ambientes midiáticos e tecnológicos, considerando que esses espaços historicamente: reforçam estereótipos; excluem as possibilidades de memória a respeito das contribuições de seus povos na criação e na manutenção da sociedade brasileira; legitima cenários de racismo, preconceito e discriminação.

Enquanto tese, apresentaremos que o epistemicídio cria uma cortina de fumaça sobre as contribuições da oralidade e das tecnologias sociais negras e apresenta como consequência, a invisibilidade da contribuição da população negra na criação do mundo lusófono.

Embora esses dispositivos coloniais sejam presentes na realidade brasileira, ainda assim podemos identificar traços de resistência para preservação da cultura e da identidade tradicional, elementos que podem ser identificados nas tecnologias sociais dos terreiros.

A justificativa do estudo, está concentrada na necessidade de se ter um olhar disruptivo e decolonial a respeito dos processos históricos

e sociológicos que estão por trás do pensamento lusófono, buscando narrativas de possibilidades e reparação histórica ao processo brutal de colonização.

Este artigo utiliza como método o materialismo histórico-dialético marxista, apresentando elementos da história e da sociologia para criar uma reflexão sobre o tema apresentado. Enquanto ferramentas metodológicas, utiliza-se da pesquisa bibliográfica e a categorização de dados que são disponibilizados por órgãos oficiais nacionais, tais como Atlas da violência, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Relatório sobre intolerância religiosa: Brasil, América Latina e Caribe 2023” produzido pela Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Propomos como objetivo geral deste estudo, analisar como o epistemicídio contribuiu para o apagamento das contribuições da população negra na construção do mundo lusófono, apresentando os elementos da tecnologia social desta população como forma de resistência à invisibilidade. Já como objetivos específicos, por meio das categorias de análise de Santos (2000): memorizar as perversidades do apagamento das formas de comunicação dos sujeitos de pesquisa dentro da realidade lusófona; descrever as fabulações criadas para sustentar a ausência de um debate sério a respeito das violências sofridas pela população negra e produzir novas epistemologias decoloniais que ofereçam possibilidades de superação do problema levantado.

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ).

Práticas culturais africanas apagadas pelo colonialismo

Após introduzir o contexto que embasa a escrita deste artigo, cabe realizar um resgate histórico com o objetivo de sustentar a tese inicial de que o intercâmbio multicultural e comunicacional trazido pela ideia de mundo lusófono não proporcionou experiências positivas e narrativas de possibilidades para todas as nações da mesma forma. Muito pelo contrário, para o conjunto de populações negras africanas, a ideia de intercâmbio cultural e valorização de suas manifestações étnicas deram lugar para o apagamento histórico e violências interseccionais.

É importante ressaltar, que a crítica trazida nesta produção acadêmica, não está no fenômeno lusófono, pois a interação, o contato e o conhecimento multicultural, são elementos fundamentais para conhecer o outro e assim, quebrar todos os estigmas e preconceitos que são construídos por séculos, mas sim, trazer uma reflexão sobre a omissão e a baixa produção de reflexões sobre as violências das quais as populações que foram escravizadas nesse período foram submetidas.

Esse tão sonhado intercâmbio entre as nações e povos que falam a língua portuguesa, tem como pano de fundo um processo brutal e violento trazido pela colonização, que é sintoma de uma série de práticas que foram responsáveis por silenciar e matar formas de conhecimento e diversidade comunicacional, principalmente as que são manifestadas pela população negra africana que foi escravizada.

É muito comum que os registros disponíveis sobre a influência da população negra africana na construção da ideia de mundo lusófono, apresente apenas os aspectos positivos deste processo, tais como a influência da cultura africana na língua (dialetos), culinária, manifestações artísticas como a música e a dança, na arquitetura, na literatura e na

oralidade, todavia, é preciso considerar quais foram as perversidades geradas para esses sujeitos, como a escravidão, a questão colonial e o racismo estrutural.

Achille Mbembe (2018, p. 175), define a colonização como um sistema que universaliza, ou seja, padroniza todas as formas de ser e de viver, com o objetivo de “introduzir os colonizados no espaço da modernidade” em busca do progresso e dos bons costumes. Ao aplicar tal ferramenta de manutenção da ordem social, esse colonialismo não moldou apenas as estruturas políticas e econômicas nos países que sofreram com a colonização, mas também suas subjetividades individuais e coletivas.

O autor ainda atribui ao processo de colonização, outros instrumentos de manutenção da hegemonia, que são vistos nas relações sociais até os dias atuais, tais como a necropolítica (responsável por instaurar uma política de morte para pessoas negras no Brasil, que é comprovada pelas contribuições teóricas de diversas autoras e autores, sendo mensurada pelo Atlas da Violência edição 2023, que apresenta os dados de homicídios contra pessoas negras no ano de 2021, em que se constata que a violência mata em média 4,4 pessoas negras por hora no país), a biopolítica (responsável por criar uma ferramenta de controle de quem pode nascer e continuar vivo no país, ideal que está assegurado pelos dados do Atlas da Violência acima mencionado), e as fronteiras de espacialidade (por meio do apartheid dessa população, que hoje se encontra organizada majoritariamente dentro das favelas e comunidades, em estados que são vítimas do descaso da política nacional brasileira, ainda segundo Atlas da Violência, estados do Norte e do Nordeste,

como Amapá e Bahia, registraram respectivamente 60,7 e 55,7 mortes de pessoas negras a cada 100 mil habitantes).

Os elementos acima são fundamentais para a reflexão de que além do fato do sequestro de diversas pessoas que foram retiradas de seus territórios para trabalhar de forma escravizada na construção do estado federativo brasileiro, esses sujeitos que foram desumanizados, expostos a uma série de procedimentos que apagaram suas formas de conhecimento e práticas culturais, além da ofensiva de criminalizar ou até mesmo matar as pessoas que tentassem resistir ao processo hegemônico monocultural.

Para Rufino (2019, p. 36), o colonialismo produziu profundas violências para a população negra africana e que são indeletáveis de suas consciências. Mesmo com a presença de grandes movimentos de resistência desses povos para o não apagamento de suas marcas culturais, ainda assim, o que prevalece neste debate são as fissuras e fraturas expostas deste período.

Esse contínuo que podemos ler nos termos do conceito de Colonialidade, é compreendido como um legado das desigualdades e injustiças produzidas pelo colonialismo europeu. Ao destacar os aspectos concernentes à linguagem e aos saberes, enfatizo a dimensão da colonialidade que recai sobre o caráter epistemológico. Essa face nos mantém dependente do paradigma do saber eurocêntrico, nos impedindo de pensar o mundo a partir do modo em que vivemos e das epistemologias que lhe são próprias. (Rufino, 2019, p. 37)

Mas afinal de contas, quais são essas outras epistemologias que foram “perdidas no mar” e desconsideradas quando falamos sobre a realidade do mundo lusófono. Quais são seus eixos mais comuns.

De que forma podemos analisar esses conceitos e pensar narrativas de possibilidade para que esse intercâmbio realmente aconteça.

Ao refletir sobre esse encaminhamento histórico, é possível detectar experiências e elementos que são trabalhados por Rufino (2019), Nogueira (2020) e Souza (2021) a respeito do epistemicídio manifestado principalmente pela quebra da oralidade e demais formas de se comunicar desses povos para se adequar ao mundo do colonizador; da intolerância religiosa sustentada pelo cristianismo como forma de valorizar uma fé e um discurso único; e o racismo enquanto pilar base da construção do estado federativo brasileiro. O que chama atenção sobre os conceitos estudados por cada pesquisador, é que além de uma discussão sobre a construção do imaginário social a respeito do tema, existem instrumentos institucionais na história do país, que sustentaram esse paradigma e que mesmo liquidados, ainda ecoam na contemporaneidade.

Ao se aprofundar no debate sobre a oralidade no processo de contato com os europeus e a ideia de colonização em sua forma mais pura, aquela que já é conhecida por todos, da invasão e da estigmatização que os colonizadores desempenharam, Rufino (2019, p. 115) apresenta o primeiro elemento que sustenta a crítica trabalhada nesta produção: o apagamento das tradições orais das populações negras africanas.

Para que o negro africano fosse um bom escravizado, era fundamental que vivessem o “mundo dos brancos”, seja na sua religião, no seu idioma e demais práticas culturais. Embora muitos países do continente africano falassem a língua portuguesa, ainda assim, é fundamental fazer uma diferenciação no caráter sintático e semântico, pois a forma como se fala ou se escreve pode ser parecida, mas o sentido por trás dela é completamente diferente, uma vez que a semântica está

relacionada com o repertório vivencial e intelectual de um sujeito e de um povo. Ao alfabetizar, catequizar e moldar uma população de maneira forçada, se assassina seus próprios elementos culturais.

Rufino (2019, p. 115), ainda pontua que a oralidade, a palavra e a tradição, são maneiras de representar a existência dos sujeitos no mundo. Para o pesquisador, a oralidade não é apenas um instrumento de comunicação, mas sim a manifestação da existência do ser, por isso, ao se pensar no mundo lusófono, sem questionar esse processo de “conversão cultural” para se adequar às narrativas hegemônicas, é uma forma de legitimar o epistemicídio.

A linguagem não é meramente um ato a ser executado, é a própria existência do ser em sua radicalidade, diversidade e imanência. Na linguagem, o ser se encarna em muitos e encarna em tantos outros, dribla, finta, ginga e desdiz. A linguagem nos permite o escape a toda forma de controle e limitações. Se Exu é o signo que fundamenta uma teoria da vida, como também é o princípio propulsor da linguagem, ele nos revela a dimensão da vida imbricada à arte, ao conhecimento e à infinitude. (Rufino, 2019, p. 115)

Como é possível perceber pelas contribuições de Rufino (2019) a respeito da oralidade e quais são as consequências deste apagamento para manifestações culturais tradicionais dos povos, a questão das religiões negras africanas estão intrinsecamente ligadas com a ideia da oralidade, se adequando como segundo aspecto que foi perdido no mar em busca da construção do mundo lusófono.

Na história do Brasil, o sincretismo religioso, foi um instrumento utilizado pelos negros para conseguir louvar seu sagrado sem a perseguição e até mesmo a morte, se adequando como mais uma ferramenta

de apagamento das identidades tradicionais e conseqüentemente de epistemicídio.

É evidente, que não se pode atribuir apenas uma carga negativa ao conceito central de sincretismo religioso, pois foi por conta deste fenômeno, que temos o surgimento de manifestações religiosas originalmente brasileiras como a Umbanda Santa e Sagrada e a Jurema Sagrada, onde na primeira, temos o hibridismo do culto aos Orixás⁴ trazidos pelos povos africanos, das forças dos caboclos das florestas trazidos pelos povos originários, das energias trabalhadas pelos povos do sertão e do mar, com os baianos, boiadeiros e marinheiros, dos povos do oriente com a linha dos ciganos e da fé católica por meio da louvação a Jesus Cristo e aos demais santos, e na segunda, o culto às forças das matas, seus encantados e em alguns casos, a louvação aos Orixás africanos.

Aqui, a crítica é direcionada ao fato de se ter uma fé apresentada como universal e praticável, enquanto se condena as manifestações religiosas do outro. Nogueira (2020, p. 37) em sua pesquisa para obra “Intolerância Religiosa”, destaca que a instrução oferecida para os comandantes das caravelas, é que um projeto de colonização só é bem-sucedido quando se converte “todos os povos por intermédio da catequese e do ensino da leitura e da escrita em português”.

Ou seja, o primeiro contato desse “intercambio multicultural” entre os povos, estava sustentado pelo projeto histórico de lei-rei-fé, onde se instaurava:

A lei de Portugal, ao rei de Portugal e à fé- religião católica apostólica romana. Desde então, o que vemos é o apagamento

4. Representação das forças da natureza no culto dos negros africanos.

e o silenciamento das crenças originárias e, mais adiante, das crenças de origem africana, crenças não eurocêntricas. (Nogueira, 2020, p. 37)

Por meio desses instrumentos de ordem institucional desde o processo de colonização das terras brasileiras e outros territórios, da mesma forma que a oralidade foi brutalmente atacada em busca da adoção de uma padronização das manifestações étnicas para garantir o sucesso da colonização, por meio do movimento “lei-rei-fé” inúmeros elementos das manifestações religiosas negras africanas foram perdidos e apagados.

Como consequência desta operacionalização, temos duas decorrências centrais para as populações afetadas, a primeira está associada em sua própria compreensão enquanto sujeito, já que suas manifestações tradicionais foram descartadas, e em um segundo momento, para justificar os ataques que aconteciam no processo de colonização e até hoje são presentes, onde a cada ano cresce o número da violência contra pessoas de religiões de matrizes africanas⁵, afro-brasileiras⁶ e brasileiras⁷, que são violentadas de forma direta, por meio da agressão física, e tem a integridade dos seus templos, chamados de “terreiros” ameaçadas pela prática da intolerância religiosa.

Debater o mundo lusófono, é também compreender as influências da hegemonia europeia em todo esse processo, e desenvolver narrativas de possibilidade para o combate a esse tipo de violência. De acordo

5. Culto aos Orixás africanos.

6. Culto aos Orixás africanos e entidades espirituais.

7. Culto aos Orixás africanos, entidades espirituais de diversas linhas (Pretos Velhos, Caboclos, Baianos, Boiadeiros, Marinheiros, Crianças e Povos do Orienta) e aos guardiões (Exus, Pombo Giras e Exus Mirins).

com o “II Relatório sobre intolerância religiosa: Brasil, América Latina e Caribe 2023” produzido pela Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)- que apresenta os dados de intolerância religiosa no Brasil, em 2023 foram registrados pelo “Disque 100”, 47 denúncias de violações a liberdade religiosa, onde as religiões de matriz africana ocupam o percentual de 91,47%. Entre as principais causas, encontram-se a injúria e ameaça (10,64%), injúria religiosa a pessoas (10,64%) e a vandalização de templos (10,64%).

Com o objetivo de fechar a discussão inicial desta produção, cabe reforçar que o fenômeno do sufocamento da oralidade e do apagamento das manifestações religiosas das populações negras africanas, não acontece como um acaso⁸, mas são operacionalizações de um projeto político de construção de estado, conhecido por todos os brasileiros: o racismo.

É em Souza (2021) que se inicia uma compreensão contemporânea de como o racismo criou o Brasil e esse elemento está impregnado em todas as estruturas desta sociedade. É inegável que outros autores que também são referência neste debate, alguns já citados neste documento, como Achille Mbembe, adicionando outras referências importantes como Almeida (2019), Akotirene (2019), Ribeiro (2019) e tantos outros, já trabalhavam perspectivas que são extremamente válidas para a compreensão das opressões, todavia, aqui se utiliza das reflexões de Souza (2021) considerando seu debate sobre a cordialidade que se trata o racismo em território brasileiro, oferecendo a ele uma absorção de todas as suas consequências na construção das nações, principalmente da América Latina.

8. Ou seja, não são sintomas do desenvolvimento natural das sociedades, mas atos intencionais para manutenção do discurso hegemônico.

A oralidade que é atacada, inferiorizada, vista na perspectiva recreativa, é a negra. As manifestações religiosas que são demonizadas⁹, atacadas, invisibilizadas e invalidadas, são as que são professadas por pessoas negras. Ao realizar uma análise crítica sobre esses fatos, é possível identificar o racismo como elemento fundamental para que inclusive na ideia de mundo lusófono, ainda exista violências instituídas para algumas populações. Já que devemos pensar o racismo como:

Sistema que vem beneficiando economicamente por toda história a população branca, ao passo que a negra, tratada como mercadoria, não tivesse acesso a direitos básicos e à distribuição de riquezas. (Ribeiro, 2019, p. 09)

Enquanto “riquezas”, que foram saqueadas pela estrutura social racista, é possível atribuir uma infinidade de interpretações, no caso da presente produção, atribui-se o sentido daquilo que é intangível para as populações violentadas, dentro do debate sobre o intercâmbio cultural e comunicacional no mundo lusófono, que é a garantia, o respeito e a valorização de suas formas de vida.

Neste sentido, torna-se necessário avançar no debate, agora trabalhando de maneira mais aprofundada as manifestações religiosas como tecnologia ancestral de preservação dos saberes e da comunicação entre os povos.

9. Discurso que associa as manifestações religiosas não cristãs ao demônio cristão, que desde o período colonial é utilizado para converter ou violentar pessoas de religiões não cristãs

A tecnologia social do terreiro como fonte de resgate do que foi perdido no mar

Conforme mencionado no texto de introdução, o problema de pesquisa apresentado para escrita deste artigo, está relacionado ao epistemicídio como instrumento de invisibilização das contribuições da população negra na construção do mundo lusófono.

É evidente, que no imaginário do que vem a ser lusofonia, não existe valorização cultural de uma determinada cultura em relação à outra. Todavia, como por trás deste cenário, existe um contexto histórico colonialista protagonizado especificamente pela cultura portuguesa, entende-se que isso desenvolve uma relação de protagonismo entre as outras, fator que pode ser historicamente justificado pela influência política, econômica histórica, artística e tecnológica de Portugal em relação aos países colonizados.

Ao constatar esse cenário, cria-se a hipótese de que não tratar as feridas coloniais geradas por essa relação de poder, gera desigualdade no reconhecimento da existência e da contribuição comunicacional e tecnológica da população negra dentro da relação lusófona. Ou seja, valoriza-se as vozes dos hegemônicos e desconsidera-se os avanços trazidos pelos povos que foram oprimidos.

Embora grande parte dos elementos étnicos da população negra tenha se perdido nas caravelas, ainda assim é possível mensurar formas de organização social que foram fundamentais para construção da cultura lusófona. Não só da tecnologia marítima, arquitetônica, linguística e científica de Portugal, se funda o pensamento lusófono, mas também das tecnologias das plantas, das relações sociais e da ancestralidade do povo negro.

A população de pessoas negras escravizadas e sua organização social dentro dos quilombos e terreiros, apresentam modelos importantes de coesão social, resistência e conscientização contra violências, bem-estar psicológico entre os povos e formas alternativas de organização comunitária.

Por meio da oralidade e das tradições que são passadas de geração para geração, a população negra encontra dentro dos terreiros, uma forma alternativa de resgate a tudo que foi desconsiderado na história da realidade lusófona e por esse motivo, nomeiam essa forma de organização como tecnologias sociais de resistência e reconhecimento.

A potencialidade desta organização enquanto instrumento de reivindicações de direitos de reconhecimento para população negra era tão forte, que durante o período colonial e até pouco tempo atrás, uma série de leis e decretos foram criados com o objetivo de limitar a liberdade religiosa de negros africanos escravizados e das etnias indígenas brasileiras. Esses instrumentos institucionais, tinham como objetivo proibir as práticas religiosas não cristãs, pois segundo a coroa portuguesa por meio das autoridades imperiais, esse tipo de organização representava uma ameaça ao sistema escravista e à ordem social estabelecida, justamente por sua potência enquanto resistência cultural e preservação da identidade étnica.

Para Nogueira (2020, p. 67), o que sustenta o discurso da não valorização e do apagamento das contribuições dos terreiros enquanto ferramenta de tecnologia social para construção das sociedades, é uma violência simbólica utilizada para manutenção do poder, e isso nos distancia de uma visão mais ampla sobre a importância do multiculturalismo, inclusive dentro da realidade lusófona:

Até aqui está posto quanto a negação da existência do outro por meio do apagamento de sua cultura e crenças religiosas possui uma estreita relação com um projeto de poder relacionado a um proselitismo eleitoral. Não se pode negar que os ataques direcionados à questão religiosa, no bojo das relações sociais, começam e são reforçados por meio de um discurso legitimado pelo poder e por poderosos. (Nogueira, 2020, p. 67)

A partir daqui se estabelecem quais são os elementos preservados por esse espaço do terreiro, que amedronta tanto as ordens sociais hegemônicas e que justificaram a perseguição das manifestações religiosas de terreiro, em especial o Candomblé, a Umbanda, a Jurema Sagrada e a Quimbanda, até a institucionalização da Constituição Federal de 1888, que garante a liberdade religiosa como um direito fundamental e proíbe qualquer forma de discriminação religiosa.

O primeiro elemento que será trabalhado, é a capacidade que os terreiros têm de preservar as tradições dos povos. Diferente do discurso hegemônico reproduzido tanto no campo da educação como também nos ambientes midiáticos e tecnológicos, os terreiros não são apenas um local para prática religiosa, mas sim um instrumento que mantém vivos os conhecimentos das plantas, dos territórios, dos rituais, dos mitos e demais práticas que foram trazidas do continente africano pelos escravizados. Esses elementos são ciência e tecnologias ancestrais. A respeito desta potência de observar o terreiro enquanto um arranjo produtivo local de cultura subalterna, Rufino (2019, p. 101) reflete que:

Para pensarmos a noção de terreiro para além do que está compreendido como espaço físico, precisamos nos orientar pelas perspectivas emergentes das práticas. Assim, lancemos as noções assentes na ciência encantada das macumbas. Essa possibilidade assentes em outras gramáticas compreendem uma

série de lógicas de sentir, fazer, pensar, inventar e encantar o mundo que estão presentes no corpus das performances da afro-diáspora, sabedorias de frestas muitas vezes não alcançadas pela intransigência do modo de racionalidade dominante. (Rufino, 2019, p. 101)

Entre esses elementos do terreiro trazidos por Rufino (2019) como fundamentais para preservação e valorização encontra-se os rituais e cerimônias (que preservam as formas como as populações negras africanas se relacionavam desde antes do período da colonização e apresentam aspectos das sociedades primitivas); Cantos e músicas (dentro do terreiro, são chamados de pontos cantados, essas músicas e cantos na maioria das vezes são histórias de vida dos Orixás, entidades espirituais e guardiões em suas passagens na terra); Danças e movimentos corporais (em suas manifestações, apresentam características físicas e formas de relacionamento característico dos povos negros africanos, que ao passar pela colonização foram perdidos); Vestimentas e adornos (que preservam a estética dessa população, que durante a colonização foram obrigadas a utilizar o padrão de vestimenta do colonizador sobre a acusação de hábitos profano); Alimentação e oferendas (Fazem um resgate aos hábitos alimentares tradicionais desses povos, que também se perderam durante o processo de colonização).

Ao reforçar esses cinco elementos mais comuns quando se pensa no terreiro como instrumento de preservação das tradições, é possível realizar um resgate do passado e compreender muito do presente, pois muitos desses elementos encontram-se vivos inclusive fora dos terreiros, mas foram apropriados pela hegemonia e tiveram suas origens apagadas pois se desconsidera todo caráter positivo da cultura dos subalternizados.

O segundo elemento trabalhado, é o resgate da identidade e da cultura dos povos colonizados. Os terreiros têm a capacidade de oferecer uma alternativa à cultura dominante que é marcada pelo eurocentrismo, valorizando e celebrando a herança africana, trazendo pertencimento entre os povos que tiveram suas contribuições culturais invisibilizadas.

Mesmo considerando a perversidade de toda documentação referente a população negra africana escravizada ser queimada para tentar apagar as marcas do período escravocrata, ação desenvolvida em dezembro de 1890 pelo então Ministro da Fazenda da República Ruy Barbosa, ainda assim, esses territórios mantem o resgate da identidade e da cultura de seus povos.

O terceiro e último aspecto discutido, é a capacidade de reconstrução dos vínculos comunitários entre as pessoas. A ordem do sistema capitalista e suas outras facetas como o neoliberalismo, é a institucionalização do individualismo, relação em que se deixa de lado a capacidade de organização social, e investe-se na figura do ser humano interessado no acúmulo de capitais, recursos e propriedades.

Dentro do espaço do terreiro, existe uma organização coletiva estruturada, onde todos possuem uma função e o resultado do trabalho de cada integrante e seus cargos, são compartilhados tanto energeticamente durante as atividades religiosas, como também material em festividades onde se compartilha o alimento.

Esse tipo de organização que nasce nos terreiros, é uma tecnologia social de sobrevivência extremamente importante, principalmente considerando os impactos ambientais que a produção industrial de escala do mundo globalizado proporciona, além do individualismo por meio do acúmulo e da política de fome que é gerada pelo sistema capitalista.

Como se pode observar ao recorrer aos elementos históricos das contribuições dos terreiros como tecnologia social ancestral das populações escravizadas, preservar e valorizar os elementos culturais dos povos, é uma forma de garantir a condição de humanizado desses sujeitos.

O pensamento lusófono deve considerar esses elementos, para caminhar rumo a transformação social e a reparação histórica de todo cenário brutal e de violência que foram impostos à população negra. Antes mesmo de reforçar que neste pensamento, não existem diferenças ou ideal de superioridade de uma cultura sobre a outra, torna-se necessário deixar de lado as literaturas coloniais e investir nas vozes decoloniais que apresentam dados e outras evidências de que o ideal de igualdade entre todas as nações não está plenamente concretizado.

Cabe agora, uma terceira reflexão, a respeito das técnicas de resistência e preservação das contribuições dessa população, para que possamos falar em comunicação e tecnologias além-mar. É importante destacar, que a resistência e a preservação, historicamente foram vistas, inclusive sob a ótica do colonizador, como criminosos, por atentar contra a moral e os bons costumes, todavia, é por meio dos movimentos de resistência desses povos, que inicia-se um processo de práticas para garantir a preservação e a valorização dos elementos culturais das populações que foram subalternizadas e que compõe o universo lusófono.

Resistência e preservação dos povos negros na realidade lusófona

Compreender o terreiro enquanto uma ferramenta de tecnologia social ancestral de resgate a cultura, comunicação e tecnologia da

população negra, é uma materialização da resistência e da preservação de tudo aquilo que foi perdido dentro e fora do mar.

Como descrito na sessão anterior, esses espaços não eram apenas templos sagrados como na perspectiva do catolicismo, mas sim um sistema de auto-organização para lutar e resistir à ofensiva colonialista, carregando em suas estruturas, técnicas elaboradas de resistência e resgate de suas próprias identidades.

Quando refletimos sobre o conceito de resistência à escravidão, nosso primeiro desafio está na quebra do discurso da história única, que durante séculos nos ensinou que retirar pessoas de seus territórios era um ato de benevolência, já que o colonizador oferecia trabalho, moradia, alimentação, conversão religiosa e a possibilidade de civilidade.

O apagamento de alguns fatos históricos da memória e da história foi uma das consequências desse mito. Alguns livros didáticos, por exemplo, até hoje divulgam a ideia de que a escravidão era comum no continente africano e, por isso, os negros se adaptaram ao trabalho forçado no Brasil. Outra distorção histórica é a suposta benevolência da escravidão comparada com o controle e a fiscalização do trabalho forçado norte-americano. (Santos, 2009, pp. 54-55)

Dentro da realidade lusófona, como apresentado em outros momentos deste texto, Portugal se aproveitou desta ferramenta de perversidade para a dominação de outros territórios e nações. O que está posto como crítica deste fenômeno, são os impactos que a história única contada sobre a escravidão pode causar na consolidação da população negra enquanto seres sociais, já que para Adichie (2010, p. 27) a história única, contada pela perspectiva do colonizador, tem como consequência

“roubar a dignidade das pessoas, o reconhecimento de suas humanidades e enfatizar como somos diferentes e não parecidos”.

O conceito de história única é trabalhado junto da reflexão sobre as táticas de resistência à escravidão, justamente pela ideia defendida por muitos autores da passividade das populações negras e indígenas, de se submeter a escravidão, como se essa fosse “a única forma desses sujeitos existirem” Pinsky (2010, p. 30), fator que é considerado uma fabulação, pois esses povos resistiram fortemente ao sequestro e ao trabalho escravo.

A propósito, é importante tentar avaliar bem a situação do negro, antes de se acusá-lo de amorfo e submisso. Retirado do seu habitat, de sua organização social, do seu mundo, é natural que estivesse atemorizado diante de uma nova condição que, ao menos de início, nem chegava a compreender devidamente. Sem conseguir definir seu espaço social, sentia-se nivelado pelos captores aos demais cativos, oriundos de outras tribos, praticantes de outras religiões, conhecedores de outras línguas, vindos de outra realidade. Nem por isso, ele se identificava com outros cativos: sentia-se solto, perdido, sem raízes. Não entendia bem sua situação, reagindo com estupor e inércia às ordens. (Pinsky, 1939, p. 30)

Desde o primeiro contato do colonizador com as populações negras, houve resistência contra a iniciativa escravista, ou seja, esses sujeitos submetidos à escravização, trazidos para colônias lusófonas como Brasil, Angola, Moçambique, Cabo Verde não se renderam ao sistema imposto, e por meio das rebeliões, das fugas, do suicídio e das formações de quilombos, se organizavam para resistir contra o sequestro e o trabalho escravista, principalmente por acreditar que perder a

liberdade e sair de seus territórios, abandonando sua ancestralidade, era uma forma de morte.

O objetivo do escravo em sua fuga era a liberdade. Ao sistema cabia evitar que isso ocorresse. E é claro que o escravo não fugia apenas porque e quando era submetido a maus-tratos. Rebelava-se contra sua condição de escravo. (Pinsky, 2010, p. 100)

Após resistir ao sistema escravista por meio das fugas e das revoltas, esses sujeitos se organizavam em coletividade, e dentro deste espaço, inicia-se um projeto de resgate e preservação dos elementos culturais dessas populações por meio de suas tecnologias sociais. Essa organização é nomeada como quilombo, e pode ser compreendida por Pinsky (1939, p. 99) como “um foco de negros livres numa sociedade que se baseava em relações sociais de caráter escravista”.

Dentro dos quilombos, a reafirmação das identidades negras e das tecnologias sociais são constantes. É possível observar elementos de preservação cultural dentro desses espaços por meio da agroecologia, já que muitos quilombos desenvolveram práticas agrícolas sustentáveis utilizando as táticas tradicionais de cultivo que carregavam de África; Sistemas de gestão comunitária, onde a tomada de decisão e a organização política desses territórios era realizada de forma comunitária; Saberes tradicionais, já que o conhecimento das ervas, técnicas de construção, artesanato e a música era passado de geração para geração pelos anciões; e pela educação comunitária, que valorizava o ensino e a preservação de sua cultura e história, preparando os educandos para a vida em comunidade dentro dos quilombos.

É importante considerar a contribuição dos espaços dos terreiros e dos quilombos, como uma forma de preservar a ancestralidade, resgatar as epistemologias perdidas no mar e criar visões de mundo por uma perspectiva afro centrada, que seja capaz de reivindicar esse lugar de protagonismo dentro do mundo lusófono.

Todavia, o que se assiste hoje, no Brasil e no mundo, é a destruição desses territórios e a estigmatização de suas populações, colocando a ancestralidade em uma encruzilhada com o progresso tecnológico e mercantilista, especialmente na questão das terras.

Assim como a realidade de violência vivida pelas comunidades de terreiro, as populações remanescentes de quilombo também são vítimas da violência de estado e de mercado, e mesmo que os espíritos de resistência de seus ancestrais estejam presentes em suas construções enquanto sujeitos, ainda assim, é difícil conter a ofensiva desenfreada.

Segundo dados da Coordenação Nacional de Articulação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas (Conaq), em 15 anos, 70 quilombolas foram assassinados no Brasil e entre os anos de 2018 e 2022, o número é de 32 pessoas mortas por conflitos de terras ou por reivindicação de direitos humanos básicos, esse cenário comprova que ainda temos feridas coloniais que não foram tratadas, e estamos muito longe de uma construção lusófona onde todos temos a garantia e respeito às diversidades étnicas e raciais, já que a violência é reflexo da colonização portuguesa.

Conclusão

Compreender as implicações do passado, é uma das maiores ferramentas para desenvolver competências técnicas para avaliar o

presente e construir o futuro. Dentro do escopo desenvolvido na discussão do artigo, buscou-se apresentar elementos históricos que mensuram as dificuldades de a população negra ter visibilidade e respeito de suas manifestações étnicas dentro da realidade lusófona.

Entendemos por meio da pesquisa desenvolvida, que a ausência de um debate direcionado para questões interseccionais dos povos, acaba reforçando o estigma do mito da democracia racial, que é responsável por nos fazer acreditar que independente do marcador étnico e racial, todos tiveram as mesmas experiências e valorização dentro do mundo lusófono, tese que é derrubada quando recorremos a historiografia brasileira e a análise e interpretação de dados, que apresenta quais são as implicações que estão relacionadas com a participação da população negra na sociedade.

Embora ainda existam marcas da violência contra essas populações, hoje nem tanto de forma explícita e direta como antigamente, no período colonial com o epistemicídio e o apagamento histórico das contribuições da população negra, é importante destacar e valorizar as tecnologias sociais ancestrais desenvolvidas por essas populações, que são determinantes para construção do cidadão brasileiro, elementos que são desconsiderados, uma vez que a episteme e a tecnologia dos oprimidos é considerada como primitiva, mas ainda assim, é apropriada pela branquitude, ganha nova roupagem, sendo vendida como algo hegemônico e sofisticado.

Pensar no intercâmbio cultural e no amplo conhecimento da diversidade contida entre os povos que constituem a realidade lusófona, é uma grande narrativa de possibilidade, uma vez que o racismo, preconceito e discriminação, e o estigma que é produzido com essas

violências, só podem ser quebrados quando compreendemos e respeitamos a realidade e o universo do outro, não apenas no campo do discurso, mas também nas técnicas de enfrentamento para garantia da preservação das identidades tradicionais.

Espera-se que este artigo, seja recepcionado e interpretado como uma forma de questionar a narrativa da história única contada pelos colonizadores, deixando de lado os estereótipos ligados às contribuições da população negra para construção da realidade lusófona, sendo uma alternativa de direcionamento de estudos decoloniais nesta perspectiva tão importante.

Cabe destacar, que a única forma de fazer com que as sabedorias e a valorização desses povos no desenvolvimento epistemológico da pauta dentro da lusofonia, só é possível quando se dá voz e se direciona o olhar para a realidade das populações que são subalternizadas.

Referências

Adichie, C. N. (2019). *O perigo de uma história única*. Companhia das Letras.

Almeida, S. (2019). *Racismo estrutural*. Pólen.

Akotirene, C. (2019). *Interseccionalidade*. Sueli Carneiro; Polén.

Coordenação Nacional de Articulação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas (CONAQ). (2023). *Racismo e Violência contra Quilombos no Brasil - 2018 - 2022*. <https://conaq.org.br/wp-content/uploads/2023/11/Ficha-web-Racismo-e-Violencia-Portugues.pdf>

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) & Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP). (2023). *Atlas da Violência 2023*. <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/publicacoes>

Margarido, A. (2000). *A lusofonia e os lusófonos: novos mitos portugueses*. Edições Universitárias Lusófonas.

Mbembe, A. (2017). *Crítica da Razão Negra*. Antígona.

Mbembe, A. (2018). *Necropolítica: biopoder, soberania, estado de exceção, política da morte* (R. Santini, Trad.). N-1 edições.

Nogueira, S. (2020). *Intolerância Religiosa*. Sueli Carneiro; Jandaíra.

Pinsky, J. (2010). *A escravidão no Brasil* (21a ed.). Contexto.

Ribeiro, D. (2019). *Pequeno Manual Antirracista*. Companhia das Letras.

Rufino, L. (2019). *Pedagogia da Encruzilhada*. Editora Mórula.

Santos, C. A. I. dos, Dias, B. B., & Santos, L. C. I. dos. (2023). *II Relatório sobre Intolerância Religiosa: Brasil, América Latina e Caribe*. RCEAP. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384250>

Santos, G. (2009). *Relações raciais e desigualdades no Brasil*. Selo Negro.

Souza, J. (2021). *Como o Racismo Criou o Brasil*. Editora Estação Brasil

\Maria Cristina Gobbi¹

Esta pesquisa objetiva analisar a presença das mulheres nas indicações bibliográficas dos planos de ensino das disciplinas ofertadas em programas de pós-graduação em Comunicação, destacando as autoras latino-americanas. Nesta etapa, direciona o olhar para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP), centrando-se no quadriênio (2021 a 2024).

O estudo é parte de um projeto mais amplo, que vem sendo realizado pelo grupo de pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA), registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Nesta quarta fase, busca-se aprofundar as discussões e as reflexões teórico-conceituais realizadas sobre a presença feminina no cânone dos estudos em comunicação no âmbito da América Latina.

A pesquisa revela os pré-supostos do discurso, mas também referencia o fazer produzido, onde atores encenam suas práticas ‘individuais’ calcadas em uma autonomia relativa, mas que não estão

1. Bolsista de Produtividade do CNPq. Pesquisadora Livre-Docente. Bolsista Fapesp (Processo 2022/08397-6). Professora Associada da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. cristina.gobbi@unesp.br

dissociadas das condições concretas de desenvolvimento daquilo que se está empreendo. As expertises para abordar o objeto e a forma dada a ele são desenhadas na natureza das escolhas e do conhecimento acumulado. Estas determinam o ponto de partida, a trajetória e definem o objetivo para a tomada de decisão.

Deste modo, inserida no contexto das inquietudes pessoais, as experiências resultantes da ação transformadora (ensino e pesquisa) pode possibilitar a construção de ‘outros’ conhecimentos, superando a fragmentação dos saberes. Neste conjunto, a sistematização da produção comunicativa do PPGCom da FAAC permitiu conhecer o mosaico comunicativo-cultural, abarcando as singularidades midiático-culturais que tem nutrido o PPGCom, evidenciando as escolhas pessoais dos pesquisadores e compreendendo parte da formação dos pós-graduandos, integrada com as linhas de pesquisa do Programa de Pós-graduação. As análises possibilitaram reconhecer os processos culturais inerentes aos processos midiáticos e a presença da mulher nesse espaço de conhecimento, considerando a amplitude latino-americana.

A produção comunicacional da e na América Latina se manifesta por meio de tradições acadêmicas e em uma perspectiva teórica com base no conhecimento comunicacional oriundo, em grande parte, do Norte Global, em especial nas tradições europeias. Muitas vezes tem como foco as práticas e as experiências individuais protagonizadas, em sua grande maioria, por produções de pesquisadores homens. Para os cenários múltiplos dos estudos comunicativos devemos levar em consideração características estruturais, sociais, político-culturais, de gênero e suas interseccionalidades, tão diferentes quando analisamos a região

latino-americana, que carregada de múltiplas culturas tão desiguais, são reconhecidas e representativas para os diversos países que a integra.

Assim sendo, a investigação de caráter exploratório pretendeu, a partir de um complexo metodológico interligado pela investigação bibliográfica e a análise qualitativa sistematizar, analisar e focalizar as contribuições das mulheres para os estudos comunicativos latino-americanos no âmbito da FAAC-UNESP, mais especificamente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, a partir da bibliografia indicada nas disciplinas ministradas no quadriênio 2021 a 2024, além de evidenciar a presença das mulheres no PPGCom.

Espera-se ter conseguido obter, com a conclusão desta etapa, elementos para o desenvolvimento de outros olhares para os estudos em comunicação, contidos nas indicações bibliográficas de mulheres dos documentos analisados. Do mesmo modo, considerando os contornos sócio-culturais múltiplos, expressar mudanças capazes de colaborar no cumprimento da Agenda 2030, em especial com referência aos objetivos 4 e 5, que contemplam a Educação Inclusiva e de qualidade; Igualdade de Gênero e Empoderamento Feminino. Igualmente, apontar possíveis mudanças para além do período analisado, evidenciando os desafios, identificando as tendências e destacando os avanços, além de apresentar indicadores que possibilitem outras miradas nas referências indicadas pelos docentes do PPG. Para permitir essa assertiva, o texto vai traçar um breve cenário do PPGCom da UNESP, destacando suas áreas de atuação e trazendo dados sobre as disciplinas analisadas no último quadriênio (2021-2024).

Breve perfil do PPGCom da Unesp

A Universidade Estadual Paulista é uma das mais importantes universidades públicas do Brasil, com atuação destaca no ensino, na pesquisa e na extensão. Mantida pelo governo do estado de São Paulo, é uma das três universidades públicas de ensino gratuito, ao lado da USP (Universidade de São Paulo) e da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas). Criada em 1976, a UNESP congrega 34 unidades, cobrindo 22 cidades do interior paulista, uma na capital e uma em São Vicente, litoral Paulista.

De acordo com os dados disponibilizados no portal da Instituição, conta com mais de 3000 docentes e 6000 servidores técnico-administrativos, Oferece 136 cursos de graduação, com 186 opções de entrada pelo vestibular, e forma, por ano, mais de 5.000 novos profissionais. Na graduação têm, aproximadamente, 39 mil alunos e na pós-graduação, cerca de 14 mil mestrandos e doutorandos estão matriculados em mais de 150 programas de pós-graduação.

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da unidade do Câmpus de Bauru, está vinculado a FAAC, que abriga cinco programas de pós-graduação stricto sensu e três programas lato sensu. O curso de Mestrado foi recomendado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) - que é uma fundação vinculada ao Ministério da Educação (MEC), responsável pela aprovação e avaliação dos PPGs no país -, em julho de 2002 e o curso de Doutorado recebeu a recomendação em dezembro de 2013, funcionando desde setembro de 2014. Foi avaliado no último quadriênio com nota cinco pela Capes.

Organizado em uma área de concentração - Comunicação Midiática - com enfoque inter e transdisciplinar, abriga três linhas: (1) Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais, (2) Produção de

sentido na comunicação midiática e (3) Gestão e Políticas da Informação e da Comunicação Midiática. A sua organização evidencia dimensões socioculturais, na perspectiva da análise da produção (produtos), formas e conteúdos, discursos, linguagens, política, fluxos e a gestão da comunicação.

A atual estrutura abriga disciplinas em quatro módulos, a saber:

Disciplinas Básicas: Estudos avançados em teorias da comunicação - módulos I e II; Metodologia da pesquisa em comunicação (mestrado e doutorado); Teorias da comunicação; Teoria e prática da docência e produção científica no ensino superior. *Linha 1: Processos midiáticos e práticas socioculturais* - Mídia, cultura e sociedade; Representações midiáticas e práticas sociais; Direito à comunicação: dimensões sociais e políticas no Brasil; Matrizes comunicacionais latino-americanas; Violência e comunicação para paz; O jornalismo na contemporaneidade: mudanças estruturais e desafios; História e comunicação no mundo contemporâneo; Gênero, Sexualidade e mídia; Diversidade, Narrativas midiáticas e Cultura pop; Comunicação para Cultura de Paz e Interculturalidade e Trabalho, identidade profissional e as (re)configurações das práticas jornalísticas. *Linha 2: Produção de sentido na comunicação midiática* - Narrativas audiovisuais nas mídias digitais; Adaptações literárias para os meios audiovisuais: cinema e televisão; Comunicação e hermenêutica: fundamentos para novas propostas teóricas; Crítica cultural e crítica da mídia: conceitos e métodos; Cultura midiaticizada, experiência estética e mediações culturais; Televisão, vinheta e a construção da identidade de marca; Comunicação, consumo e linguagem; Poéticas documentais; Poéticas fotográficas; Linguagem cinematográfica: etapas de evolução e procedimentos analíticos; Esporte, comunicação

e cultura: conceitos e mediações; Análise do discurso de linha francesa e discursos midiáticos: algumas abordagens de fatos contemporâneos; Polifonia, (des)informação e Pós-verdade na Sociedade Midiatizada. *Linha 3: Gestão e políticas da informação e da comunicação midiática* - Políticas de comunicação; Comunicação, sociedade e política; Mídia e indústrias criativas; Comunicação na era digital: interfaces para a gestão do conhecimento e a inovação; Media literacy e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão; Comunicação estratégica em contexto organizacional midiaticado; Comunicação, Cidadania e Movimentos Sociais; Crítica de mídia; Comunicação Organizacional: instâncias estratégica, relacional e midiática e Estudos sobre Comunicação e Cultura de Povos Tradicionais.

Além das disciplinas básicas e as ofertadas por linha de pesquisa, há o oferecimento das Disciplinas Instrumentais e Transversais, que são proporcionadas no âmbito da Universidade para todos os programas de pós-graduação.

O quadro de docentes do programa é integrado por: 16 docentes permanentes e 5 docentes colaboradores, ocorrendo certo descompasso na distribuição entre as três linhas de pesquisa, detalhado nos próximos itens.

Assim, após o breve cenário do PPG, caminhamos para as análises a partir dos dados coletados, considerando o espaço disponibilizado para este texto.

Presença da mulher no PPG

A produção comunicacional latino-americana vem despertando interesse de muitos pesquisadores. Desde a década de 1970, vários

estudos têm buscando revisar e sistematizar a produção científica na área da Comunicação. Isso se deveu, principalmente, ao aparecimento de novos espaços de pesquisa da comunicação nas universidades, fortalecidos pelos programas de pós-graduação.

Considerando os estudos recentes que venho realizando (Gobbi, 2023) é possível afirmar que há certa conformidade entre as estudiosas/os da área da comunicação a respeito da escassez de fontes bibliográficas e de referências teórico-conceituais produzidos por mulheres ou que examinem a sua produção e/ou que tenham as mulheres como foco (sujeito) de estudos. Em quase 3 séculos, na América Latina, a mulher vem buscando o (re)conhecimento de sua produção na área, inicialmente na mídia impressa e após, com a chegada de outros suportes, como: fotografia, cinema, televisão, rádio e mais recentes na online. A presença feminina no cinema, por exemplo, tem reforçado os papéis de gênero, social, político, históricos e economicamente construídos. Sendo gênero, de fato, algo performativo.

Zahidé Lupinacci Muzart por meio do trabalho realizado frente a Editora Mulheres (Fundada em 1995 pelas professoras Zahidé Lupinacci Muzart, Elvira Sponholz e Susana Bornéo Funck), evidencia que esta invisibilização não é atual. Além de pouco estudada e significativamente fragmentada, as produções das mulheres na área da Comunicação estão diluídas em temas e/ou períodos específicos. Como ela mesma afirma,

me dei conta do quanto ainda elas foram e são ignoradas e subestimadas, pois o número de mulheres no século XIX que escreveram, tanto em periódicos como em livros, é enorme e seu campo de atuação, também muito amplo: habitaram diversas regiões no Brasil, pertenceram a mais de uma classe social, da mais alta à bem pobre, foram brancas arianas ou negras africanas...

de modo que, para falar dessa recuperação da memória das mulheres na imprensa do século XIX, seria obrigada a fazer um grande recorte e a me restringir a uma região ou a uma cidade, ou a um periódico e mais ainda a um tempo determinado. (Muzart, 2003, p. 225)

Para a professora, somente a partir dos anos de 1940 que algumas mudanças começaram a ser notadas, como a formação de diversos coletivos feministas, denúncias de violência, e nas ampliações das pautas, incluindo alguns temas tabus, como sexualidade, formas de opressão, condição feminina, mulher como sujeito, a luta e a participação política, as discussões sobre raça e classe social, entre outras pendências. Nesses espaços de produção podem ser incluídas Rose Marie Muraro, que em parceria com outras mulheres funda o Centro da Mulher Brasileira (1975) e Nélide Piñon, primeira mulher a tomar posse na Academia Brasileira de Letras, em 1989 (Gobbi, 2023).

É importante assinalar que a escolha utilizada na análise dos materiais coletados, ocorreu a partir da categoria ‘gênero’, que como afirma Scott (1995, p. 76) é “um conceito associado ao estudo de coisas relativas às mulheres. ‘Gênero’ é um novo tema, um novo domínio da pesquisa histórica, mas não tem poder analítico suficiente para questionar (e mudar) os paradigmas históricos existentes”, mas de demonstrar que, “o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder” (p. 88).

Outro ponto importante mencionado anteriormente é o de que a focalização da pesquisa ocorre a partir do olhar para a América Latina.

Assim, os estudos que tratam sobre a legitimação do campo da comunicação no continente, notadamente na perspectiva histórica, têm

seu reconhecimento na própria região, em especial a partir da década de 1960, quando da criação de instituições de ensino e de centros de investigações internacionais, como o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), no Equador, em 1959; a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), de 1977 no Brasil; Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), criada em 1978 e reconstruída em 1989, entre outras.

Neste mesmo período ocorre o surgimento de publicações acadêmico-científicas de “vocação explicitamente latino-americana”, como a Chasqui, no Equador (editada pelo Ciespal desde 1972); Comunicación y Cultura, publicada no Chile, Argentina e México (entre os anos de 1973 a 1985); a Revista da Alaic, que teve início nos anos de 1980 e Diálogos de la Comunicación, publicada pela Felafacs a partir de 1987, entre outras que balizam e divulgam a produção comunicativa das mulheres (Gobbi, 2023).

Mas o ‘ocultamento’ está presente nos livros, texto e nas indicações bibliográficas recomendadas nos curso de graduação e de pós-graduação, com foco na área da Comunicação. Mais notadamente aqueles que tratam, pelo menos em uma das suas linhas de investigações, dos processos comunicativos no âmbito da América latina, como temos verificado em pesquisas anteriores, como “Do silenciamento à palavra: Mulheres nos estudos em Comunicação na América Latina”, realizado entre os anos de 2022 e 2023. A constatação nos leva para diversas questões, ainda não respondidas, como: As mulheres nunca chegaram a ter um pensamento simbólico essencial para os estudos

em comunicação? Quais determinantes para o reconhecimento de uma pesquisadora na construção teórica do PCLA?

E como bem afirma Nascimento (2019), se a história é uma forma de ver a sociedade, a ausência da produção comunicativa das mulheres nos espaços de construção de conhecimento reflete o cenário social, que caracterizados pela ampliação educativa que favoreceu o ingresso, a partir do século XX, da mulher na educação superior, não tem focalizado sua atenção na produção realizada por elas. Esta assertiva pode ser comprovada com o exame simples em qualquer manual de teorias da comunicação, onde há uma tímida presença de mulheres pesquisadoras e em muitos outros, há uma completa ausência.

Para essa investigação, optou-se por desenvolver um conjunto metodológico no intuito de contemplar os objetivos propostos pela investigação. Assim, foi realizada a sistematização das referências indicadas nas bibliografias das disciplinas, bem como observando a presença das mulheres no PPG. Esta análise não teve a pretensão de quantificar, mas a de demonstrar o que afirma Alves (2019, p. 82) ao escrever que, “embora o cotidiano acadêmico se desenvolva em um campo assimétrico de forças, existem práticas de resistências para demarcar o território epistêmico frente às normas colonialistas, racistas e machistas que estruturam a universidade”.

Desta forma, é neste cenário de pesquisa que buscamos demonstrar a invisibilidade feminina nos espaços de construção do conhecimento, em especial na área da Comunicação midiática latino-americana, como veremos a seguir.

A presença quase ausência da mulher no PPG

Formado por 16 docentes, o quadro 1 do PPG está assim desenhado:

Quadro 1

Docentes do PPG, 2024

| | Permanentes | | Colaboradores | |
|----------------------------|--------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Linha de Pesquisa 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Linha de Pesquisa 2 | 4 | 2 | - | - |
| Linha de Pesquisa 3 | 3 | 3 | - | 1 |
| Totais | 9 | 7 | 2 | 3 |

Autoria própria.

O quadro acima não foi objeto de análise direta, sendo disponibilizado para documentar a distribuição docente entre as linhas do PPG, objetivando minimizar possíveis diferenças encontradas nas apreciações das referências indicadas nas linhas de pesquisa do PPG. Embora com contornos suaves, é perceptível certo desnível em relação à presença das docentes mulheres e de colaboradoras.

Para realizar a análise, optamos por selecionar a bibliografia indicada nas disciplinas ministradas no último quadriênio, de 2021 a 2024, incluindo o segundo semestre em curso. Não foram incluídas disciplinas ofertadas por convidados, pós-doutorandos, mesmo que sob a responsabilidade de um docente credenciado no Programa e aquelas que integram as chamadas disciplinas do Portfólio (Instrumentais e Transversais).

É importante esclarecer como se dá a oferta de disciplinas no PPGCom. Pode-se dizer que não há um padrão de quais professores e

linhas vão disponibilizar as disciplinas a serem ministradas no semestre letivo. A consulta aos docentes é realizada anualmente e as três linhas de pesquisa devem ofertar pelo menos uma disciplina.

Também não há um número fixo de disciplinas que devem ser ofertadas no semestre, por linha. Assim, há períodos que a linha 1, por exemplo, oferece duas, enquanto as outras ofertam três, e assim sucessivamente. Do mesmo modo, os docentes realizam uma espécie de “rodízio”, não rígido, que oportuniza oferecer sua disciplina no quadriênio, em anos/semestres alternados.

Há professores credenciados em mais de uma disciplina. Há outros que ministram disciplinas conjuntas. Esta forma de organização tem permitido a diversidade na oferta, que também conta com as Disciplinas Instrumentais e Transversais, além das básicas, que devem ser oferecidas anualmente.

A partir deste cenário, sistematizamos todas as referências indicadas nos planos de ensino, no período de 2021 a 2024. Foram encontradas 590 referências, com repetições, algumas de um mesmo autor/título, indicadas em linhas diferentes ou anos diferentes, como demonstrado nos quadros a seguir. A ideia central foi a de contabilizar os autores mais indicados em cada linha e a presença das mulheres cientistas, possibilitando conhecer com quem dialogamos no PPGCom. As referências foram agrupadas por décadas, conforme quadro 2.

Quadro 2

Referências indicadas nos planos de ensino por décadas

| Período / ano | Qtde de referências por década | Ano com mais referências na década | Qtde de referência do ano mais indicado na década |
|----------------------|---------------------------------------|---|--|
| - | - | 1946 | 1 |
| - | - | 1957 | 1 |
| - | - | 1960 | 1 |
| Década 1970-1979 | 6 | 1978 | 3 |
| Década 1980-1989 | 33 | 1987 | 7 |
| Década 1990-1999 | 114 | 1997 | 21 |
| Década 2000-2009 | 222 | 2008 | 41 |
| Década 2010-2019 | 176 | 2011 | 27 |
| De 2020 a 2022 | 25 | 2021 | 13 |
| Sem data definida | 11 | - | - |

Autoria própria.

Pode ser observado que há três indicações de destaque nos anos de 1949, 1957, 1960, são elas recomendações de docentes das linhas: 2 – Produção de sentido na comunicação midiática, com as referências de Berthomieu, André. *Essai du grammaire cinématographique*. Paris: La Nouvelle Édition, 1946 e L’Herminier, Pierre. *L’art du cinéma*. Paris: Seghers, 1960. A linha 3 - Gestão e políticas da informação e da comunicação midiática que indicou Tönnies, Ferdinand. *Community and Society*. Tradução de Charles P. Loomis. EUA: Michigan State University Press, 1957. São as três referências mais antigas e demonstram a importância dos estudos pioneiros em determinados segmentos midiáticos. Referências do Norte Global, que marcam a ausência das mulheres na América Latina.

Considerando o número representativo total de indicações (590) que encontramos nos planos de ensino, optamos por selecionar os/as

autores(as) que tiveram a partir de quatro indicações, permitindo contabilizar, caso ocorresse, pelo menos uma referência por ano do período do quadriênio, no qual a disciplina foi ministrada.

Para esta análise, ponderando o espaço permitido para este artigo, optamos por indicar somente o primeiro autor do texto e não separar em livros ou artigos em revista. O quadro 3 demonstra quais são os autores mais indicados, por linha de pesquisa. São eles,

Quadro 3

Autores mais indicados nos planos de ensino do PPGCom

| Autor | Qtde de indicações durante o quadriênio | Títulos diferentes do autor indicado no quadriênio | Anos das referências que foram indicadas | Linha de pesquisa do docente da disciplina |
|-----------------------|--|---|---|---|
| Bourdieu, Pierre | 7 | 7 | 1983, 1990, 1997, 1999 | 1, 2, 3 |
| Braga, José Luiz | 7 | 5 | 2001, 2006, 2012 | 2, 3 |
| Castells, Manuel | 7 | 5 | 1999, 2003, 2018, 2006, 2013 | 1, 2,3 |
| Lévy, Pierre | 7 | 3 | 1999, 2003, 2011 | 1, 2, 3 |
| Martín-Barbero, Jesus | 6 | 3 | 1995, 1997, 2004 | 1, 2 |
| Salgado, Sebastião | 6 | 3 | 1992, 1999, 2013 | 2 |
| Aumont, Jacques | 5 | 4 | 1995, 2008, 2012 | 2 |
| Barthes, Roland | 5 | 4 | 2001, 2009, 1993, 1994, 1996 | 2 |
| Eco, Umberto | 5 | 4 | 1979, 1984, 2008, 2001 | 2, 3 |

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|------------------------------------|------|
| García Canclini, Néstor | 5 | | 1997, 1998 | 1, 2 |
| Jenkins, Henri | 5 | 3 | 2006, 2008, 2014 | 1, 2 |
| Lopes, Maria Immacolata Vassalo de | 5 | 2 | 2003, 2004 | 2, 3 |
| Marques de Melo, José | 5 | 5 | 1999, 2002, 2003, 2006, 2008 | 1, 2 |
| Adghimi, Zélia Leal | 4 | 2 | 2005, 2012 | 1 |
| Hall, Stuart | 4 | 2 | 2002, 2006 | 2 |
| Ianni, Octavio | 4 | 3 | 1996, 2000, 2003 | 2 |
| Mugnaini, Rogério | 4 | 2 | 2006, 2008 | 3 |
| Paulino, Fernando Oliveira | 4 | 4 | 2012, 2013, 2014, 2016 | 3 |
| Ricoeur, Paul | 4 | 3 | 1978, 1998, 1990 | 2 |

Autoria própria.

É interessante observar que das quatro primeiras indicações, somente uma delas não está nas três linhas do programa. O conjunto é formado por três sociólogos e o professor José Luiz Braga formado em Ciências Jurídicas e Sociais, cuja trajetória acadêmica (mestrado, doutorado, pós-doutorado, pesquisas) foi sedimentada na área da Comunicação. A seguir, Jesús Martín-Barbero, semiólogo, antropólogo e filósofo colombiano, nascido na Espanha e Sebastião Salgado, fotógrafo documental e fotojornalista brasileiro. Encontramos assim, três referências que contemplam a América Latina, mas nenhuma feminina.

Embora o quadro acima não seja representativo em número de indicações (99), com 17% do total se comparadas as 590 recomendadas, o resultado mostra a diversidade de autores (491) escolhidos pelos docentes (com indicações menores que quatro), no período analisado.

Somente duas mulheres marcam presença, Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Zélia Leal Adghirni, com 4 e 5 indicações, em cujas contribuições são referências na área da Comunicação, embora não estejam indicadas em todas as linhas de pesquisa do programa. A partir desse resultando, considerando que o objetivo central era o de demonstrar a presença das mulheres nas referências bibliográficas das disciplinas, optamos por contabilizar todas as pesquisadoras indicadas, não separando por linhas de pesquisa ou mesmo por mais de uma indicação em linhas diferentes. A contagem permitiu obter o percentual de mais de 10%. Número pequeno se comparado a presença dos homens nas referências indicadas, mas demonstra um avanço, se cotejado com pesquisas anteriores.

Entre essas mulheres, podemos citar (em ordem alfabética): Abreu, Alzira Alves; Adelman, Mirian; Amaral, Adriana; Amaral, Fernanda Pattaro; Barbosa, Marialva Carlos; Beleli, Iara; Bento, Berenice; Bittencourt, Maria Clara Aquino; Bonetti, Alinne; Brait, Beth; Brandão, Helena Hatsue Nagamine; Burigo, Joanna; Butler, Judith; Caldeira, Bárbara; Carvalho, Eleonora de Magalhães; Chevillotte, Sylvie; Cogo, Denise; Crenshaw, Kimberle W; Cruz, Maria Teresa; Silva, Gabriela Cristina da; Della Porta, Donatella; Dobal, Susana; Dolores López, Maria; Entel, Alicia; Erbel, Neusi Aparecida Navas; Escosteguy, Ana Carolina; Fechine, Yvana; Ferrari, Maria Aparecida; Figaro, Roseli; Fonseca, Virgínia; Fox, Elizabeth; France, Claudine; Freund, Gisèle; Fritzsche, Bettina; Geraldés, Elen Cristina; Gobbi Maria Cristina; Gomes Barbosa, Karina; Gonçalves, Maria Eduarda; Hamlin, Cynthia; Jacks, Nilda; Krauss, Rosalind; Lagny, Michele; Leite, Denise; Lopes, Fernanda Lima; Malm, Andreas; Marques, Ângela Cristina Salgueiro; Martins,

Ana Paula Antunes; Martins, Heloisa Helena T. de Souza; Moretzsohn, Sylvia; Morosini, Marília; Murray, Janet; Nos Aldás, Eloísa; Paiva, Raquel; Peruzzo, Cicilia M. K.; Piscitelli, Adriana; Ronsini, Veneza M.; Santaella, Lucia; Sarlo, Beatriz; Silva, Marcia Veiga da; Siqueira, Denise da Costa Oliveira; Travancas, Isabel Siqueira; Urbano, Krystal; Vigoya Viveros, Mara. É possível observar a presença de mulheres que tem o cenário da América Latina como foco de seus estudos, como Alicia Entel, Cicilia Peruzzo, Raquel Paiva, Beatriz Sarlo, entre outras.

Uma das grandes dificuldades encontradas para relacionar a presença das mulheres nas indicações analisadas diz respeito às formas de citação. O fato de abreviar o primeiro nome dificulta e, muitas vezes, inviabiliza a sistematização. Embora seja uma norma adotada por muitos, é uma estratégia de poder, pois além de reforçar a invisibilidade das mulheres, não permite que a presença delas seja um diferencial nas escolhas feitas do referencial que está sendo indicado.

Para finalizar, dois outros pontos foram analisados. A auto-referência e a indicação de colegas docentes do programa nas escolhas bibliográficas. Para observar o primeiro ponto, auto-referência, verificamos que dos 16 docentes do programa encontramos 35 auto-referências. Alguns com uma ou duas (sete docentes) no período analisado, recomendando uma publicação recente; outros entre nove e quatro indicações (quatro docentes) e, muitas vezes, com referências com mais de 20 anos do seu lançamento. E cinco não se auto-referenciam. Com relação à indicação de colegas do PPG, basicamente não há enumeração dos colegas credenciados nas referências dos docentes que são indicadas aos estudantes (somente dois professores, com uma e quatro indicações de publicação).

Desafios para o cenário comunicativo Latino-Americano das mulheres

Alguns resultados nos chamam a atenção como, por exemplo, a maior concentração de referências a partir do ano 2000, se reunindo em sua primeira década. Somente seis textos estão na década de 1970, período de efervescência das discussões sobre o campo comunicativo. A década de 1970 foi um período muito rico, marcado por consolidações, reajustes, processos, conceitos ligados as perspectivas comunicacionais e que ganharam vitalidade em diversos países. Igualmente, foi um período marcado por cenários dramáticos na América Latina, que enfrentava as ditaduras em grande parte de seus países, ainda assim foi caracterizado pela crítica ao conhecimento existente. Abalizou este momento um grupo de pesquisadores, que definiu com maior nitidez a natureza do campo comunicacional latino-americano.

O ponto de partida dessa etapa foi o Seminário de La Catalina (1973), promovido pelo Ciespal, ocasião em que seus participantes concitaram os pesquisadores da região a buscar novas aberturas teóricas e metodológicas, na tentativa de obter resultados ainda mais satisfatórios, compatíveis com as necessidades da América Latina. (Marques de Melo, 2001, p. 8)

Do mesmo modo, na década de 1980 que se consolida a Escola de Pensamento Comunicacional na América Latina que por meio de seus pesquisadores espalhados por diversos países, começam a desenhar um pensamento próprio no campo da comunicação, com a valorização das perspectivas latino-americanas, sem desprezar o que acontecia no restante do mundo. Foram os avanços empíricos e reflexivos que culminaram, em 1992, com a realização pela Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) do I Congresso

Latino-Americano de Ciências da Comunicação, em São Paulo, Brasil (Marques de Melo, 2001).

Trazendo as mulheres para este cenário de quase ausência e de reforço da invisibilidade ainda presente na academia, os resultados apontados demonstram que precisamos rever posições, ampliar o olhar e trazer a produção feminina e a produção comunicativa latino-americana para as nossas indicações bibliográficas. A sub-representação das mulheres nas ciências, mais especificamente na Comunicação, não está relacionado a uma incapacidade ou inaptidão para o ensino e a pesquisa científica, mas a uma ordem estabelecida, que evidencia as concepções binárias e androcêntrica das ciências.

É necessário rever conceitos, ampliando o diálogo para além do Norte Global e ressignificar o saber científico para alçá-lo a novos patamares de compreensão.

Referências

Alves, L. da C. (2019). Reivindicando o território epistêmico: mulheres negras, indígenas e quilombolas interpelando a antropologia. *Revista Humanidades & Inovação*, 6(16), 82-94. <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1831>

Gobbi, M. C. (2023). *Do silenciamento à palavra: Mulheres nos estudos em Comunicação na América Latina*. Ria Editorial

Marques de Melo, J. (2001). Conhecer-produzir-transformar: paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação. *Comunicação & Sociedade*, 23(36).

Muzart, Z. L. (2003). Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. *Estudos Feministas*, 11(1), 225-233.

Nascimento, M. V. O. do. (2015). Sobre a história da literatura e o silenciamento feminino: questões de crítica literária e de gênero. *Historiæ*, 6(1), 283-301. <https://periodicos.furg.br/hist/article/view/5418>

O GRUPO DE TRABALHO ESTUDOS DE JORNALISMO DA COMPÓS: UMA ANÁLISE CIENTOMÉTRICA

*Juliana Costa*¹
*Kenia Maia*²

Refletir sobre a ciência é também pensar no fazer ciência: espaços, iniciativas, processos, produções, reflexões e afins, envolvidos e implicados na evolução e no fortalecimento de uma área do conhecimento. Não por acaso, Bourdieu (2014) ressalta que o campo científico é objeto de lutas, o que pode contemplar tanto sua representação quanto sua realidade.

Ao voltarmos nossa atenção para o campo científico da Comunicação no Brasil, e considerando especificamente o Jornalismo como

-
1. Doutoranda em Estudos da Mídia.
Discente no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
juliana.costa.jor@gmail.com
 2. Doutora em Ciência da Informação e Comunicação.
Docente no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
kenia.maia@ufrn.br

o foco central desta inquietação, reconhecemos a relevância da universidade como espaço privilegiado da investigação científica da área e direcionarmos nosso olhar para as características comuns que circulam por esse espaço e seus constituintes. Segundo Marques de Melo (2004), esta instituição abriu tardiamente suas portas para o ensino de Jornalismo, pelo menos meio século depois das iniciativas pioneiras realizadas nos Estados Unidos e na Europa.

A criação do primeiro curso superior em Jornalismo no Brasil remonta à primeira metade do século XX, mas é objeto de divergência entre pesquisadores: estudiosos se dividem entre aqueles que afirmam terem sido as primeiras aulas deste curso em 1935, na Universidade do Distrito Federal, no Rio de Janeiro; e aqueles que admitem que o pioneirismo coube à Faculdade Cásper Líbero, no ano de 1947, em São Paulo (Rodrigues & Pôrto Júnior, 2023). Por outro lado, os primeiros passos da pós-graduação em Comunicação acontecem em 1972, com a criação do primeiro Programa de Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). No ano seguinte, a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) dá continuidade à iniciativa, oferecendo o mestrado em Comunicação e Cultura.

Conforme Kunsch e Gobbi (2016), especialmente a partir dos anos 1990, o campo acadêmico da Comunicação no país teve um salto qualitativo e quantitativo. Atualmente, existem no Brasil 95 cursos de pós-graduação avaliados e reconhecidos na área, dos quais 50 são mestrados acadêmicos, 33 são doutorados e 12 são mestrados profissionais (Plataforma Sucupira, s. d.). Entre estes, a especificidade da pós-graduação em Jornalismo pode ser observada em algumas instituições de ensino superior, como nos casos da Universidade Estadual

de Ponta Grossa (UEPG), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), por exemplo.

O crescimento da oferta de mestrados e doutorados no país ampliou, conseqüentemente, o número de turmas contempladas pelos cursos e suas respectivas produções acadêmicas. Não por acaso, diferentes entidades da área promovem periodicamente eventos voltados para a exposição, diálogo e reunião de membros da comunidade científica, no intuito de fomentar o fortalecimento e o desenvolvimento do campo (Kunsch & Gobbi, 2016) ao mesmo tempo em que oportuniza a socialização e discussão de trabalhos concluídos ou em andamento.

São exemplos desse tipo de iniciativa os congressos regionais e nacionais de Ciências da Comunicação realizados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), dos encontros da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), dos congressos realizados pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólítica) e pela Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), dos eventos promovidos pela Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo (Abej) e dos encontros nacionais da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

Criada em 1991 com a proposta de reunir os programas de pós-graduação do país, a Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (A Compós, s.d.) surgiu e passou a realizar encontros anuais e apontando, entre seus objetivos, colaborar para o desenvolvimento no campo da Comunicação, contemplando as perspectivas teórica, cultural, científica e tecnológica. Contando com 56 programas de

pós-graduação associados e 24 Grupos de Trabalho (GTs) em sua última edição, os eventos promovem o encontro entre pesquisadores estabelecidos e em formação, a socialização sobre pesquisas e/ou reflexões em desenvolvimento e a colaboração entre seus participantes.

Dessa forma, tais ocasiões representam um importante ponto de observação para compreensão não apenas do atual estado das reflexões temáticas da área mas, também, um espaço capaz de demonstrar a evolução característica de elementos constituintes destas reflexões ao longo do tempo. A partir de tais considerações, no presente trabalho propomos nos debruçar sobre o GT Estudos de Jornalismo da Compós, no intuito de traçar seu perfil característico construído e estabelecido desde 2000, ano de sua primeira reunião, até 2023. Para isso, buscaremos apoio na cientometria, a fim de levantar os traços do já mencionado grupo no que se refere à distribuição regional e institucional de autores e autoras, parcerias estabelecidas e abordagens temáticas. Nossa expectativa é que nossa investigação possa contribuir para o olhar e a percepção sobre os espaços de socialização e diálogo sobre a reflexão e produção científica em Jornalismo.

Reconhecendo o cenário

A fim de nos debruçarmos sobre as questões que impulsionam a presente investigação, nos preocupamos em conferir os registros nos quais constam os trabalhos apresentados no GT Estudos de Jornalismo entre os anos de 2000 e 2023, disponibilizados pela própria Compós em seu site oficial. Desse modo, adotamos a perspectiva de uma pesquisa documental, uma vez que tal tipo permite observar a evolução de conhecimentos, conceitos e práticas, entre outros pontos,

favorecendo a compreensão do social a partir da dimensão do tempo (Cellard, 2008). Ao mesmo tempo, e considerando nossa intenção de utilizar a quantificação como uma das bases para a execução de nosso trabalho, buscamos apoio na cientometria, que inspirou as estratégias adotadas para a investigação de traços do GT escolhido como nosso objeto de estudo a partir de uma perspectiva quantitativa, voltada para a mensuração de características de pesquisa e produção dos trabalhos (Curty & Delbianco, 2020; Silva & Bianchi, 2001).

O recorte temporal foi escolhido a fim de abarcar o maior intervalo de tempo de trabalhos apresentados no referido GT³, o que nos permitiria traçar um panorama amplo o suficiente para possibilitar a detecção de variáveis potenciais nos parâmetros pretendidos para o perfil do grupo. Ano a ano, buscamos coletar o que nomeamos como dados básicos: lugar de realização do evento e quantidade de trabalhos apresentados. Feita esta primeira parte, nos detivemos numa segunda ordem de detalhamento para cada encontro: autores e autoras, suas respectivas origens institucionais e titulações, bem como títulos, resumos e palavras-chave.

Esta parte do trabalho nos demandou o estabelecimento de alguns parâmetros que permitissem nivelar os critérios de consideração para catalogação do material. Entre os pontos, destacamos três que se relacionam com variáveis essenciais para a investigação aqui apresentada. São eles:

- a) Identificação e ordem de autoria: em casos de trabalho com dois ou mais autores e/ou autoras, consideramos nomes e ordem de autoria apresentada nos *papers* e não as indicadas

3. Em seu site oficial, a Compós disponibiliza os anais dos encontros realizados a partir do ano 2000.

no link de acesso para cada trabalho, por ser o espaço em que os autores mesmos indicavam tais informações;

- b) Origem institucional: tal como no item anterior, consideramos as origens institucionais de cada participante como aquela declarada no paper. Entretanto, percebemos a necessidade de estabelecer critérios de consideração para os diferentes casos de autores e autoras, de modo que consideramos como a instituição de origem:
- aquela a qual estivessem profissionalmente vinculados, no caso de docentes que estivessem cursando a pós-graduação ou que já a tivessem concluído;
 - aquela a qual estivessem profissionalmente vinculados, no caso de autores e autoras que já tivessem concluído seus estudos de pós-graduação e não exercessem atividade docente;
 - aquela na qual obtiveram seu último título, seja no mestrado ou no doutorado, no caso de autores e autoras que não informassem organização na qual atuassem profissionalmente e nem estivessem com pós-graduação em curso;
 - aquela na qual exercessem a docência ou fossem discentes em programas de pós-graduação;
- c) Titulação: tal como no item a, consideramos as titulações declaradas pelos autores nos papers no momento da apresentação de cada trabalho.

A partir da coleta dos materiais e do estabelecimento de critérios para realizarmos o cômputo e mensuração dos dados, realizamos a organização das informações conforme blocos de ano, instituições, autores e autoras e pesquisas. Por fim, descritos os passos e estratégias metodológicas que obedecemos na construção do presente trabalho,

vamos nos debruçar sobre o cenário com o qual nos deparamos a partir da coleta e análise do material encontrado.

Elementos caracterizadores: ponderações sobre o panorama encontrado

Entre os anos de 2000 e 2023, o GT Estudos em Jornalismo acumula 236 trabalhos apresentados durante os encontros realizados no referido intervalo de tempo. Em conformidade com a prática recorrente para todos os grupos de trabalho da Compós, foram respeitados em cada ocasião a quantidade máxima de 10 trabalhos aceitos em cada ano - de modo que apenas os encontros realizados em 2004, 2008 e 2012 se diferenciam dos demais neste ponto (contaram, respectivamente, com oito, nove e nove trabalhos).

Conforme nossa coleta de dados e os parâmetros estabelecidos, detalharemos a seguir os resultados encontrados e nossas ponderações a respeito do que estes apontaram sobre as origens institucionais, autores e autoras e as pesquisas que foram apresentadas no referido GT nas últimas 24 edições do evento.

Instituições de origem

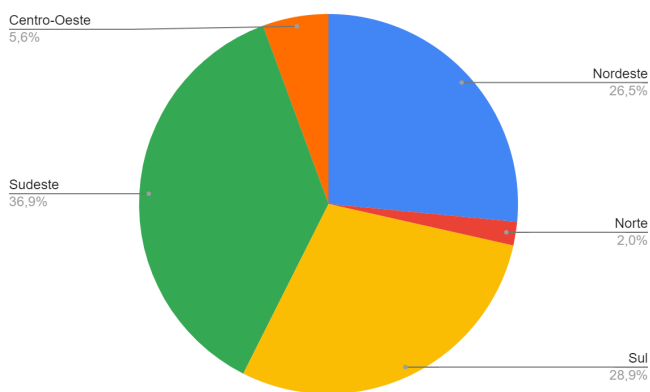
Considerando os 24 encontros de nosso *corpus*⁴, constatamos a participação de 53 instituições brasileiras. A distribuição da origem regional destas instituições se mostra especialmente expressiva quando

4. Nenhum dos trabalhos referentes ao encontro de 2001 indica a origem institucional de seus respectivos autores e autoras. Percebemos a ausência do dado em trabalhos nas edições de 2000 (um), 2002 (um), 2003 (um), 2004 (dois), 2005 (um) e 2013 (um).

observamos o número total⁵ de suas participações (considerando tanto trabalhos de origem única quando aqueles resultantes de colaborações entre diferentes organizações): foram 92 participações sudestinas, seguidas de 72 propostas da região Sul, 66 do Nordeste, 14 do Centro-Oeste e apenas quatro do Norte, resultando nos percentuais representados na Figura 1.

Figura 1

Distribuição regional de trabalhos apresentados entre 2000 e 2023



Elaborado pelas autoras

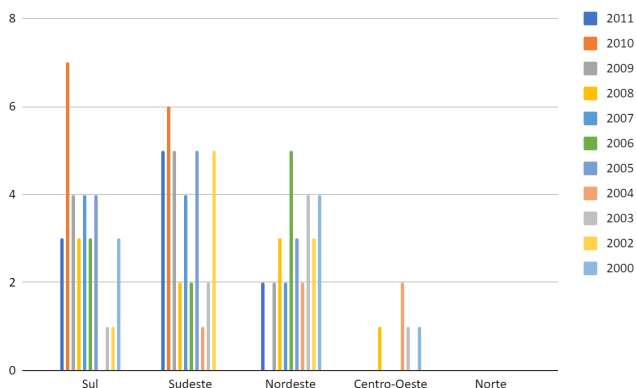
A maioria absoluta de trabalhos vindos da região Sudeste pode ser explicada por ser esta a localização de programas de pós-graduação mais antigos e, portanto, há mais tempo estabelecidos e em funcionamento. O terceiro lugar, ocupado pela região Nordeste, reflete o crescimento

5. A fim de respeitar as iniciativas nas quais mais de uma instituição colaborou para a elaboração do trabalho, optamos por verificar o total relativo de trabalhos encaminhados contabilizando as incidências de cada instituição e não o total absoluto de trabalhos.

da oferta de cursos de mestrado e doutorado, além da consolidação da produção na área. Ao mesmo tempo, a baixa quantidade de trabalhos oriundos de instituições do Norte do país está em consonância com a juventude da implementação de cursos de pós-graduação em Comunicação naquela região. Ao mesmo tempo, cientes de que a distribuição apontada pela Figura 1 garante uma visão total do quadro e que a criação de mais cursos de mestrado e doutorado em todo o Brasil desde o ano 2000, o detalhamento da distribuição regional das instituições nacionais conforme as edições dos encontros nos oferece o panorama de uma transformação da diversidade de participações. É o que podemos observar nas Figuras 2 e 3.

Figura 2

Distribuição regional de instituições participantes por ano - Intervalo 2000-2011



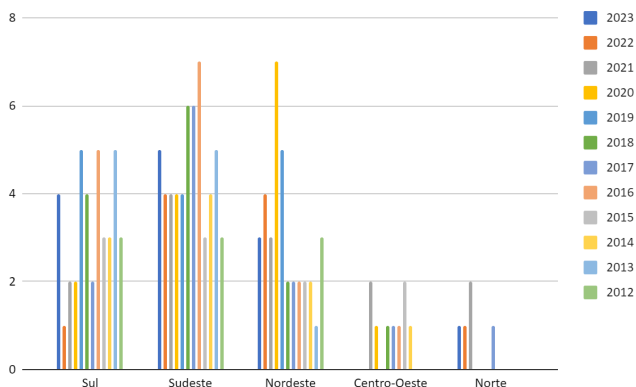
Elaborado pelas autoras

Na Figura 2, é possível observar o movimento inicial de participação das instituições no GT, considerando o intervalo 2000-2011. Aquelas oriundas da região Sul e Sudeste do Brasil mantêm uma regularidade

no total de trabalhos desde os primeiros anos bem como um equilíbrio no total de contribuições participantes. Ao mesmo tempo, instituições nordestinas aparecem com um indicativo menor de incidência, a despeito da presença destas na quase totalidade dos encontros realizados nos primeiros 12 anos de reunião do GT - apenas em 2010 não houve nenhum trabalho da região. Nenhuma organização do Norte do país aparece nesta primeira parte, em contraste com os últimos 12 encontros da associação, tal como verificamos na Figura 3.

Figura 3

Distribuição regional de instituições participantes por ano - Intervalo 2012-2023



Elaborado pelas autoras

Entre 2012 e 2023, fica mais forte a participação de organizações de fora do Sudeste. Embora seja perceptível tal condição, os índices apontam uma participação maior e constante de trabalhos oriundos do Centro-Oeste: instituições da região participaram dos encontros de 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2020 e 2021, em contraste com participação

em apenas quatro edições na primeira metade do período analisado em nosso trabalho. O fortalecimento do princípio de diversidade de origem regional também se materializa a partir das participações de trabalhos da região Norte: a primeira delas acontece em 2017, sendo repetida em 2021, 2022 e 2023, o que indica também um prenúncio de regularidade destas nas reuniões do GT.

Os dados encontrados refletem a continuação de cenários já apontados em estudos anteriores: a maior concentração de ofertas de programas de pós-graduação na área nas regiões Sul e Sudeste (Kunsch & Gobbi, 2016) como potencial justificativa para o maior volume de produções oriundas destas regiões, aliado ao significativo crescimento na oferta de cursos de mestrado e doutorado em Comunicação no país - entre 1998 e 2016, um aumento de mais de 322% (Farias & Possendorf, 2018). Juntos, estes fatores reforçam a possibilidade de ampliação na diversidade de instituições e indivíduos participantes dos encontros do grupo de trabalho.

Mais um ponto verificado em nosso trabalho foi a identificação das instituições participantes nos encontros do GT nas 24 edições analisadas. Ao listarmos as organizações que aparecem no levantamento juntamente à quantidade de trabalhos apresentados ao longo dos anos, optamos por indicar o total de trabalhos encaminhados com autoria, seja individual ou coletiva, oriunda destes espaços. Desse modo, mesmo considerando apenas as primeiras 10 posições ocupadas em ordem decrescente pelas instituições com a maior inserção de trabalhos durante

toda a existência do Grupo de Trabalho analisado⁶, listadas na Tabela 1, já se torna perceptível uma inversão de posições: enquanto Sudeste, Sul e Nordeste, nesta ordem, são as regiões com maior quantidade de trabalhos participantes, temos uma universidade nordestina seguida de uma segunda organização, sulista, e mais duas universidades, sendo uma nordestina e outra sudestina, ocupando a terceira posição de maior número de contribuições participantes nas edições.

Tabela 1

Dez primeiras colocações de instituições participantes por trabalhos apresentados

| Instituição de origem de participantes | Total de trabalhos apresentados |
|--|--|
| Universidade Federal da Bahia (UFBA) | 22 |
| Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) | 21 |
| Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) | 17 |
| Universidade Federal Fluminense (UFF) | |
| Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) | 16 |
| Universidade de São Paulo (USP) | 13 |
| Universidade Federal de Sergipe (UFS) | 11 |
| Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) | 10 |
| Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) | |
| Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) | 9 |
| Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) | |
| Universidade Federal do Ceará (UFC) | 7 |
| Universidade de Brasília (UnB) | |
| Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) | 6 |
| Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) | |

Elaborado pelas autoras

6. Optamos por construir a tabela apenas com dez colocações a fim de dinamizar a exposição dos dados. A partir da 11ª colocação, encontram-se instituições com um total de participação em pelo menos um e, no máximo, em até cinco trabalhos.

Outra constatação que observamos é a baixa participação de programas de pós-graduação em Jornalismo. Apenas dois estão presentes: o da UFSC, com oito trabalhos distribuídos entre os anos de 2018, 2015, 2011, 2010, 2009, 2008 e 2000; e o da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), nas edições de 2023 e 2018. Neste ponto, chamamos a atenção para a relação entre dois elementos potencialmente causadores do fenômeno: o primeiro deles, a baixa quantidade de cursos de mestrado e/ou doutorado em Jornalismo no país comparada ao total de pós-graduações em Comunicação; e o segundo, a especificidade de outros encontros de pesquisadores, tais como os promovidas pelas já anteriormente mencionadas SBPJor e Abej. Conjugados, estes fatores tendem a proporcionar menor participação de programas específicos e uma eventual maior força de trabalhos oriundos destes espaços em eventos voltados apenas para Jornalismo.

Ainda considerando a quantidade de trabalhos apresentados por instituições brasileiras, constatamos que a maior parte daquelas que participaram dos encontros do GT Estudos de Jornalismo é pública, com destaque para a maioria absoluta de instituições federais: do total das 53 organizações brasileiras que integram a base de contribuições nas 24 reuniões observadas, 28 são universidades federais e quatro são estaduais, além de 17 não públicas. As quatro organizações restantes são institutos de pesquisa. Outra constatação de nosso levantamento foi que, além disso, as federais são também maioria quando nos concentramos em diversidade de instituições presentes por edição: os anos de 2021 e 2020 tiveram dez delas em cada encontro, enquanto os anos de 2002, 2003 e 2004 tiveram seus números mais baixos de participação

(quatro em cada ano). Dentre as estaduais, a Universidade de São Paulo se destaca pela frequência (esteve presente em 12 das 24 reuniões).

Este dado reforça o apontado por Farias e Possendoro (2018): o principal espaço para o desenvolvimento das pesquisas na área é federal. A despeito do baixo índice de presença de instituições privadas e comunitárias nos encontros do GT (o maior número delas reunidas na mesma ocasião aconteceu em 2019, 2011 e 2006: quatro em cada um), também se percebe a recorrência de instituições privadas e comunitárias no levantamento realizado - não por acaso, a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) aparece na quarta colocação em número de trabalhos participantes dos encontros do GT. O dado, ao mesmo tempo em que transparece a frequência de participação e constância no desenvolvimento de trabalhos sobre Jornalismo, reforça a importância do fomento para a continuação de pesquisas na área e a percepção do valor sobre o conhecimento produzido: o programa de pós-graduação daquela instituição foi, a despeito de sua produção e avaliação por órgão de fomento, descontinuado em julho de 2022.

Ao buscarmos a participação de instituições estrangeiras (mediante trabalhos produzidos por pesquisadores ou feitos em coautoria com autores de tais instituições), deparamo-nos com apenas quatro, o equivalente a 1,69% dos 236 dos trabalhos apresentados no GT. Ainda neste ponto, chama a atenção a distância temporal destas ocorrências (em 2000, com autoria estrangeira, da Universidade Nova de Lisboa; em 2003, com autoria estrangeira, da Universidade da Beira Interior; em 2004, com autoria estrangeira, da Universidade de Rennes 1; e em 2010, com coautoria estrangeira, da Universidad Ramon Llull), nenhuma delas ocorrida nos últimos dez anos. A ausência de tais participações na

maioria dos encontros promovidos contrasta com o estabelecimento e ampliação de acordos de cooperação acadêmica internacional celebrados entre universidades brasileiras e estrangeiras.

Finalizadas nossas considerações sobre as instituições de origem dos trabalhos apresentados no GT entre 2000 e 2023, seguimos para outra etapa: os indivíduos que participaram dos referidos encontros.

Participantes

Ao nos debruçarmos sobre as especificidades inerentes aos autores e autoras dos materiais analisados, podemos verificar traços comuns compartilhados por tais indivíduos e, conseqüentemente, sua distribuição ao longo dos anos de contribuições e avanços, a partir da disposição de tipos de vínculos institucionais, desenvolvimento de parcerias em pesquisas e continuidade de participações.

Assim, nossa primeira consideração se voltou para a distribuição de gêneros entre autores e autoras dos trabalhos. Observamos um total de 347 participantes no GT Estudos de Jornalismo entre 2000 e 2023, dos quais 170 eram homens e 177 eram mulheres. A pequena distância quantitativa, por outro lado, esconde diferenças das condições de participação para os autores e autoras que integram cada encontro do grupo.

Ao considerarmos a participação de docentes em programas de pós-graduação⁷, percebemos uma desvantagem quantitativa para o gênero feminino: embora sejam ligeira maioria em números absolutos de participantes, os dados mostram que quando se trata da participação desta categoria, as mulheres ficam em desvantagem: são 45,53%, enquanto seus colegas homens respondem por 54,46% do total. O dado ganha mais relevância ao observarmos as participações no decorrer do tempo: os números de participações de docentes homens e mulheres são iguais apenas em seis das edições (2021, 2010, 2009, 2006, 2004 e 2003), de modo que em 50% dos encontros nos quais o tipo de vínculo institucional é declarado⁸ eles são maioria, enquanto elas o são em apenas 22,72% das edições. Por outro lado, discentes em programas de pós-graduação participantes seguem em direção oposta àquela apontada acima: entre estudantes, as mulheres respondem por 57,89% das participações e homens são 42,10% dos autores dos trabalhos.

Postos em relação, os dados encontrados apontam para uma aparente transição no que se refere à distribuição de gênero nas participações docente e discente: considerando os resultados da pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro (Lima, 2022), que apontava a maioria de jornalistas mulheres no Brasil, e a expressiva presença feminina em

7. Os trabalhos apresentados nos anos 2000 e 2001 não informam o tipo de vínculo institucional de seus autores e autoras. A informação também não aparece ou figura apenas parcialmente em um trabalho de 2002, dois trabalhos de 2003, quatro trabalhos de 2004, três trabalhos de 2005, cinco trabalhos de 2006, quatro trabalhos de 2007, cinco trabalhos de 2008, quatro trabalhos de 2009 e seis trabalhos de 2010. A omissão da informação, portanto, limita a identificação de docentes e discentes, sendo considerados para o cômputo dos dados de nosso trabalho apenas os casos em que a informação constava no *paper*.

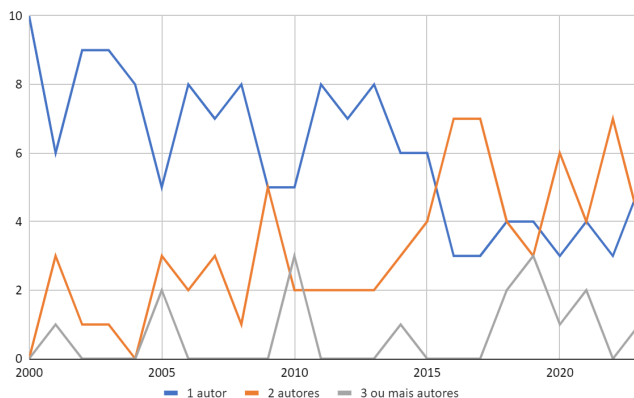
8. Não houve especificação de tipo de vínculo institucional nos *papers* referentes aos encontros de 2001 e 2000.

cursos de pós-graduação no país, a potencial inversão de proporções de participação entre homens e mulheres nos encontros do GT Estudos em Jornalismo se mostra como uma possibilidade para os próximos anos: em 2022, as mulheres representavam 54,2% das matrículas em cursos *stricto sensu* no Brasil (CCS/CAPES, 2022) e, atualmente, elas colocam o país como o terceiro em participação feminina na ciência (Analytical and Data Services, da Elsevier, 2024).

Outro ponto que destacamos foi a ocorrência de trabalhos individuais e em coautoria no decorrer dos anos, como se observa na Figura 4. Constatamos que, dos 236 trabalhos apresentados nas 24 edições que compõem nosso corpus, 144 tiveram autoria individual (o equivalente a 61,01%). Logo, as coautorias realizadas em dupla respondem por 32,20% do material (76 trabalhos) e apenas 6,77% (16) se referem aos trabalhos feitos por três ou mais pessoas. A absoluta maioria de trabalhos individuais observada aponta a manutenção da tendência já verificada por Rublescki (2010); no entanto, ao analisarmos a distribuição dos trabalhos no decorrer do tempo, percebemos o aumento da incidência de trabalhos em coautoria, especialmente a partir de 2013.

Figura 4

Distribuição de autorias individuais e coletivas



Elaborado pelas autoras

Ainda sobre a autoria dos trabalhos, verificamos a ocorrência da origem das parcerias estabelecidas, a fim de verificar o intercâmbio entre instituições e pesquisas. Observamos a recorrência da relação de colaboração entre autores e autoras, resultando em trabalhos construídos e apresentados em parceria. Tal recorrência poderia ser estabelecida em diferentes vias: uma, que chamaremos interinstitucional, caracterizada parceria estabelecida entre indivíduos oriundos da mesma instituição; e outra, que denominamos extrainstitucional, compreendendo os trabalhos realizados através da cooperação entre pesquisadores e pesquisadoras de instituições distintas.

Considerando os dados do nosso corpus⁹, destacamos ainda que as parcerias que resultaram em coautorias poderiam ser firmadas a partir de vínculos estabelecidos entre docentes, discentes (fossem estes dois tanto de cursos de graduação quanto de pós-graduação), indivíduos sem

9. Cômputo dos dados considerou apenas o total de vínculos institucionais declarados nos *papers*.

atuação docente e/ou já desvinculados da condição de discente, tanto de cursos de graduação quanto de pós-graduação.

Dentre o total de 88 trabalhos construídos em coautoria, aqueles resultantes de parcerias intrainstitucionais constituem maioria absoluta, tanto em quantidade quanto em recorrência: 61,36% contam com dois autores e 6,81% tiveram três ou mais autores. O dado fortalece a possibilidade de fomento para colaboração em pesquisas nas próprias instituições, eventualmente impulsionado pelo ingresso de mais docentes na pós-graduação e/ou a necessidade de cumprimento de requisitos de avaliação dos programas estipulados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Ao mesmo tempo, ao considerarmos as parcerias extrainstitucionais, percebemos que sua maior ocorrência está vinculada à autoria de duas pessoas (21,59%), havendo baixa incidência de parcerias entre três ou mais autores e/ou autoras de instituições diferentes - o que ocorre em apenas 10,22% dos trabalhos feitos em coautoria.

No que se refere às instituições nacionais, além dos pontos que levantamos no caso das parcerias intrainstitucionais, também destacamos os reflexos das relações de proximidade de interesses entre pesquisadores que, postos em contato anteriormente em decorrência da vivência acadêmica docente ou mesmo discente, dão início ao processo colaborativo. No entanto, da mesma forma que já indicado no presente trabalho sobre a incidência de instituições internacionais entre as participantes, a baixa quantidade de papers resultantes da colaboração extrainstitucional contrasta com o estabelecimento de iniciativas como o Programa de Cooperação Acadêmica (Procad) entre diferentes instituições brasileiras e o reflexo da potencial migração de pesquisadores para outras instituições. Ainda sobre esta parte de nossa análise, destacamos que a única ocorrência

de coautoria com autor estrangeiro detectada nesta investigação deu-se num trabalho de três pesquisadores, num reflexo de diálogos.

Pesquisas

Neste último ponto de nossa observação, buscamos verificar o tipo de pesquisa desenvolvida nos trabalhos e os temas sobre os quais foram desenvolvidos. Assim, ao voltarmos nossa atenção para nosso corpus, inicialmente buscamos conferir quais trabalhos eram teóricos ou empíricos e, no caso destes últimos, quais traziam pesquisas aplicadas, chegando à Figura 5, que apresentamos adiante.

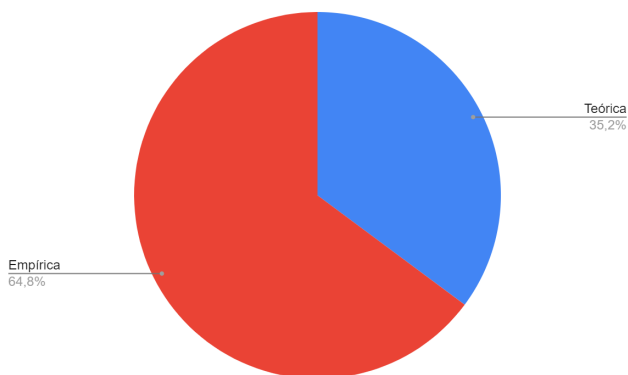
Apoiando-nos em Demo (2000), que concebe a pesquisa teórica aquela voltada ao aprimoramento de fundamentos teóricos e dedicada à reconstrução de teorias, polêmicas, ideologias e conceitos, sem a implicação da intervenção imediata na realidade, estipulamos como teóricos os trabalhos do GT que propusessem uma discussão sobre autores fundadores e suas obras, teorias do jornalismo, perspectivas e/ou propostas metodológicas, revisões bibliográficas, ensaios e afins. Em síntese, e a fim de respeitar este critério delimitador da coleta de dados, não colocamos entre as pesquisas teóricas aquelas que dispusessem contato com objetos empíricos.

Por outro lado, estabelecemos como pesquisa empírica aqueles trabalhos de demandaram de seus autores e autoras o manuseio da empiria característica de seus objetos de estudo, implicando em trabalho de campo, coleta de dados, estudo comparativos, análises e afins. Optamos por essa caracterização a fim de observar, também, a orientação de identificação deste tipo de pesquisa proposta por Demo (1994, 2000): ela, necessariamente, produz e analisa dados, aproximando o referencial

teórico da prática. Sendo o Jornalismo uma das Ciências Sociais Aplicadas, nos propusemos ainda a, dentre as pesquisas empíricas, verificar quais trariam pesquisas aplicadas.

Figura 5

Tipos de pesquisa



Elaborado pelas autoras

Como resultado, constatamos uma maioria (64,83%) de trabalhos com pesquisas empíricas: estudos de caso, análises, observações e caracterização de produtos jornalísticos e rotinas profissionais se destacaram entre as propostas destes 153 trabalhos, salientando uma constância de investigações voltadas à questões contemporâneas e inerentes à profissão jornalística. Ao mesmo tempo, a incidência de 35,16%, considerada sob a luz da quantidade de docentes em programas de pós-graduação participantes nas ocasiões, sugere a maturidade acadêmica de seus autores e/ou coautores, refletindo a qualidade e consistência da produção em questão.

Estudos anteriores já demonstraram a baixa ocorrência e/ou inexistência de pesquisas aplicadas em Jornalismo no Brasil (Machado & Rohden, 2016; Martinez et al., 2022; Rublescki, 2010), ao mesmo tempo em que o tensionamento sobre a necessidade de observações referentes à construção do objeto nesta categoria de pesquisa ser capaz de atender a uma demanda existente e identificada nos fenômenos jornalísticos (Assis, 2018). Os resultados de nossa investigação no que se refere à ocorrência de pesquisas aplicadas entre os trabalhos observados refletem tais apontamentos, uma vez que apenas 2,61%¹⁰ destes se caracterizam como este tipo de pesquisa e ressaltam a escassez de investigações com tal proposta. Em comum, estes trabalhos compartilhavam a característica de estarem relacionados com produtos ou processos tecnológicos digitais.

Ao nos centrarmos sobre a concentração temática dos trabalhos analisados, nos deparamos com a necessidade do estabelecimento de uma categorização capaz de abraçar a diversidade do material analisado. Nesse intuito, revisitamos as reflexões e iniciativas de Pereira e Wainberg (1999), Machado (2004), Motta (2005) e Benetti (2005), constatando as contribuições e propostas de categorias de pesquisa.

Desse modo, considerando o *corpus* de nossa investigação e tendo por inspiração os já mencionados trabalhos, optamos por agrupar os textos conforme características comuns em 11 categorias: 1) teoria do jornalismo; 2) história do jornalismo; 3) jornalismo especializado; 4) jornalismo e tecnologia; 5) jornalismo, democracia e minorias sociais; 6) ética, liberdade de expressão e legislação em jornalismo; 7) rotinas produtivas, práticas e seus elementos constituintes; 8) ensino e pesquisa

10. O percentual faz referência a, dentre as pesquisas empíricas, aquelas que também se classificavam como aplicadas.

em jornalismo; 9) jornalismo e meio; 10) profissional, organização e produto jornalístico; e 11) recepção e audiência.

Como resultado, obtivemos a Tabela 2. Nela, é possível observar a diferença quantitativa entre cada categoria, de modo que nossa investigação apontou como extremos desta etapa de nossa pesquisa 22,88% de trabalhos voltados para o profissional, organização e produto jornalístico, mais 16,52% referentes à teoria do jornalismo e outros 14,83% para rotinas produtivas, práticas e elementos subjetivos constituintes. Entre os que menos apareceram no levantamento, 3,81% abordam ensino e pesquisa em jornalismo, enquanto investigações sobre ética, liberdade de expressão e legislação e estudos sobre recepção e audiência somam 2,54% para cada categoria.

Tabela 2

Categorias de pesquisa

| Categoria | Caracterização | Artigos |
|----------------------|--|----------------|
| Teoria do jornalismo | Discussões sobre as teorias estabelecidas e/ou seus tensionamentos diante autores fundadores; reflexões sobre papel e função do jornalismo na sociedade; propostas de novas perspectivas sobre teorias e hipóteses | 39 |

| | | |
|---|--|----|
| História do jornalismo | Desenvolvimento do jornalismo no decorrer da história (nacional, regional e/ou local), abordagem e contextualização do fazer jornalístico em diferentes momentos históricos, resgate e análise de registros históricos do exercício jornalístico | 15 |
| Jornalismo especializado | O jornalismo na perspectiva da segmentação de público e/ou de área (econômico, de entretenimento, de moda, de política, de educação, de revista, entre outros) | 11 |
| Jornalismo e tecnologia | A relação entre jornalismo e redes digitais, inteligência artificial, algoritmos e dispositivos digitais; interferência da evolução tecnológica no exercício da atividade profissional; processos e perspectivas de inovação | 33 |
| Jornalismo, democracia e minorias sociais | Discussões sobre a relação entre a prática jornalística e seu papel para a democracia; jornalismo e cidadania; minorias sociais e jornalismo | 11 |
| Ética, liberdade de expressão e legislação em jornalismo | Questões éticas do cotidiano profissional; discussões sobre dilemas e valores no exercício da profissão; reflexos de leis e/ou decisões jurídicas na atividade; discussões sobre documentos regulamentadores e/ou relatórios oficiais | 6 |
| Rotinas produtivas, práticas e seus elementos constituintes | As práticas jornalísticas; o cotidiano profissional; a adaptação contemporânea do jornalista e sua atividade; objetividade e credibilidade | 35 |
| Ensino e pesquisa em jornalismo | Memória da pesquisa sobre jornalismo; a formação do jornalista; discussão e/ou propostas metodológicas para a pesquisa na área | 9 |
| Jornalismo e meio | Caracterização do jornalismo exercido em meios específicos (radiojornalismo, telejornalismo, fotojornalismo, webjornalismo); discussões sobre mudanças e adaptações nos tipos de jornalismo conforme o meio | 17 |

| | | |
|--|--|----|
| Profissional, organização e produto jornalístico | O jornalista enquanto alvo de processos sociais e/ou coletivos, seu perfil e caracterização; a empresa jornalística, sua organização e constituição; a notícia, a reportagem; o uso da linguagem e a construção da narrativa | 54 |
| Recepção e audiência | Trabalhos nos quais se discute a perspectiva e efeitos produzidos naqueles que consomem os produtos jornalísticos; o papel e a interferência da audiência no jornalismo | 6 |

Elaborado pelas autoras

Os dados encontrados nos permitem, ainda, considerar possíveis variáveis que reflitam em alguns pontos. É o caso das pesquisas voltadas para o ensino e pesquisa do jornalismo, cuja pouca aparição nos 24 encontros se deve à realização de evento voltado apenas para esta categoria temática. O número expressivo de trabalhos que foram inseridos na categoria jornalismo e tecnologia evidencia o crescente interesse por questões que envolvam inovação, sendo também um indício de uma força reflexiva crescente voltada para a temática. Por fim, o maior volume de trabalhos voltados para reflexões sobre o profissional, a organização e o produto jornalísticos também repercute as intensas mudanças no cotidiano de jornalistas e as relações de trabalho estabelecidas com entre estes e as empresas do ramo. Terminadas nossas análises a respeito dos trabalhos, seguimos para nossas últimas considerações a respeito do que expusemos até aqui.

Considerações finais

A memória da ciência nos permite compreender os caminhos traçados pelo conhecimento, de modo que os encontros promovidos por

entidades agregadoras de discussões sobre a pesquisa garantem pelo menos dois grandes benefícios: o primeiro, contemporâneo à realização destes encontros, a percepção dos interesses de pesquisa entre os pares; o segundo, consequência do anterior e resultado da constância de realização destas ocasiões e consistência das discussões empreendidas, a caracterização do percurso empreendido pelas tendências de pesquisa no decorrer do tempo. Tendo isso em mente, propusemos traçar neste trabalho o perfil do GT Estudos em Jornalismo, da Compós, uma vez que este vem reunindo anualmente pesquisadores e pesquisadoras que se dispõem a discutir pesquisas em desenvolvimento ou concluídas, bem como compartilhar reflexões de cunho teórico e/ou ensaístico, materializados em trabalhos de autoria individual ou compartilhada.

Ao nos debruçarmos sobre os dados coletados, deparamo-nos com uma distribuição regional que, embora ainda de maioria total sudestina, demonstra uma penetração crescente de trabalhos de outras regiões do país através do tempo, demonstrando não só a capilarização de ofertas de programas de pós-graduação com o desenvolvimento de pesquisas em Jornalismo como também o fortalecimento de mais cursos na área.

Ainda que seja necessário ponderarmos que o recorte escolhido nesta investigação não reflete necessariamente a totalidade do cenário de outros eventos ou publicações no que se refere à baixa detecção de parcerias entre diferentes instituições no desenvolvimento dos trabalhos apresentados, ressaltamos que a baixa recorrência desta prática em nosso corpus aponta para uma tendência reconhecida em trabalhos anteriores, o que nos leva a considerar este resultado como reflexo de uma prática recorrente entre pesquisadores da área.

Destacamos, ainda, a nítida percepção do reflexo do crescimento dos cursos de pós-graduação em Comunicação através dos anos como causa potencial da diversidade de instituições que são apontadas como participantes dos encontros do GT nas edições consideradas, bem como uma desproporção na participação de cursos de mestrado e doutorado em Jornalismo nestas ocasiões.

Neste último caso, é importante, também, considerar a condição do grupo de trabalho que nos propomos a estudar: ao ser um entre outros 23 que constituem a totalidade do congresso realizado anualmente pela Compós, o GT se mostra como um espaço mais restrito e pontual, uma vez que acontece uma vez ao ano e recebe apenas o total máximo de 10 trabalhos - o que não se repete em eventos específicos, tal como os encontros promovidos pela SBPJor.

Por fim, a distribuição das categorias temáticas e dos tipos de pesquisa desenvolvidos em Jornalismo que verificamos no GT nos permitiu conferir um maior volume de trabalhos voltados para temas relacionados a jornalistas, organizações jornalísticas e produtos jornalísticos, além das rotinas produtivas e práticas profissionais, ressaltando a preocupação dos pesquisadores com questões inerentes à profissão e que dialogam com o mundo do trabalho do qual o jornalista será parte. Ao mesmo tempo, a baixa ocorrência de pesquisas aplicadas em jornalismo e que se debruçam sobre questões relacionadas à ética e ao papel e formação da audiência sinalizam um delicado espaço que precisa ser preenchido, uma vez que estes pontos dialogam diretamente com a urgência cada vez maior de discussões sobre estes pontos.

Naturalmente, é preciso reconhecer as limitações de nossa investigação - algumas delas, potencialmente resultantes de mudanças

e adaptações de ordem da normalização, orientação de disposição de informações e ajustes em templates utilizados pelos participantes no decorrer dos anos que constituem nosso recorte de tempo. A diversidade de termos elencados entre as palavras-chave, bem como a eventual licença poética empregada na linguagem de títulos e resumos dificultaram o trabalho de identificação e catalogação do material. As ocorrências de não-registro de instituição de origem e/ou titulação também tornaram mais delicadas algumas etapas do processo de pesquisa, bem como a ausência, em parte significativa dos resumos dos trabalhos analisados, de elementos constituintes caracterizadores desta parte (tal como objetivo, metodologia e resultados), demandaram tempo e atenção redobrados na organização e catalogação destes dados.

Ao final, voltamos nossa atenção para potenciais continuidades do presente estudo. Traçado um primeiro perfil do GT em questão, inicialmente focado na identificação institucional, regional, de gênero e pesquisas que constituíram os trabalhos apresentados em 24 edições dos congressos promovidos pela Compós, compreendemos a importância de um desdobramento natural sobre o qual nos debruçarmos e, ressaltamos, necessário: a verificação das tradições teóricas que se fazem presentes nos trabalhos e a consequente percepção de quais nomes de participantes despontam como seus representantes e expoentes representaria um rastro fundamental que possibilitaria um refinamento da percepção do cenário que caracteriza a memória da pesquisa em jornalismo.

Referências

A Compós. (s.d.). Recuperado de <https://compos.org.br/a-compos/>

- Assis, F. (2018). Pesquisa aplicada em jornalismo: o desafio da construção do objeto. *Comunicação & Inovação*, 1(41), 133-148.
- Benetti, M. (2005). Data and reflections on three journalism research environments. *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 25-46.
- Bourdieu, P. (2004). *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. Editora UNESP.
- CCS/CAPES. (2022, fevereiro 11). Pós-graduação brasileira tem maioria feminina. *Gov.br*: <https://www.gov.br/capes/pt-br/assuntos/noticias/pos-graduacao-brasileira-tem-maioria-feminina>
- Cellard, A. (2008). A análise documental. In J. Poupart, J. P. Deslauriers, L. H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, & A. Pires (Eds.), *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos* (pp. 295-316). Vozes.
- Curty, R. G., & Delbianco, N. R. (2020). As diferentes metrias dos estudos métricos da informação: evolução epistemológica, inter-relações e representações. *Encontros Bibli*, 25, 1-21.
- Demo, P. (1994). *Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas*. Tempo Brasileiro.
- Demo, P. (2000). *Metodologia do conhecimento científico*. Atlas.
- Analytical and Data Services, da Elsevier. (2024, março 8). *Em direção à equidade de gênero na pesquisa no Brasil Relatório BORI-Elsevier*

#4. Agência Bori. https://abori.com.br/wp-content/uploads/2024/03/ESLEVIER_BORI_gender.pdf

Farias, L. A. Possendoro, A. J. (2018). A pós-graduação em Comunicação no Brasil: cenário e evolução quantitativa, quantitativa, histórica e conceitual. *Revista Passagens*, 9(1), 153-169.

Kunsch, M. M. K., & Gobbi, M. C. (2016). O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 68-91.

Lima, S. P. (Ed.). (2022). *Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho*. Quorum Comunicações.

Machado, E. (2004). Dos estudos sobre o jornalismo às teorias do jornalismo (Três pressupostos para a consolidação do Jornalismo como campo de conhecimento). *e-Compós*, 1, 1-5.

Machado, E., & Rodhen, J. (2016). Metodologias da pesquisa aplicada ao jornalismo: um estudo dos trabalhos apresentados na SBPJor (2003-2007). *Brazilian Journalism Research*, 12(1), 228-245.

Martinez, M., Lago, C., & Iuama, T. R. (2022). Pesquisa aplicada em jornalismo: mapeamento dos estudos do campo. *Revista de Estudos Universitários*, 1(48), 1-24.

Marques de Melo, J. (2004). Os primórdios do ensino de Jornalismo. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 1(2), 73-83.

- Motta, L. G. (2005). Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiacêntrico e sociocêntrico. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 7(1), 1-23.
- Pereira, M. L. P., & Wainberg, J. (1999). O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 1983-1997. *Revista FAMECOS*, 2(11), 27-37.
- Plataforma Sucupira. (s. d.). *Cursos avaliados e reconhecidos*. <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/programa/quantitativos/quantitativoAreaConhecimento.jsf?areaAvaliacao=31>
- Rodrigues, J. E. A. G., & Pôrto Júnior, F. G. R. (2023). A institucionalização do ensino de Jornalismo: uma história da prática no mundo, no Brasil e na Região Norte brasileira. In G. Pôrto Júnior, & F. Ormanzeze (Eds.), *Ensino de Jornalismo na contemporaneidade: perspectivas e provocações* (pp. 52-74). Observatório Edições.
- Rubleski, A. (2011) Pesquisa em jornalismo: produção e uso de informação nos artigos apresentados em congressos. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 7(1), 197-211.
- Silva, R.G., & Bianchi, M. L. P. (2001). Cientometria: a métrica da ciência. *Paidéia*, 11(20), 5-10.

ANÁLISE DISCURSIVA DA REVISTA VOGUE BRASIL: QUEM É A MULHER FELIZ EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19?

Bianka Macário de Lima¹
Marcos Paulo da Silva²
Katarini Miguel³

Era possível ser uma “mulher feliz” enquanto se vivia a pior crise sanitária desde o último século? Em caso positivo, como a felicidade feminina foi representada e quem se enquadraria nesta noção tão difusa? Para entender essas questões, procuramos analisar neste capítulo como

-
1. Graduada em Jornalismo e História pela Univ. Católica Dom Bosco (UCDB). Mestre em Comunicação pela Univ. Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). biankamacario@gmail.com
 2. Professor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) - Nível 2. marcos.paulo@ufms.br
 3. Professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Bolsista de Pós-doutorado Sênior do CNPq (FAAC-Unesp). katarini.miguel@ufms.br

a ideia de felicidade foi construída como um discurso performativo nas páginas da *Vogue Brasil*⁴- uma das principais revistas sobre jornalismo de moda e estilo de vida devotada predominantemente ao público feminino no contexto brasileiro. No cenário da pandemia de covid-19 em 2020, que rapidamente transformou a vida de milhões de pessoas em todo o mundo com a propagação acelerada do vírus Sars-Cov-2 e suas drásticas consequências, as respostas às questões se faziam urgentes.

Centenas de milhares de vidas foram perdidas devido à precária gestão sobre o avanço do vírus ao redor do planeta, não raramente por motivações políticas e econômicas (Amin et al., 2022). No Brasil, foco desta pesquisa, o ex-presidente Jair Bolsonaro, de forte matiz conservadora, assumiu um discurso negacionista em relação à gravidade da doença e contribuiu para tornar os efeitos da pandemia ainda mais severos (Beer, 2021). Em termos comparativos, o Brasil chegou a ocupar o décimo quarto lugar em número proporcional de mortes pela doença, com 3.200 mortes por milhão de pessoas. Em maio de 2023, quando a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou oficialmente o fim do estado de emergência da covid-19, o Brasil registrava mais de 700 mil vidas perdidas (Cofen, 2023). Além das milhares de vidas levadas em decorrência do vírus e de decisões políticas, a sociabilidade contemporânea foi também duramente afetada ao longo dos meses que caracterizaram a crise de contágio do Sars-Cov-2 – em especial no universo feminino.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU, 2020), as mulheres foram mais afetadas pelas circunstâncias de pandemia.

4. Este capítulo congrega os principais debates e resultados obtidos pela pesquisa de mestrado: Lima, B. M.(2021).

Quarentenas e fechamentos de escolas contribuíram para o aumento da violência de gênero, em particular a violência doméstica, e outras ameaças para meninas e mulheres de todo o mundo. Além disso, as mulheres estiveram, majoritariamente, à frente dos serviços de saúde, com sete entre cada dez profissionais em todo o mundo. As questões de gênero também impactaram na oferta de serviços essenciais, como na cadeia de suprimentos de alimentos, limpeza e assistência (ONU Mulheres). O Conselho de Direitos Humanos da ONU alertou que as desigualdades de gênero fizeram “uma pandemia dentro da pandemia” (ONU, 2020).

Não obstante, mesmo no interior de um cenário adverso, o estatuto de “ser feliz” permaneceu ao longo da crise como um discurso norteador da sociabilidade contemporânea. Trata-se de uma concepção hegemônica de vida feliz que emergiu nos meandros da vida cotidiana com forte apoio da mídia de massa e dos discursos disseminados nas redes sociais. Wainberg (2020, p. 116) explica que “a felicidade é mais bem descrita como um sentimento e menos como uma emoção. Ou seja, não se trata de um rompante de excitação, e sim de uma sensação constante e prolongada de bem-estar”.

Diante desse cenário, destacamos a importância de entender como as diferentes noções de felicidade feminina são estabelecidas na sociedade, pautadas por um tipo de jornalismo. Questionamos como as concepções de ser feliz se tornam uma prescrição estabelecida na vida cotidiana e procuramos analisar como as “mulheres felizes” foram retratadas na *Vogue Brasil* durante o primeiro ano da pandemia, período marcado por inúmeras incertezas. Em outras palavras, procuramos examinar como a revista - uma das mais populares do Brasil - construiu

discursivamente a prescrição de uma felicidade ideal de gênero. Considerando que a *Vogue Brasil* se legitima por meio de um discurso de vanguarda e se constitui como um veículo jornalístico que tem como público-alvo as mulheres, nossa hipótese inicial era de que o discurso da *Vogue Brasil* estaria ancorado nos debates contemporâneos de gênero e raça - ainda que nossa suposição era de que essas demandas estivessem menos ancoradas em questões éticas e mais em termos mercadológicos de posicionamento de marca.

Sentidos de felicidade

A constituição da felicidade nas mais diversas sociedades e períodos históricos sofreu transformações de acordo com as mudanças no conceito de vida social. No entendimento de Ferraz et al. (2007, p. 235), “até o advento da filosofia socrática, acreditava-se que a felicidade dependia dos desígnios dos deuses”. Essa concepção religiosa da felicidade imperou durante muitos séculos e em diferentes culturas. Posteriormente, Sócrates foi responsável por instaurar um vértice inédito para aquele contexto histórico, estabelecendo que “ser feliz é uma tarefa de responsabilidade do indivíduo, debatendo sobre a felicidade e pregando que a filosofia seria o caminho que conduziria a essa condição”.

Birman (2010) sustenta que em diferentes períodos históricos a felicidade foi condicionada aos deuses através da interferência das leis divinas, sempre de modo que estas fossem a garantia de segurança contra todos os males – pautas comuns na antiguidade clássica e no advento do cristianismo. Para o autor, “a experiência da felicidade dos indivíduos seria caucionada pela ação dos deuses pagãos (Antiguidade) e do Deus cristão (Cristianismo), que controlariam o destino, o imprevisível e o

acaso, possibilitando, então, a realização dos seus feitos” (Birman, 2010, p. 32). Também numa perspectiva histórica, Ferrer (2010, p. 166) adverte que “na Antiguidade se suportavam melhor a dor e os contratempos, hoje apaziguados por estimulantes de alegria obrigatória. A verdade é que o mal-estar existencial constitui um problema de primeira grandeza, atualmente”.

No interior deste raciocínio, Birman (2010, pp. 33-34) assegura que a partir da concepção do iluminismo “os indivíduos com o uso devido da razão poderiam, se quisessem, refundar a ordem social de acordo com os seus interesses e desígnios, para promover o projeto de felicidade para todos”. Todavia, este quadro no tecido social do ocidente passou a se transformar com a valorização do individualismo e do hedonismo, pois “o projeto de construção da felicidade começou a se caracterizar, desde então, pelo culto ao indivíduo, que passou a ser considerado como valor, em si e para si” (Birman, 2010, p. 35). Tal processo foi intensificado pelo liberalismo, fortalecendo, assim, a ideia de uma felicidade individual e marca definitivamente essa concepção como natural.

Em suma, essas transformações introduzidas há séculos se tornaram muito intensas na contemporaneidade e têm moldado cada vez mais as experiências na vida privada e na vida cotidiana. A busca pela felicidade tornou-se uma meta pessoal e intransferível, não mais relacionada a uma experiência coletiva. Trata-se de um processo de “privatização da felicidade que alcançamos nas últimas décadas, significando o direito, mas também um dever que nos impulsiona e atormenta” (França, 2010, p. 217).

No Brasil, a valorização da felicidade como discurso e marca generalizada da sociabilidade ganhou terreno a partir do século XX com a efervescência econômica e com o advento de tecnologias responsáveis por instaurar novas formas de viver e de se construir relacionamentos. Segundo Sant’Anna (2010), até a década de 1920 a imprensa dificilmente propagava palavras como “alegria” e “felicidade”; as alterações relacionadas ao bem-estar tiveram um surgimento lento. Isso pode ser explicado pelo próprio cenário precário de oportunidades que o país oferecia para a maioria da população, marcado pela falta de infraestrutura e pela carência de direitos de cidadania, sendo que poucos conheciam o conceito de uma vida cômoda, além, evidentemente, das marcas da escravidão e da exclusão fortemente enraizadas no país há séculos.

Esse contexto começou a se alterar no início da segunda metade do século XX. Partes significativas da sociedade brasileira passaram a mergulhar em grandes mudanças de sociabilidade com o surgimento de um padrão de “vida moderna”. Cardoso de Mello e Novais (1998, p. 560) enfatizam que, nas três décadas que se iniciaram nos anos 1950, parcelas importantes da população brasileira começaram a vivenciar o surgimento de uma nova concepção de civilização que combinava “a incorporação das conquistas materiais do capitalismo com a persistência dos traços de caráter que nos singularizavam como povo: a cordialidade, a criatividade, a tolerância”. Marcada pela industrialização, a conjuntura urbana transformou-se muito rapidamente no país entre 1950 e 1980. Outros fatores destacados por Cardoso de Mello e Novais (1998) são o forte êxodo rural que ocorreu na mesma intensidade e velocidade da incorporação de novos hábitos de sociabilidade e consumo.

A partir da década de 1970, foi possível notar a ascensão de uma “felicidade juvenil” no país que ganhou força com base nas transformações econômicas que estavam em curso. Uma concepção hegemônica de vida feliz emergiu das mídias de massa relacionada a um estilo de vida jovem e a corpos atléticos dispostos a novos desafios. Sant’Anna (2010, p. 192) adverte que “a atual ênfase na conquista da felicidade, passível de compra e cada vez mais assistida cientificamente, possui um longo passado no qual persistem diferentes maneiras de lidar com a morte, a vida e o corpo”. Nesse contexto, complementa a autora, a socialidade contemporânea encontrou uma ideia bem definida de identidade nacional construída midiaticamente a partir de uma crença banalizada: “é preciso e é possível estar sempre alegre e saudável, especialmente quando se é brasileiro”.

Nesse contexto, as mulheres passaram a ser frequentemente bombardeadas de maneiras específicas para se constituírem dentro de padrões socialmente elaborados. Várias autoras têm demonstrado que as representações e os estereótipos de gênero são construídos sob o privilégio dos homens, tanto historicamente quanto na sociedade contemporânea (Beauvoir, 2015; Buitoni, 2009; Del Priore, 1988; Halberstam, 2011; Wolf, 2015). Esses privilégios passaram a moldar o ideal de uma mulher feliz. Em termos discursivos, a construção de um ideal hegemônico de felicidade pode recair sobre as mulheres de diversos modos: ser feliz no amor, conquistar a carreira dos sonhos, viagens aos destinos mais badalados, até a peça de roupa que será tendência na próxima estação.

Mais do que isso, o ideal de uma vida plenamente feliz pode estar inserido performativamente nos veículos de comunicação consumidos e produzidos por elas. Braga (2003, p. 112) destaca que “os discursos

das revistas, através de suas representações, associam a mulher a certos contextos, a certas questões, reproduzindo matrizes identitárias culturais e uma certa noção social de identidade feminina que, no espaço midiático, se torna pauta, agenda”. As informações que são veiculadas, em suma, chegam no público final em formato de “conselho de amiga”, ou dica de uma colega de trabalho, o que tende a persuadir com mais facilidade (Buitoni, 2009).

De acordo com as análises de Braga (2015, p. 1), fica evidente que ainda não se fez o suficiente para que antigas ocupações fossem eliminadas do cotidiano feminino. Segundo a autora, ocorre paradoxalmente um movimento contrário, ou seja, “traduziram-se no campo social como ‘conquista’ de novos deveres, somando novas funções e papéis aos antigos”. Sob essa ótica, os papéis que deveriam ser desempenhados pelas mulheres, são publicados “segundo uma vertente discursiva recorrente nas mídias, uma mulher ‘ideal’, além de ser boa mãe, dona de casa e esposa, também deve ser bem-sucedida profissionalmente, sexy, bem-informada, inteligente, excelente amante e magra, magérrima”.

Buitoni (2009, p. 196) acrescenta que a problemática que envolve a prerrogativa de receitar ao feminino o que deve ser conquistado, leva a um dilema, pois “a mulher, então, não pode ser bela, sensível, alegre por si só. Ela conseguirá essas qualidades se tiver determinados objetos. Para ser, ela precisa ter”. Tais concepções são comumente vistas na contemporaneidade como “passos” para alcançar o sucesso e para o conceito de uma vida feliz .

Betty Friedan foi subversiva ao analisar a (in)felicidade das mulheres, já na década de 1960, e contestar os tradicionais papéis de gênero reiterados pelas revistas especializadas. “A figura da mulher que

emerge dessas bonitas revistas é frívola, jovem, quase infantil, satisfeita num universo constituído de quarto, cozinha, sexo e bebês. A revista não deixaria, com certeza, de falar em sexo, a única paixão, o único objetivo que se permite à mulher em busca do homem” (Friedan, 1971, p. 34). As publicações refletiam a prescrição normativa do sexo biológico, alicerçada no fetiche do conforto material das sociedades emergentes.

Contudo, a tal mística feminina - este composto de expectativas sociais que restringem as mulheres ao espaço doméstico e servil -, levava a uma constante insatisfação. Uma infelicidade, apesar da prosperidade econômica dos Estados Unidos, localidade de sua base empírica, que Friedan denominou como “problema sem nome”. “De modo que a mulher se viu forçada a aceitar o fato de que a infelicidade americana é simplesmente a mais recente conquista dos seus direitos” (Friedan, 1971, p. 25). A angústia contrastava com a imagem da feliz dona de casa apresentada por revistas como a *Times*, que proclamava: “Tem uma vida agradável demais para lembrarem de ser infelizes” (Friedan, 1971, p. 23). A teórica, ciente da crise, incitava as escolhas por liberdade, educação, carreira para a realização pessoal, no caso, de mulheres tipicamente brancas, de classe média e escolarizadas.

Se Friedman problematiza a infelicidade presente no ideal de feminilidade, em um contexto altamente privilegiado e individualista, os feminismos avançam na perspectiva da interseccionalidade como chave interpretativa para experiências pessoais que refletem no coletivo (Collins & Bilge, 2021; Crenshaw, 2002). Entender a diversidade de mulheres e a inter- relação entre os marcadores de raça, classe, orientação sexual, nacionalidade, etnia, faixa etária, e outras avenidas de opressão, se faz imperativa para a representatividade desse público, inclusive midiática,

e para a própria complexidade do mundo. Os marcos interseccionais ampliam as compreensões sobre trabalho, família, reprodução e construção social e tensionam a lógica capitalista que emperra a difusão das pautas feministas em nome dos interesses mercadológicos. O projeto coletivo desse feminismo crítico vai de encontro com a racionalidade neoliberal, que flerta com a violência e a opressão, forjando como emancipação conquistas individuais isoladas, reproduzidas sistematicamente por revistas femininas como a *Vogue*, como notamos nas análises deste capítulo.

Impactos da covid-19 na vida das mulheres

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o novo coronavírus como pandemia em 11 de março de 2020. No Brasil, as autoridades públicas decretaram o estado de calamidade pública na semana subsequente. As premissas básicas recomendadas foram o distanciamento e o isolamento social, o “fique em casa”, ambos como formas de prevenir e frear as formas de contágio. De acordo com a Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (2020), “impactos imediatos dessas medidas ocorreram no ambiente doméstico com alterações significativas no cotidiano das famílias e nas rotinas pessoais”. Esse contexto levou a “uma intensificação da convivência doméstica e familiar em espaços e condições nem sempre adequados para comportar as recém-criadas necessidades de ensino à distância, teletrabalho e cuidados domésticos” (ONU Mulheres, 2020).

Campos et al. (2020) afirmam que a pandemia intensificou as desigualdades que sempre caracterizaram o Brasil, pois o simples fato de “ficar em casa” apresentava disparidades provenientes de três

diferenças sociais: classe, gênero e raça. “Mulheres negras são as mais afetadas em periferias onde é impossível trabalhar remotamente devido às condições materiais e a natureza dos trabalhos. Na periferia explode o número de infectados e mortos por Covid-19” (Campos et al., 2020, p. 13). Além disso, é necessário enfatizar o aumento da carga de trabalho com atividades domésticas e cuidados com os membros da família, socialmente naturalizados como responsabilidade feminina. Segundo Moreira et al. (2020, p. 6), “para algumas mulheres, os ofícios de cuidado misturam-se às rotinas de *home office* e *homeschooling*. Ainda que estas atividades sejam cansativas, são atravessadas por privilégios de classe e raça”. Campos, Tchalekian e Paiva (2020, p. 13) adicionam que “a disparidade em que se encontram homens e mulheres foi acentuada nesse período. “A divisão sexual das tarefas da casa sobrecarrega as mulheres (especialmente as casadas com filhos) e aumenta o trabalho invisível e não remunerado da mulher”.

Nesse ínterim, destacamos a importância de expor as realidades em que as mulheres foram inseridas em tempos pandêmicos, pois diz muito sobre como a sociedade funciona e como a existência de diferenças entre gêneros foi maximizada. “A desigual divisão de tarefas domésticas, que sobrecarrega especialmente as mulheres casadas e com filhos, comprova como o ambiente do lar é mais uma esfera do exercício do poder masculino” (Vieira et al., 2020, p. 3). O isolamento social revelou os índices alarmantes de violência sofrida pelas mulheres no âmbito familiar durante os períodos obrigatórios de quarentena. Dessa forma, o risco de segurança para as mulheres que já enfrentavam ambientes domésticos violentos foi exacerbado, deixando-as totalmente isoladas com seus agressores (Barbosa et al., 2020).

Vieira et al. (2020) destacam que, no Brasil, o reconhecimento do lar como um ambiente seguro, visto como um local de descanso e proteção, também é um privilégio de classe e gênero. É no interior deste contexto peculiar na história recente da humanidade que procuramos entender a construção discursiva performativa que uma revista feminina elitizada – caso da *Vogue Brasil* – instituiu no universo de suas leitoras nos meses em que o país esteve imerso em uma situação de vulnerabilidade, desamparo e incertezas.

Com base na revisão teórica apresentada, abordamos as seguintes questões de pesquisa: 1) Como a *Vogue Brasil*, uma das revistas de maior destaque no Brasil, constrói um discurso sobre um ideal de felicidade em tempos de pandemia?; 2) esse ideal de mulher feliz é influenciado por raça e classe?; e 3) quais são as principais categorias discursivas empregadas nesse processo de construção?

Caminhos da investigação

Nosso estudo examina oito edições da versão brasileira da revista *Vogue* em 2020. Considerando que a pandemia foi declarada em março de 2020, começamos a análise com a edição de abril. Outro fator que contribui para o número de edições foi a junção - também devido à pandemia - das edições de julho e agosto em uma única publicação. Nossa escolha pela *Vogue Brasil* foi motivada pelo fato de a revista se legitimar como “a maior autoridade em moda do país, além de ter estabelecido sua relevância no cenário internacional; (...) influente, criativa e sofisticada, a publicação reúne entre seus colaboradores a tropa de elite da indústria global” (*Vogue Brasil*, 2019). Trata-se de um produto jornalístico híbrido, que se diferencia nas experiências

de confecção e consumo: “um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento. Nenhuma dessas definições está errada, mas também nenhuma delas abrange completamente o universo que envolve uma revista e seus leitores” (Scalzo, 2011, p.11). Benetti (2013) também destaca as sensações que o material impresso ainda pode provocar e as narrativas quase sinestésicas que atendem a públicos do jornalismo especializado e permanecem no tempo.

Nesta esteira de emoções e informações que se cruzaram durante uma pandemia e ressignificaram, ainda que momentaneamente, a performance de felicidade, que recorreremos à análise crítica do discurso de *Vogue Brasil*, uma revista focada no gênero feminino. Entendemos que a construção da felicidade pode atingir as mulheres de diversas formas: ser feliz no amor, conquistar a carreira dos sonhos, viajar para os destinos mais badalados e até mesmo na peça de roupa que será a tendência da próxima estação.

Em termos metodológicos, a análise crítica do discurso consiste em uma linha fundamental de estudos discursivos e constitui uma abordagem baseada na linguagem na contemporaneidade. O discurso é definido por Fairclough (1992) como uma questão de prática, uma parte fundamental na constituição e construção do mundo social: o discurso contribui para o estabelecimento de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, moldam e restringem a si mesma: suas próprias normas e convenções, bem como as relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. Vieira e Macedo (2018, p. 57) acrescentam que o discurso pode ser entendido como “modo de ação sobre o mundo e sobre os outros e também é modo de representação;

constitui elemento da vida social intimamente interligado com outros elementos; é moldado e restringido pela estrutura social e contribui para a constituição das dimensões dessa estrutura social”.

Nossa análise começa com a combinação de três aspectos essenciais da sistematização crítica do discurso: (1) texto, (2) prática discursiva e (3) prática social. Na esfera dos estudos críticos, o discurso como prática social é analisado para entender as relações de poder, além das ações na tentativa de mudança social. Como apontam Vieira e Macedo (2018, p. 49), “a inclusão do contexto social na análise de textos é fundamental para descrever, explicar, revelar e interpretar os diferentes discursos nas práticas sociais. Texto é interação, representação de mundo e identificação de si mesmo. Ele traz as marcas dos atores sociais que dele utilizam”.

Diante disso, nossa análise é inspirada nas quatro categorias de discurso de Fairclough (1992): (1) estrutura genérica, (2) representação de atores sociais, (3) interdiscursividade (4) avaliação. Em primeiro lugar, a categoria de estrutura genérica permite analisar como os gêneros discursivos são produzidos e difundidos, uma vez que estão ligados a práticas e têm finalidades diferentes (Charaudeau, 2002; Fairclough, 1992; Ramalho & Resende, 2011). Nesse sentido, reconhecemos as fronteiras entre as intenções que podem não estar explícitas em gêneros específicos, como o jornalístico, o publicitário e os híbridos (editoriais de moda, por exemplo) dentro da *Vogue Brasil*.

Em segundo lugar, analisamos como os atores sociais são incluídos (ou excluídos) nas construções discursivas da revista. Além de mostrar como ocorre a inclusão ou exclusão de atores/atrizes, a categoria também explica como estes “podem ser incluídos, mas ter sua agência

ofuscada, ou enfatizada; podem ser representados por suas atividades ou enunciados; podem ser referidos por meio de julgamentos acerca do que são ou do que fazem, e assim por diante” (Ramalho & Resende, 2011, p. 149).

Além disso, a categoria avaliação permite analisar quais são as intenções ou visões sobre a sociedade daqueles que produzem os dispositivos discursivos. Segundo Ramalho e Resende (2011, p.119), como forma particular de se posicionar no mundo social, as avaliações são sempre parciais, subjetivas e, portanto, vinculadas a processos de identificação. Eles se manifestam discursivamente na forma de afirmações avaliativas, verbos e pressupostos avaliativos.

Por fim, ao utilizar a categoria da interdiscursividade, nosso foco está na compreensão de como “são as vozes articuladas ou não nos textos, assim como as maneiras como são articuladas”. Esta categoria permite verificar como as identidades discursivas podem se fundir com outros discursos; “frequentemente pela análise da interdiscursividade investigamos discursos articulados em textos e suas conexões com lutas hegemônicas mais amplas” (Ramalho & Resende 2011, p.142).

Principais achados

Inicialmente, reconhecemos que a *Vogue Brasil* construiu, desde o início da pandemia, um discurso performativo sobre o que é uma mulher feliz e como alcançá-la. Em uma visão geral da amostra, constatamos em várias circunstâncias que a revista utiliza dispositivos discursivos para construir um ponto de vista totalmente descolado da complexidade da pandemia e da grave crise sanitária no Brasil. Por exemplo, essa tendência pode ser observada na capa da edição de

abril, com a modelo brasileira Gisele Bündchen e o uso da ideia de “novo normal” como slogan.

Inicialmente, a edição de abril foi publicada com duas capas diferentes, mas a estratégia editorial não impediu que a revista fosse acometida por uma polêmica imediatamente após o lançamento da primeira capa, devido à situação crítica em que o país estava imerso na crise de covid-19. Em resumo, o discurso disseminado pela opção da *Vogue Brasil* de usar Gisele Bündchen como estrela da capa denotou uma falta de empatia com o sofrimento de uma parcela significativa da população brasileira.

Em consonância com Fairclough (1992), consideramos essencial mencionar o contexto para compreender os significados gerados pela publicação dessa edição de *Vogue Brasil*, que também foi comemorativa do aniversário de 45 anos da revista no país. Por exemplo, a foto da capa mostrava a famosa modelo brasileira vestindo uma peça de luxo da marca *Prada*. Por outro lado, por meio do mote do “novo normal”, a revista utilizou uma estratégia de interdiscursividade ao abordar o cenário discursivo proporcionado pela pandemia - nesse caso, porém, em uma referência paradoxal ancorada na positividade e na leveza. Em suma, a revista construiu um raciocínio que remete a uma tentativa de imaginar uma vida pós-pandemia em que a sociedade estaria mais voltada para a simplicidade. No entanto, há uma forte contradição nesse ponto, considerando que o ideal de “simples” estava ligado ao uso de uma marca de luxo por uma modelo de sucesso com padrões de beleza hegemônicos.

Figura 1

Capa da revista *Vogue Brasil* de abril de 2020



Vogue Brasil, abril de 2020, edição 501.

Simplicidade para quem? Naquele contexto (abril de 2020), a publicação construiu interdiscursivamente um sentido de normalização em torno da mortalidade do vírus ao vincular aquele cenário de calamidade pública à ideia de vida “normal” (embora tenhamos de reconhecer que já circulava socialmente um discurso focado no mote do “novo normal” relacionado ao uso de medidas de proteção, como o uso de máscaras e o distanciamento social). Essa tendência discursiva mobilizada pela Vogue Brasil conota o deslocamento de seu público para uma dimensão utópica da realidade e distante dos problemas dos tempos de pandemia. Não por acaso, a capa, vinculando a modelo Gisele Bündchen e a mensagem do “novo normal”, gerou uma cadeia de reações

de insatisfação nas redes sociais e, conseqüentemente, a reverberação dessa crítica em outras instâncias midiáticas (Estevão, 2020).

Isso posto, é importante enfatizar que as categorias da análise crítica do discurso (Fairclough, 1992) nos permitiram identificar esses padrões de relações assimétricas reproduzidas pela *Vogue* e como a mesma forjou dispositivos discursivos com prescrições sobre como uma mulher feliz se parece e age em tempos de pandemia.

Estrutura genérica

A categoria de estrutura genérica nos permitiu identificar os contratos discursivos híbridos - muitas vezes contraditórios - de *Vogue Brasil*. Por um lado, cruzando os textos, verificamos características do “discurso da informação” (Charaudeau, 2002; Fairclough, 1992) que são legitimadas dentro do campo jornalístico. Por outro lado, identificamos nos mesmos textos dispositivos discursivos de persuasão relacionados a um ideal de consumo, o que é próprio do campo publicitário. Essa categoria também nos proporcionou a compreensão de como a revista adotou diferentes estratégias discursivas com o objetivo de vender produtos (no sentido físico) e estilos de vida (no sentido simbólico) baseados em um luxo desproporcionalmente ligado à realidade desigual do Brasil, especialmente durante a pandemia.

Por exemplo, a matéria “Zona de Conforto” da edição de outubro apresentou uma espécie de tutorial para ajudar as mulheres a se vestirem - valorizando fortemente uma estética confortável - considerando a retomada das atividades “fora de casa” após a quarentena. Uma circunstância importante no artigo é a citação da estilista brasileira Pamela Barja: “Por mais contraditório que seja, a pandemia nos trouxe

liberdade no vestir, normalizando combinações antes impensáveis”. Para entender a ousadia de tal conselho, no entanto, é essencial destacar as circunstâncias contextuais de outubro de 2020 - não havia sinal de uma vacinação eficaz e o número de mortes continuava a aumentar drasticamente.

Em seguida, o foco passou a prescrever formas alternativas de se vestir com indicações de marcas conhecidas pelas classes altas brasileiras - com altíssimo poder aquisitivo - que se identificam com as dicas da revista. Um conjunto de termos relacionados à moda de alto nível pode ser encontrado no artigo, como *easywear*, *comfy*, *dress code* e *workleisure*. Expressões que criam pressupostos avaliativos e mobilizam implicitamente valores positivos, não por acaso em idioma hegemônico.

Nesse ponto, podemos encontrar um diálogo entre as categorias discursivas de estrutura genérica e avaliação. Por exemplo, a *Vogue Brasil* acrescentou no artigo três citações de diferentes fontes com dicas de como se vestir ao sair de casa. Todas elas apresentam uma uniformidade em relação às suas posições: mulheres com carreira profissional bem-sucedida e o mesmo padrão corporal. Em uma citação da consultora de moda Ucha Meirelles, editora da *Vogue Brasil*, a presunção de valores é explicitada: “colares e pulseiras são uma forma de trazer um charme extra e percebemos que podemos ser mais livres e divertidas em nossas escolhas”. Esses exemplos ressaltam um ideal de positividade. Todas as citações se sobrepõem ao que Buitoni (2009) classifica como dispositivos discursivos de “dicas de amiga”, ou seja, declarações de mulheres em forma de conselhos. Podemos identificar um modo de discurso que endossa a relação entre roupas e sentimentos

de satisfação, tranquilidade e alívio. No entanto, em um segundo nível de significação, elas também prescrevem como se vestir adequadamente dentro de um padrão hegemônico de consumo.

Em resumo, a categoria discursiva de estrutura genérica aborda a forma como a *Vogue Brasil* legitima o consumo ao divulgar produtos em seus pretensos materiais jornalísticos sob a alcunha de “dicas” ou conselhos para solucionar um problema previamente apontado. Portanto, por meio dessa construção discursiva, a revista constrói uma autoridade e estabelece uma relação de credibilidade com seu público. Em outras palavras, a *Vogue Brasil* sugere que não há razão para se preocupar se as leitoras seguirem à risca as prescrições detalhadas, muitas vezes comerciais, de satisfação e felicidade, o que obviamente está alicerçado em um tipo privilegiado de raça e classe.

Representação dos atores (e atrizes) sociais

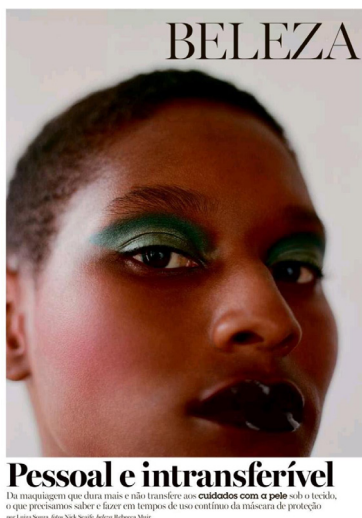
Identificamos, por meio da categoria discursiva da representação, o estabelecimento de padrões hegemônicos de beleza nas matérias da *Vogue Brasil* sobre a pandemia de covid-19, especialmente pautados na exigência de um corpo magro. São recorrentes as imagens de mulheres com esse perfil, como no caso de Gisele Bündchen. Tal inferência, em meados da segunda década do século XXI, era inesperada e contraria a hipótese inicial desta pesquisa. A *Vogue Brasil* se autolegitima sob um discurso de vanguarda. Logo, a reprodução explícita dessa tendência discursiva tampouco era esperada em tempos de pandemia.

Verificamos um padrão na seleção das fontes de notícias protagonistas. São predominantemente mulheres brancas magras, sob um imaginário de “sucesso”. Além disso, suas vidas privadas são dignas

de atenção pública. Geralmente são atrizes famosas, modelos e/ou influenciadoras digitais de sucesso mais recentes. Por outro lado, o mesmo não ocorre com modelos negras sem reconhecimento da mídia. Elas são ilustrativas e, muitas vezes, seus nomes e funções não são mostrados ou destacados.

Figura 2

Página da revista Vogue Brasil, julho-agosto 2020



Vogue Brasil, julho-agosto de 2020, edição 503/504, p. 75.

Um exemplo dessa abordagem pode ser encontrado na edição de julho-agosto. A matéria “Pessoal e intransferível” - não por acaso publicada na seção “Beleza” - aborda “o que as mulheres precisam saber e fazer em tempos de uso contínuo de máscaras”. Nesse caso, o foco é a relação entre maquiagem e máscaras em uma referência direta ao contexto da covid-19. A *Vogue Brasil* propõe um tutorial de como

“usar corretamente” ambos. No final, a revista divulga uma preocupação relacionada a um ideal de beleza, priorizando uma frivolidade em plena emergência de saúde pública.

A categoria discursiva da representação dos atores sociais é enfatizada nesse momento com uma foto de modelo negra usando uma maquiagem bem definida. Não há nome ou indicação de função. Não se trata de uma coincidência, nem de um caso isolado. Podemos verificar que as modelos negras não são mencionadas por nome ou função explícita, como ocorre com as celebridades (geralmente modelos ou atrizes brancas magras e famosas). Portanto, as mulheres apresentadas nesta matéria por meio de imagens cumprem uma representação essencialmente ilustrativa, sem serem protagonistas em termos de ações.

Uma segunda forma de identificação da categoria de representação de atores sociais refere-se à inclusão de “especialistas científicos” como fontes para legitimar produtos e estilos de vida prescritos como um caminho para uma “vida feliz”. Esse é um dispositivo típico relacionado ao “discurso da informação” no campo jornalístico (Charaudeau, 2002; Fairclough, 1992). No entanto, essa identificação pode ser verificada mesmo em matérias ligadas a estratégias discursivas de sedução para o consumo de produtos recomendados pela *Vogue Brasil*. Nesses casos, notamos a preocupação da revista não apenas em inserir as fontes, nomeando-as, mas também legitimando suas funções e formações acadêmicas.

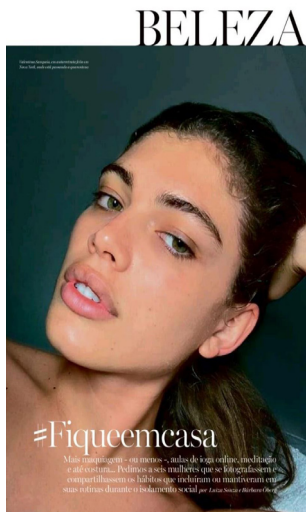
Interdiscursividade

Além do exposto, as construções simbólicas identificadas por meio de dispositivos interdiscursivos nos permitem, mais uma vez,

verificar um ideal de mulher magra utilizado como padrão hegemônico de beleza, um discurso corriqueiro e frequentemente disseminado pela mídia ocidental. Essa padronização acontece sem nenhum tipo de debate crítico ou consistente e evidenciou a lógica de homogeneização do corpo da mulher pela *Vogue Brasil*. A matéria “#fiqueemcasa”, publicada na edição de junho, é um exemplo dessa abordagem. Logo após a manchete, anuncia-se: “Mais maquiagem - ou menos -, aulas de ioga on-line, meditação e até costura... Pedimos a seis mulheres que se fotografassem e compartilhassem os hábitos que incluíram ou mantiveram em seu dia a dia durante o isolamento social”.

Figura 3

Página da revista Vogue Brasil, junho de 2020



Vogue Brasil, junho de 2020, edição 502.

A reportagem tem uma abordagem diferente do padrão da revista. O objetivo é mostrar como o dia a dia de seis mulheres - todas elas famosas no Brasil como estrelas de televisão ou influenciadoras de mídias sociais - mudou durante a quarentena, em um dos piores períodos da pandemia. Elas foram convidadas a enviar fotos e falar sobre suas mudanças na rotina. Do ponto de vista discursivo, a *Vogue Brasil* tenta fazer uma distinção entre a profissão e a localização das celebridades, apontando suas diferentes rotinas. No entanto, mantém-se um perfil homogêneo. Todas as mulheres são celebridades com “carreiras de sucesso”, morando em lugares luxuosos do Brasil ou exterior. Além disso, possuem famílias tradicionais (“maridos felizes”) e - mais uma vez - atendem aos padrões de beleza hegemônicos, principalmente corpos magros e brancos.

Outra característica comum é o sorriso sempre presente no rosto das mulheres. Essa estética indica concepções discursivas de conforto e descontração, portanto, um ideal típico de felicidade mesmo durante os tempos difíceis da quarentena. Estas representações homogêneas descrevem como os estereótipos da mulher são construídos pela revista no quesito da interdiscursividade. Além disso, remete a um discurso prescritivo de como agir e viver em sociedade. A composição da matéria traz fotos e trechos de falas das mulheres convidadas para ilustrar suas rotinas e os lugares em que se encontravam naquele momento. Esse é um recorte intrigante dentro da amostra e nos mostra a forma como os discursos foram mobilizados em um processo de normatização independente do cenário caótico da pandemia no Brasil.

Em termos de interdiscursividade, o artigo também encontra consonância na linguagem das redes sociais utilizando uma hashtag (#)

em seu título, “#ficaemcasa”. Esta referência legitima o espaço simbólico de performance onde as mulheres citadas no artigo atuam. Por outras palavras, é nas redes sociais que as novas celebridades têm construído discursos.

O discurso do imediatismo baseado na lógica contemporânea de aceleração do tempo também é utilizado pela *Vogue Brasil*. A revista prescreve soluções de resultados rápidos, principalmente quando se fala em padrões corporais hegemônicos ou na resolução de “problemas” da vida cotidiana. Diante disso, verificamos um discurso performativo voltado para a valorização de tecnologias redentoras associadas a efeitos instantâneos. Essa tendência pode ser recorrentemente identificada em expressões como “nova tecnologia”, “tecnologia revolucionária” e “tecnologia de ponta”. A *Vogue Brasil* endossa a capacidade dos aparelhos high-tech de gerar bons resultados, inserindo-se num discurso mais amplo da ideologia tecnicista (Moretzsohn, 2006). Além disso, a revista curiosamente legitima o consumo de aparelhos inteligentes que podem proporcionar resultados “milagrosos” e imediatos, o que é um paradoxo dentro do discurso científico das fontes especializadas.

Ao mesmo tempo, a crise sanitária da covid-19 não está descolada dessas construções interdiscursivas. Podemos identificar o contexto pandêmico como um lugar comum inserido discursivamente na maioria dos textos como ponto de partida para outras questões paralelas ligadas às prescrições de felicidade da *Vogue Brasil*.

Avaliação

Por meio da categoria avaliação, ficam evidentes algumas das construções discursivas mais significativas da *Vogue Brasil*. À semelhança

do que vimos nas categorias anteriores, observamos, através de expressões avaliativas (verbos, adjetivos, entre outras estruturas semânticas), uma relação entre o ideal de felicidade da mulher e um ideal hegemônico de beleza - sobretudo relacionado com um corpo magro. Além disso, podemos encontrar - explícita ou implicitamente - uma construção discursiva que prescreve uma felicidade imediata baseada em ideais de produtividade e individualismo, bem como pautada pelo consumo luxuoso.

Figura 4

Página da revista Vogue Brasil, abril de 2020



Vogue Brasil, abril de 2020, edição 501, p. 116.

Encontramos um exemplo significativo na edição de abril. A matéria “Saudação ao Sol” é seguida do enunciado “Acordar às cinco da manhã e dedicar uma hora a si mesmo, praticando atividades que

vão da meditação à leitura de um livro, está virando moda - ou melhor, rotina - entre aqueles que buscam mais saúde e produtividade”. Há aqui uma ligação interdiscursiva ao contexto pandêmico, uma vez que os banhos de sol foram uma das recomendações dos especialistas para aumentar os níveis de vitamina D e a imunidade durante a quarentena.

O emprego do termo “produtividade” deu pistas sobre o objetivo da matéria. A *Vogue Brasil* constrói um discurso performativo sobre como as mulheres podem ter melhores desempenhos na vida pessoal e profissional, aproveitando as horas que antecedem o início de suas atividades diárias. Podemos identificar alguns pressupostos avaliativos nesse contexto. Termos como “produtividade”, “desempenho” e “longevidade” abordam implicitamente a relação entre rotina produtiva e satisfação pessoal. Não por acaso, o discurso da *Vogue Brasil* sobre a alta produtividade feminina é pautado pelo valor do individualismo. Ao valorizar a lógica da produtividade, a revista recomenda a incorporação de diferentes atividades no cotidiano das mulheres. Essas novas ações são consideradas possíveis devido ao “tempo livre” proporcionado em casa pelas quarentenas obrigatórias. Portanto, essa construção discursiva constitui, mais uma vez, uma prescrição de um cotidiano mais rentável - e, portanto, mais feliz -, distante da triste realidade da pandemia no Brasil.

privilegiados, mesmo quando o argumento é sobre modos de vida simples durante a pandemia.

Conclusões

Ao mobilizar a análise crítica do discurso para responder nossos questionamentos de pesquisa, notamos que as prescrições de felicidade feminina divulgadas pela *Vogue Brasil*, no início da pandemia de covid-19, podem ser entendidas como elucidativas para reflexões mais amplas sobre as características desiguais da sociedade brasileira. Nossa interpretação se deu a partir do estudo de quatro categorias analíticas: estrutura genérica, representação dos atores sociais, interdiscursividade e avaliação, que são transversais e não se excluem mutuamente.

De um modo geral, verificamos que a *Vogue Brasil* não perdeu tempo em sublinhar um discurso que vincula a felicidade feminina a uma busca incessante pelo sucesso utópico, mesmo quando as mulheres enfrentam inúmeros desafios e males trazidos pela pandemia global. Tal construção discursiva passa por diferentes estratégias, desde a ênfase em uma concepção restrita da carreira profícua das mulheres até a exacerbação de uma ideia também restrita de sucesso nos casamentos e nas famílias.

Reconhecemos que a *Vogue Brasil* constitui um veículo jornalístico voltado para um nicho muito específico da população, notadamente as mulheres economicamente privilegiadas no Brasil. Esse contrato simbólico (Charaudeau, 2002) estabelecido entre *Vogue Brasil* e suas leitoras ideais - uma parcela diminuta da população brasileira com recursos econômicos para estudar idiomas e viajar pelo mundo - pode ser percebido no uso repetido de expressões estrangeiras que causam

enigmas de compreensão com o uso de vocabulário muito específico do universo da moda, da fama e do glamour.

Portanto, quem é a “mulher feliz” em meio à pandemia de covid-19 na perspectiva da *Vogue Brasil*? Podemos verificar um padrão de felicidade ligado a ideais de individualismo, imediatismo, produtividade (sem tempo a perder) e valores hegemônicos de beleza e sucesso. Além disso, não raramente, esse ideal de mulher feliz está ligado a uma interpretação muito peculiar do espaço, o que chamamos de geopolítica do glamour, bem como a um apego ao mito de uma redenção tecnológica (a valorização de tecnologias milagrosas para resolver problemas). Além disso, as quatro categorias analíticas também nos permitem identificar que a *Vogue Brasil* constrói um ideal narcísico de satisfação humana negligenciando as desigualdades históricas brasileiras de gênero, raça e classe.

Um ponto de reflexão que se tornou necessário ao longo desta pesquisa foi a identificação de como as elites brasileiras lidaram com a pandemia. Essa visão estreita denota um senso exacerbado de individualidade frente a graves questões sociais, bem como uma incapacidade histórica de ter empatia com problemas de profunda relevância social. Esta inferência foi até certo ponto inesperada e contrariou a nossa hipótese inicial. Na segunda década do século XXI, a *Vogue Brasil* autolegitima-se sob um discurso vanguardista e constitui uma revista com um público predominantemente feminino. Inicialmente, essas características nos levaram a acreditar em uma construção discursiva atenta às demandas contemporâneas identitárias, ainda que por posicionamento de mercado.

No entanto, ao diagnosticar algumas das visões de mundo veiculadas pela revista ao longo das edições de 2020, podemos identificar

claramente as formas singulares como as mensagens dirigidas às brasileiras de classe alta foram afastadas da realidade da maioria da população, refletindo as profundas divisões socioeconômicas sentidas em todo o país ao longo da pandemia. Ao privilegiar estas divisões, também perpetuou restrições sociais e culturais há muito estabelecidas à autonomia das mulheres - tais como os passatempos em que deveriam participar, as roupas que deveriam usar e a aparência física dos seus corpos - tudo isto durante uma crise sanitária global. Em termos discursivos, podemos interpretar a manutenção de privilégios, reforçando relações assimétricas de poder enraizadas na história brasileira. Uma comprovação flagrante dessas fissuras sociais estava na representação das modelos negras sem denominá-las por completo ou efetivar qualquer tipo de representatividade.

Curiosamente, porém, consideramos que a construção performativa da felicidade por *Vogue Brasil* também encontra ressonância na vida cotidiana de um público mais vasto da classe média brasileira - ou seja, um processo inscrito na lógica da hegemonia midiática (Hall, 1977, Gitlin, 2003). Este, porém, consiste em tópico para estudos futuros sobre a recepção deste discurso hegemônico em diferentes audiências do Sul Global.

Referências

Amin, K., Ortaliza, J., Cox, C., Michaud, J., & Kates, J. (2022, April 21). *Covid-19 preventable mortality*. KFF. <https://www.kff.org/coronavirus-covid-19/issue-brief/covid-19-continues-to-be-a-leading-cause-of-death-in-the-u-s/>

Beauvoir, S. (2015). *The Second Sex*. Vintage Classics.

Beer, P. (2021). From negation to negationism: the COVID-19 pandemic in Brazil, *Journal of Psychosocial Studies*, 14(3), 187-201. <https://doi.org/10.1332/147867321X16285243650694>

Bilge, S., & Collins, P. H. (2021). *Interseccionalidade*. Boitempo.

Birman, J. (2010). Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In J. Freire Filho (Ed.), *Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade* (pp. 27-51). FGV.

Braga, A. (2005). Corpo e agenda na revista feminina. *Cadernos IHU Idéias*, 40(1), 1-24.

Braga, A. (2013). Corporeidade discursiva na imprensa feminina: um estudo de editoriais. *Em Questão*, 9(1), 109-120.

Buitoni, S.D. (2009). *Mulher de papel: A representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. Summus.

Campos, E., Tchalekian, B., & Paiva, V. (2020). Violência contra a mulher: vulnerabilidade programática em tempos de Sars-Cov-2/Covid-19 em São Paulo. *Psicologia e Sociedade*, 32(1). 1-20.

Cardoso de Mello, J. M., & Novais, F. (1998). Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In F. Novais & L. Schwarcz (Orgs.), *História da vida privada no Brasil: Contraste da intimidade contemporânea*. Companhia das Letras.

Conselho Federal de Enfermagem (5 de maio, 2023). *Após milhões de mortos em 3 anos, OMS decreta fim de emergência da covid-19*.

<https://www.cofen.gov.br/apos-milhoes-de-mortos-em-3-anos-oms-decreta-fim-de-emergencia-da-covid-19/>

Crenshaw, K. (2002). Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Estudos Feministas*, 10(1), 171-188.

Del Priore, M. (1994). *A mulher na história do Brasil*. Contexto.

Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres - ONU Mulheres (6 de agosto, 2020). *Diretrizes para atendimento em casos de violência de gênero contra meninas e mulheres em tempos da pandemia da Covid-19*. https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2020/08/Diretrizes-para-atendimento_ONUMULHERES.pdf

Estevão, I. M. (2020, agosto 22). *Entenda a polêmica por trás das capas da Vogue Brasil de maio e junho*. Metrôpoles. <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/entenda-a-polemica-por-tras-das-capas-da-vogue-brasil-de-maio-e-junho>

Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.

Ferrer, C. (2010). Consumo de espetáculos e felicidade obrigatória: técnica e bem-estar na vida moderna. In J. Freire Filho (Ed.), *Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade* (pp.165-180). FGV.

Ferraz, R. B., Tavares, H., & Zilberman, M. L. (2007). Felicidade: uma revisão. *Arch. Clin. Psychiatry*, 34(5), 234-242.

- França, V. V. (2010). A felicidade ao seu alcance: que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In J. Freire Filho (Ed.), *Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade* (pp. 213-226). FGV.
- Friedan, B. (1971). *Mística Feminina*. Vozes Limitadas.
- Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Halberstam, J. (2011). *The Queer Art of Failure*. Durham and London: Duke University Press.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the ideological effect. In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass media and society* (pp. 315-348). Edward Arnold and Open University Press.
- Lima, B. M. (2021). *A construção performativa da felicidade feminina em tempos de pandemia: uma análise crítica dos discursos da Vogue Brasil* [Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul]. <https://posgraduacao.ufms.br/portal/trabalho-arquivos/download/9821>
- Moretzsohn, S. (2006). Citizen Journalism and the Myth of Redemptive Technology. *Brazilian Journalism Research*, 2(2), 29–46.
- Resende, V., & Ramalho, V. (2011). *Análise de discurso (para a) crítica: O texto como material de pesquisa*. Pontes Editores.
- Sant'anna, D. B. (2010). Uma história da construção do direito a felicidade no Brasil. In J. Freire Filho (Ed.), *Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade* (pp. 181-194). FGV.

Organização das Nações Unidas - ONU (22 de outubro, 2020). *Mulheres são as mais afetadas por pandemia e devem ser ouvidas sobre o futuro*. <https://news.un.org/pt/story/2020/07/1720901>

Vieira, J. A., & Macedo, D. S. (2018). Conceitos-chave em análise de discurso crítica. In J. R. L. Batista Jr, D. T. B. Sato, & I. F. Melo (Eds.), *Análise de discurso crítica: Para linguistas e não linguistas* (pp. 48-77). Parábola.

Vieira, P., Garcia, L. P., & Maciel, E.L. (2020). Isolamento social e o aumento da violência doméstica: o que isso nos revela? *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 23(1), 1-5.

Wainberg, J. A. (2020). Em busca da felicidade: mídia positiva e o bem-estar coletivo. *Comunicação & Sociedade*, 42(1), 107-133.

Wolf, N. (2015). *The Beauty Myth*. Vintage Classics.

A NOTÍCIA E A HISTÓRIA

A APURAÇÃO NO RADIOJORNALISMO EM UM AMBIENTE DE CONVERGÊNCIA: O CASO DA RÁDIO SUPER NAJUÁ FM

*Karin Konzen Franco¹
Fabiana Piccinin²*

O jornalismo sempre esteve associado ao avanço da tecnologia que permitiu um cenário de desenvolvimento e maior propagação de informações, desde a invenção da imprensa de Gutenberg e da invenção de Koenig até o uso dos telégrafos nas redações (Traquina, 2012). No século 21, é a internet que suscita modificações no cotidiano dos jornalistas, seja na forma como a informação é consumida, seja na forma como ela é produzida. Dentro desse cenário, a convergência midiática

-
1. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC, Bolsista Capes DS.
karin.k.franco@gmail.com
 2. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC.
fabiana.piccinin@ufsc.br

transformou as redações e o modo de produzir, trazendo desafios que ainda não possuem resposta concreta.

Um deles está dentro das redações com o uso das tecnologias (e-mail, aplicativos de mensagens, redes sociais, videoconferência, entre outros) para a apuração jornalística. No começo do século 21, Neveu (2006) apontava para o surgimento do jornalista sentado e as implicações de uma apuração à distância. No entanto, em um mundo conectado, a apuração jornalística acaba acompanhando essas mudanças, como observa Virissimo (2009), ao destacar que “a apuração jornalística passa atualmente por uma profunda transformação em que os antigos manuais já não podem dar conta”.

Diante disso, neste artigo, propomos olhar para dentro das redações e verificar como essa prática ocorre dentro de um veículo de comunicação local situado fora dos grandes centros brasileiros. Para isso, temos como objeto de estudo a Rádio Super Najuá FM. A emissora foi escolhida porque está localizada em Irati, uma cidade de quase 60 mil habitantes no estado Paraná, na região Sul do Brasil, e que fica a 155 quilômetros da capital do estado, Curitiba.

A Rádio Super Najuá FM tem passado por mudanças tecnológicas com a migração para o FM (Frequência Modulada), em 2017, e com a pandemia de Covid-19, em 2020, quando intensificou o uso de tecnologias na produção de notícias, devido à necessidade de distanciamento social. Associado a isso, a emissora possui uma equipe pequena, caracterizado por Assis (2013) como uma característica de empresas de comunicação em cidades do interior do Brasil. Dessa forma, a emissora busca atuar em estrutura convergente, com jornalistas assumindo múltiplas funções dentro de uma escassez de equipe.

Estudar emissoras que estão fora dos grandes centros brasileiros auxilia a entender meios de evitar os chamados desertos de notícias, locais em que não há cobertura jornalística significativa. A última edição do Atlas da Notícia, publicada em 2023, estudo desenvolvido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (2023), em parceria com Volt Data Lab, mostra que 48,7% dos municípios brasileiros não tem produção local de notícias. Apesar do nosso objeto de estudo estar em uma cidade com mais de um veículo de comunicação, a emissora realiza uma cobertura regional, atingindo cidades que podem ser caracterizadas como desertos de notícias.

Assim, olhar para o jornalismo local é necessário, conforme Assis (2013), pois são os veículos locais que trarão as informações para uma população afastada dos grandes centros e que a grande imprensa não tem interesse em cobrir, a não ser que tenha eventos inesperados e de grande impacto. Nesta perspectiva, direcionar a observação para o radiojornalismo local possibilita que características do meio, como a proximidade (Ferraretto, 2014), tragam enriquecimentos, já que o rádio se torna um companheiro do ouvinte, que busca informações da sua localidade (Beltrão, 2013).

É a partir disso, que entendemos que estudar a informação no rádio nos auxilia a ter uma melhor visão sobre a produção de notícias no interior do Brasil, especialmente, por meio do nosso objeto de estudo, que nos proporciona pensar a transformação operada nas rotinas de apuração pelos processos convergentes desde o radiojornalismo do interior, que enfrenta desafios como uma redação menor, um baixo investimento e uma exígua sustentabilidade (Assis, 2013; Bueno, 2013).

Neste artigo, apresentamos uma análise³ que tem como objetivo entender como a convergência midiática atua na rádio Super Najuá, buscando propor uma reflexão sobre como é a prática jornalística dentro de uma rádio, a partir de um ambiente convergente, fora dos grandes centros brasileiros.

Para alcançar o objetivo proposto, buscamos uma a partir de três etapas: um levantamento teórico, por meio de pesquisa bibliográfica narrativa; uma pesquisa que mescla técnicas próprias da investigação quanti e qualitativa, com adoção da observação participante, entrevista em profundidade e história oral; e a análise de dados, que são cruzados com os conceitos de autores como Salaverría e Negrodo (2008) e Lopez (2009), que ajudam a dar observar como ocorre a convergência midiática na rádio Super Najuá.

Com o intuito de compreender as bases teóricas das observações realizadas nas análises, consideramos importante resgatar alguns conceitos de convergência midiática e como a convergência tangencia a apuração jornalística.

Convergência no radiojornalismo brasileiro

Uma das primeiras etapas de uma reportagem é a apuração jornalística, onde o jornalista coleta os dados para a realização de uma matéria jornalística. Pereira (2010, p. 74) destaca que não há um modo

3. A análise apresentada neste artigo é parte de uma dissertação de mestrado, que está em andamento na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Após a etapa descrita neste artigo, a pesquisa segue com foco na apuração jornalística dentro do ambiente de convergência midiática, incluindo uma análise de padrões dos dados obtidos na etapa de coleta de dados. Como a segunda parte ainda está em desenvolvimento, optou-se por trazer neste artigo apenas a análise da primeira parte da dissertação.

único para a realização de uma apuração jornalística e que cada repórter acaba desenvolvendo seu método particular. Para Silva et al. (2020), a apuração jornalística pode ser sintetizada como “um processo de busca por múltiplas informações, contatos com fontes e referências, realização de entrevistas, observações *in loco*, exercício de pesquisa e confronto entre diferentes evidências e perspectivas para reportar notícias, levando aos públicos entendimentos de questões e acontecimentos” (p. 11).

Para Pereira (2010), a apuração jornalística é o conjunto de três combinações. Uma primeira, é a retórica, tendo “o público como horizonte” (2010, p. 75), ou seja, não esquecendo que quem irá consumir a informação é o público, o que implica no jornalista lembrar que não está produzindo para assessores, anunciantes ou para os interesses econômicos e políticos do veículo.

Outro ponto é em relação à ética, respeitando “esse público e a realidade que se testemunhou para ele” (Pereira, 2010, p. 75), isto é, buscando, ao máximo, descrever os fatos como se viu. O terceiro ponto é a técnica, como o jornalista trabalhando “sobre o verificável” (Pereira, 2010, p. 73). Ou seja, buscar se ater aos fatos e não suscitar boatos ou insinuações sobre coisas que não são verificáveis. Para o autor, “o produto do trabalho jornalístico é sempre uma combinatória” (Pereira, 2010, p. 75).

No começo do século XXI, esses processos de apuração jornalística começam a ter influência de tecnologias que estão no dia a dia dos jornalistas que trabalham em redações, seja com a incorporação inicial do uso do e-mail, sites, blogs e, mais tarde, com redes sociais e aplicativos de mensagens e videoconferência. Para Virissimo (2008), essa mudança na apuração é algo natural, pois o “jornalismo sendo um

produto cultural transforma-se na medida em que é apropriado pelas pessoas e não seria diferente quando o uso de novas tecnologias é inserido no cotidiano do jornalista” (Virissimo, 2008, p. 5).

A convergência midiática (Jenkins, 2008) é um dos primeiros conceitos a tentar explicar sobre o ambiente em que essas transformações ocorrem. Vale ressaltar, que muitos outros conceitos também buscam entender os ambientes em que a tecnologia está inserida, seja com a cultura da conexão (Jenkins et al., 2015), com plataformização (Van Dijck et al., 2018) ou, até com discussões mais recentes, como a pós-convergência (Ramirez, 2020). Contudo, a partir de observações prévias de conhecimento do objeto de estudo, constatou-se uma série de mudanças em uma emissora local, do interior do Brasil, que ainda carrega práticas antigas, como veremos posteriormente neste artigo.

Dessa forma, a convergência midiática, proposta por Jenkins (2008), e sua aplicação no jornalismo, por meio do pensamento de Salaverría e Negredo (2008), possibilita entender essas mudanças dentro de uma emissora local, que está longe dos grandes centros. Pensando a convergência no jornalismo, Salaverría e Negredo (2008) destacam que um veículo jornalístico está em um ambiente de convergência midiática quando os processos ocorrem em quatro dimensões: tecnológica, empresarial, profissional e editorial.

Na convergência tecnológica, não está apenas o aparecimento de tecnologias mais avançadas e sistemas de produção e difusão, mas também a possibilidade de as pessoas acessarem os diferentes conteúdos em qualquer momento e qualquer lugar (Salaverría & Negredo, 2008), incluindo, vários conteúdos em múltiplas plataformas.

Já na convergência empresarial, a estrutura dos veículos de comunicação muda, com a ampliação de plataformas em um único grupo de comunicação e a integração das redações. Salaverría e Negrodo (2008) chamam a atenção que apenas integrar as redações não representa a convergência empresarial, que abarca outras situações, por meio de um processo que irá culminar nesta integração.

Na convergência profissional, temos o jornalista multimídia que produz para diferentes tipos de imprensa, como impresso, internet ou televisão. Salaverría e Negrodo (2008) destaca que este jornalista se divide em dois perfis: os funcionais, que começam a assumir funções distintas das suas originais, acumulando funções, e o midiático, que produz para diferentes plataformas que estão em um mesmo grupo de comunicação, isto é, uma mesma pauta sendo levada para o impresso, internet e televisão, por exemplo.

Por último, Salaverría e Negrodo (2008) pontua que na dimensão editorial, o conteúdo é um dos principais afetados. Nesta dimensão, um mesmo conteúdo é difundido em diferentes meios. Essa característica está associada ao fenômeno chamado multiplataforma.

Salaverría e Negrodo (2008) diferenciam a multiplataforma da multimídia, apontando para uma interpretação mais avançada da convergência, onde a linguagem jornalística é resultado de uma fusão do jornalismo escrito e do audiovisual, proporcionando uma derivação surgida por meio “da combinação de textos, sons e imagens fixas e em movimento” (Salaverría & Negrodo, 2008, pp. 49-50). Assim, a informação jornalística é feita para vários meios, com suas características específicas de imagem e texto, mas pode ser transmitida em apenas uma plataforma ou mais, como é o caso das multiplataformas.

A convergência midiática, vista a partir do ângulo dos veículos jornalísticos, atinge diversos setores, tendo como consequência modificações que vão desde a estrutura organizacional de uma empresa, ao perfil do jornalista, chegando ao produto, que passa a ter uma linguagem mais arrojada e complexa, permitindo que os jornalistas não mais produzam em apenas em um meio, mas para vários meios de comunicações, mediante produtos transmidiáticos.

Dentro do radiojornalismo brasileiro, a convergência midiática também irá tensionar os processos dentro do rádio. Uma das consequências é a revisão do conceito de rádio que estava atrelado ao meio hertziano. Os autores Meditsch (2007) e Herreros (2001) debatem essas novas percepções do rádio, indicando um caminho em que o conceito passa a abranger outras formas de transmissão, como por satélites e internet, além do chamado rádio hertziano, que é por ondas sonoras. Para Ferraretto (2014), o entendimento sobre o que é rádio passa a ser visto de uma nova forma, adicionando essas novas compreensões que revelam a amplitude de espaços por onde o conteúdo radiofônico se espalha, trazendo novos modos de entender o conceito e como o rádio é constituído no século XXI.

Será por meio de discussões sobre a produção de conteúdos feito pelo rádio e que se expande nas redes sociais, que Kischinhevsky (2016) traz o conceito do rádio expandido. Neste conceito, o autor (2016) destaca que há uma profusão de transmissão e consumo de som, sem que haja uma substituição de um meio pelo outro, mas sim, adicionando novos modos de consumir e transmitir os conteúdos sonoros.

O ouvinte (Kischinhevsky, 2016, pp. 13-14) ainda permanece consumo o rádio pelo meio hertziano, mas passa a acrescentar em seu

consumo diário, as transmissões em smartphones, tablets, computadores e outros meios eletrônicos. Isso acontece porque além do sinal das emissoras de rádio, a programação é transmitida por streamings ou sob demanda, que possibilita o ouvinte consumir o conteúdo sonoro onde ele quiser, mas também no tempo que quiser, como é o caso de *podcasts*.

A permanência de conteúdos sonoros é a premissa de Lopez (2010), ao propor o rádio hipermediático. Para a autora (2010), os conteúdos ainda carregam a característica de ser sonoro, mas são produzidos em diversas mídias, seja em vídeo, imagem ou texto. Ao pensar o rádio nesta nova dinâmica, Lopez (2010) propõe observar a convergência no radiojornalismo através de três níveis, que auxiliam na compreensão de como a convergência midiática se coloca ao longo do percurso dentro deste meio de comunicação e do processo do radiojornalismo.

O primeiro nível (Lopez, 2010) acontece com a digitalização⁴, com as redações incorporando os computadores no seu dia a dia e os áudios começando a serem editados de forma mais acessível e rápida. A entrada da informatização e digitalização dentro do radiojornalismo, que no Brasil acontece na transição do século XX para o século XXI (Zucoloto, 2012), pode ser visto como um ponto inicial que marca a convergência nas rádios brasileiras. Porém, é importante ressaltar que, apesar de termos pesquisas que nos mostram uma data para início dessas mudanças, não há um recorte de tempo específico para todas as emissoras e não há uma mudança abrupta na forma de fazer jornalismo para o rádio.

4. Neste artigo, ao falar de digitalização, estamos falando da informatização dos conteúdos e processos dentro da redação. O termo digitalização não se refere ao rádio digital, que ainda não está estabelecido no Brasil.

Lopez (2010) destaca ao longo de sua pesquisa, que os níveis de convergência não acontecem um após o outro e que há emissoras em que é possível verificar que a informatização ocorre concomitante com outros níveis de convergência que ainda serão descritos. Na prática, as emissoras de radiojornalismo locais passam a ter essa passagem do análogo para a informatização de forma lenta, em comparação com outros meios de comunicação de grandes centros. Dessa forma, vemos no cotidiano, o uso de gravadores com fitas cassetes e a própria edição analógica desses conteúdos, ao mesmo tempo, em que as mesas de sons, são modificadas para processos mais robustos, de acordo com a capacidade financeira de cada empresa.

Nesse contexto, as rádios tradicionais passam a ver a tecnologia transformando os seus processos, desde a produção do conteúdo sonoro até à recepção deste conteúdo. Nesta etapa, Lopez (2010) caracteriza esse movimento como o segundo nível da convergência no radiojornalismo, onde há uma “tecnologização dos processos” (Lopez, 2010, pp. 200-201), onde a tecnologia ocorre nos processos de apuração, produção e transmissão de informações, mas não afetam o conteúdo produzido.

Neste segundo nível, a convergência não se aplica ao conteúdo jornalístico em si, mas à forma que esse conteúdo é feito. Isto é, não é possível ver a adaptação dos conteúdos à linguagem que as novas tecnologias proporcionam para produzir informação. Um exemplo disso pode ser encontrado nas redes sociais, onde uma emissora de rádio pode produzir conteúdo para uma plataforma como Facebook ou Instagram, porém, não usa as ferramentas e as linguagens disponíveis para transmitir os conteúdos como vídeos em vertical, uso de imagens em movimento e duração curta de vídeos.

A adaptação da linguagem dos conteúdos às tecnologias existentes dentro do radiojornalismo acontecerá no terceiro nível de convergência, segundo Lopez (2010). Neste momento, a estrutura de boletins e reportagens em áudio passa por modificações, trazendo uma maior adaptação ao que está disponível. Para a autora (2010, p. 201), o terceiro nível de convergência é atingido quando “afeta a configuração do veículo, suas definições tradicionais e suas estratégias de linguagem”.

É neste momento que o jornalista passa a produzir conteúdo em multimídia para diversas plataformas. Dessa forma, ele se torna um repórter multiplataforma, conforme explica a autora (2010), que caracteriza este repórter como capaz de produzir conteúdos em áudio, vídeo, texto, fotografia e infografia em diversas linguagens, que são adaptadas de acordo com as características de cada plataforma em que a informação será transmitida. É com base nesse nível, que Lopez (2010) destaca que o repórter no radiojornalismo brasileiro precisa ser multimidiático e multiplataforma.

O radiojornalismo brasileiro, a partir da convergência midiática, traz consigo diversas características, como a adaptação aos poucos dos recursos tecnológicos em seus processos até à uma demanda por produções mais arrojadas e condizentes com as possibilidades tecnológicas disponíveis para o jornalismo. Porém, como bem lembra Lopez (2010), essa convergência midiática pode ser desigual entre as emissoras de rádio. Ou seja, há emissoras que já produzem conteúdos adaptados a uma nova linguagem jornalística, porém há emissoras que ainda estão no processo de “tecnologização dos processos” (Lopez, 2010). Além disso, a autora destaca que é possível observar diferentes níveis de convergência dentro de uma mesma emissora, com alguns setores

mais adaptados e outros ainda carregando características dos primeiros níveis descritos.

Dentro das emissoras locais, essas características são mais percebidas, especialmente porque as emissoras que produzem rádio-jornalismo local carregam situação específicas, que tensionam ainda mais os processos, como redações jornalísticas com equipes menores, que podem ter de dez membros até mesmo a um membro na equipe, além das dificuldades financeiras (Assis, 2013). O que se observa é uma desigualdade grande nas emissoras em termos de infraestrutura, pessoal e financeira, o que reflete uma realidade brasileira onde a desigualdade social é algo posto.

Apuração na convergência

A apuração jornalística é um dos processos que tem tido mudanças propulsionadas a partir da convergência midiática. Técnicas antes usadas diariamente, passam por modificações e são adaptadas à exigência derivada deste ambiente. Para Santi (2009), a integração da tecnologia nas práticas jornalísticas é uma possibilidade de trazer mais diversidade à apuração, aumentando, por exemplo, o acesso do jornalista a outras fontes, localizadas em outros pontos do planeta.

No entanto, Prado e Anjos (2016) destacam que essas modificações, derivadas de um ambiente convergente e multiplataformizado, tensionam processos tradicionais de apurações jornalísticas. Para Del Bianco (2004), é preciso se questionar até que ponto a incorporação dessas mudanças auxilia o campo do jornalismo. A autora (2004, p. 8) mostra uma preocupação direcionada à continuidade de conceitos tradicionais do jornalismo, que é fundamentado a partir de

um “conhecimento da realidade, na apuração dos fatos e na apresentação de narrativa correta, crível, isenta de opinião e de parcialidades”. Para a autora (2004), o jornalista ainda é o responsável na preservação desses conceitos, especialmente, na atitude de apurar as informações junto à fonte.

Um dos embates entre os pesquisadores nas últimas décadas é o confronto entre a apuração presencial, e o que chamamos aqui como apuração à distância, quando há uso de alguma tecnologia na apuração jornalística, seja e-mail, telefone, videoconferência, redes sociais ou aplicativos de mensagens. O debate está centrado na discussão de que a apuração presencial possibilita mais informações, enquanto a apuração à distância proporciona perda de informações e suscita o aparecimento do “jornalista sentado”, um profissional que produz notícias apenas de apurações feitas em frente ao computador e que é abastecido com releases enviado por assessorias de comunicação.

Medina (2011) é uma autora que defende o uso da apuração presencial, por meio de um jornalismo de sentidos. Em sua concepção, o jornalista consegue ter acesso às emoções e sentidos do entrevistado, o que possibilita mais recursos na realização das entrevistas. Para a autora (2011, p. 28), o “diálogo se dá sobretudo no nível da sensibilidade”, assim, o jornalista, ao sentir o outro, consegue capturar mais informações e transformar o processo da entrevista em um momento de conhecer o outro, possibilitando novas percepções e informações ao repórter.

Para Medina (2016), a tecnologia pode ser usada no processo de apuração, mas não deve substituir o contato pessoal com a fonte. A autora (2016) defende que na apuração à distância há perda de informação, pois não há o uso de todos os sentidos, como “olho no olho, o

abraço ou aperto de mão” (Medina, 2016, p. 214). Nesta perspectiva, a apuração presencial traz mais recursos para o jornalista.

A apuração presencial também é defendida por Rovida (2016) que aponta que presença do repórter no local do fato não pode ser um item de corte no orçamento para empresas que buscam por uma produção de material bem apurado. Outro autor que defende o repórter na rua é Pereira (2010), que incorpora o pensamento de Medina (2011), ao defender que o jornalista pode fazer uma apuração desumanizada, caso faça apenas uma apuração à distância, transformando histórias de pessoas em apenas números (Pereira, 2010, pp. 96-97).

Neste contexto, o autor (2010) destaca que os jornalistas caem na tentação de uma apuração fácil, com o uso de dados na internet, que não são incorporados em um processo de investigação, além da grande oferta de informações prontas disponibilizadas pelas assessorias de imprensa. Dessa forma, a produção do jornalista fica vulnerável à terceiros (Pereira, 2010), reproduzindo um discurso de outro e não uma narrativa que surge de sua própria apuração.

O uso indiscriminado de uma apuração à distância pode trazer o aparecimento do jornalista sentado, um fenômeno descrito por Neveu (2001) como a de um profissional que passa a receber as informações produzidos pelas fontes, por meio do conteúdo feito por assessorias de comunicação, que enviam releases, fotos e contatos de fontes e personagens para uma matéria jornalística.

Silva et al. (2020) chama a atenção que essa realidade ocorre a partir de um cenário atrelado às questões estruturais, com precarização do trabalho, além de limitações editoriais do próprio veículo, em consonância com o que afirma Pereira (2010, p. 75), ao apontar que a

apuração à distância é um dos males surgidos com a redução de pessoas na redação, acúmulo de função e exigência de uma maior produtividade.

Os autores Vizeu e Santana (2010) destacam que o resultado desse fenômeno é uma diminuição da qualidade do jornalismo produzido, traduzido em um material com pouca ou nenhuma investigação e uma dependência de materiais de assessorias, burocratizando a produção jornalística.

Apesar de uma predominância no entendimento que uma apuração presencial é melhor que uma apuração à distância, há autores que defendem esse “novo” modo de apurar. Para Verissimo (2009), a qualidade da apuração à distância está ligada à criação de novas técnicas que adaptem novos métodos a este tipo de apuração, isto porque a autora acredita que não é possível transpor métodos antigos a um espaço tecnológico.

É o caso de grandes volumes de dados que podem ser analisados por meio de programas específicos, proporcionando pautas que sem a internet não seriam possíveis ou até mesmo muito maçante, demandando uma grande equipe. Verissimo (2009) ainda defende que é preciso usar novos sistemas, não apenas nos dados obtidos na internet, mas também dentro da própria rede interna dos veículos para aprimorar as apurações.

Oselame et al. (2019, p. 5) seguem neste sentido, complementando que as novas tecnologias podem auxiliar o jornalista, que tem a capacidade de fazer uma varredura rápida das principais informações antes mesmo de fazer a entrevista, tornando assim seu processo mais dinâmico. Contudo, os autores alertam que a prática perde vantagens quando o profissional passa a apenas reproduzir as informações encontradas, produzidas por terceiros, e não realiza a apuração diretamente com a fonte.

Por fim, temos neste debate o entendimento que a apuração presencial é ainda apontada como uma das principais formas de conseguir informações de qualidade dentro de uma apuração jornalística. Todavia, o uso de novas tecnologias por meio da apuração à distância não precisa ser descartada, sendo que o jornalista, dentro de suas práticas, precisa ter a sensibilidade de entender como usará essa ferramenta em seu cotidiano profissional, não a substituindo com a apuração presencial e mantendo a sua tradicional função de investigar e traduzir informações para a sociedade.

Metodologia

Posto a discussão dos conceitos que nos auxiliam a resgatar uma discussão teórica, a segunda etapa desta pesquisa se debruçou na coleta de dados. A observação participante ocorreu em duas semanas, acompanhando a atividade diária de repórteres na redação da emissora e o acompanhamento da equipe na transmissão de programas ao vivo. Essa observação ocorreu entre os dias 11 de setembro de 2023 a 23 de setembro de 2023, de segunda-feira a sábado, das 9 horas às 14 horas⁵.

Na primeira semana, optou-se em observar diversos programas da grade para verificar os atos de produção. Na segunda semana, a observação participante se concentrou nas atividades de repórteres identificados pela pesquisa como os principais produtores de notícias, que produzem material jornalístico veiculado e distribuído para outros

5. O início do horário da observação participante não foi fixo. Na primeira semana, optou-se por acompanhar vários programas, assim o horário de início da observação variou entre 6 horas a 8 horas. O estabelecimento do horário de início aconteceu na segunda semana, após constatar que a produção da redação iniciava neste horário.

programas da mesma emissora. As observações coletadas durante este período foram reunidas em um diário de campo.

A etapa de coleta de dados incluiu as entrevistas em profundidade, usando técnicas de perguntas semi-estruturadas e história oral. Foram realizadas sete entrevistas com pessoas que trabalham de alguma forma produzindo notícias. A escolha dos entrevistados ocorreu após a observação participante que identificou quem estava de alguma forma relacionada na produção. As entrevistas foram realizadas de 18 de setembro de 2023 a 22 de setembro de 2023, sendo feitas após o fim da observação participante diária, no turno que a redação estava vazia.

Análise

Nesta análise, usamos o material coletado na observação participante e nas entrevistas em profundidade para entender como é a situação da convergência midiática na rádio Super Najuá FM. Observamos que há limitações na produção de conteúdo, na infraestrutura e no lado empresarial, porém, há indícios por uma busca para se adaptar às mudanças dentro do campo da comunicação.

Para demonstrar isso, usamos as dimensões da convergência midiática propostas por Salaverría e Negrodo (2008). Seguindo o disposto na dimensão tecnológica, a emissora contempla este aspecto, especialmente depois das mudanças ocorridas a partir da pandemia da Covid-19. Uma dessas mudanças foi uma reforma nos estúdios, com a troca de mesas de áudio, que trouxe facilidades na transmissão de entrevistas por videoconferência.

Com a nova mesa, é possível que o operador converse com o entrevistado, antes da entrevista. Anteriormente, isso não era possível

porque no momento em que se iniciava a transmissão no programa de videoconferência, o áudio era transmitido pelo rádio hertziano. A nova mesa, possibilita que o operador ou o locutor converse com o entrevistado fora do ar, antes de iniciar a transmissão.

Vale ressaltar que, antes da pandemia, a emissora usava computadores e *softwares* que auxiliam na edição e transmissão de áudios, imagens, vídeos e texto. A transmissão de programas pelas redes sociais também eram frequentes, mas ainda estavam sendo realizadas com uma câmera fixa no estúdio, que transmitia a movimentação dentro do estúdio.

A emissora transmite a programação em formato de áudio ao vivo pelo seu site e também usa as redes sociais para fazer a transmissão de alguns programas. As transmissões são feitas usando serviços de streaming disponibilizados pela plataforma *YouTube* e pela rede social Facebook.

Logo após o encerramento da observação participante, a emissora começou a testar a transmissão de campeonatos rurais amadores de futebol pelo Facebook. Em uma breve observação na página do Facebook da emissora, foi possível verificar que não houve continuidade na transmissão. A partir de dados observados e colhidos no diário de campo, podemos inferir que a falta de continuidade foi devido à infraestrutura.

Durante a observação participante, a conversa entre os profissionais encarregados da transmissão dava conta que não havia arquivancada para transmitir e que o locutor teria que estar em cima de um caminhão para poder narrar o jogo. Outro fator exposto pelos profissionais foi a dificuldade de captar imagens para transmitir, pois a câmera seria fixa e a internet é de baixa qualidade na localidade da transmissão.

A transmissão de parte da programação nas redes sociais, incentivou o público a consumir a programação de forma diferente.

Na Figura 1, vemos o entrevistado no estúdio, durante um programa ao vivo. A imagem dele é filmada e transmitida pelo YouTube, na tela que está logo atrás. Na segunda tela, à direita, é reproduzido o aplicativo de mensagens WhatsApp.

Durante a observação participante, se verificou que um ouvinte compartilhou uma imagem que retrata que ele está acompanhando a transmissão pelo YouTube. No comentário, o ouvinte diz que está assistindo a rádio pela televisão. Dessa forma, temos a transmissão das ondas sonoras do rádio indo para internet por meio das redes sociais e sendo levada para a televisão, a partir das smartTVs, o que pode configurar algo que Salaverria e Negrodo (2008) entendem por combinação e intercâmbio de recebimento das informações.

Figura 1

Fotografia no estúdio da Rádio Super Najuá FM



Nota. Fotografia feita dentro do estúdio da Rádio Super Najuá FM no dia 03 de outubro de 2023, durante a transmissão do programa Meio Dia em Notícias. Acervo pessoal.

Ao observar a convergência empresarial, seguindo o disposto por Salaverría e Negredo (2010), é possível verificar que não há a contemplação completa neste aspecto. Um dos motivos é que, a partir da observação participante, se constatou que a integralização é mais espontânea dos jornalistas, devido a poucos profissionais, e não uma ação que segue uma estrutura organizacional da empresa. Isso é verificado ao observar que os jornalistas usam produções jornalísticas em vários programas, adaptando as informações.

É o que acontece com o principal programa da grade da emissora, o *Meio Dia em Notícias*, que funciona como um fornecedor de materiais jornalísticos em outros programas. O material é compartilhado em um noticiário de outra rede da emissora, a Rádio Najuá FM⁶, que tem apenas um programa jornalístico, chamado *Café com Notícias*, e que é feito pela mesma equipe da Super Najuá FM. Os boletins usados no *Meio Dia em Notícias* são usados no *Café com Notícias*. Outra parte do roteiro do programa abastece o programa *Canta Viola*, transmitido pela Super Najuá FM. Focado no noticiário policial e músicas sertanejas e gaúchas, o programa usa parte do roteiro do *Café com Notícias* (que já recebeu notícias do outro programa) para complementar o programa.

O que se observa, por meio dos registros no diário de campo, é que o desafio está na quantidade de profissionais na redação. Esse reuso dos conteúdos não é feita de forma planejada, mas sim, por falta de mais jornalistas para produzir o programa da emissora. Assim, não há como não fugir de uma espécie de convergência empresarial, especialmente

6. A Rádio Najuá FM 106,9 MHz é uma segunda emissora criada em 5 de junho de 1989 e é dedicada para uma programação de entretenimento. Ocupa a faixa FM desde sua origem.

ao perceber que não há divisão de editorias na produção dos noticiários. Portanto, a emissora produz para mais de um veículo e para redes sociais, mas não possui uma organização interna de equipes que auxilie a ter uma redação integrada.

Na dimensão profissional, verificamos que há a contemplação na sua integralidade porque há o aparecimento do jornalista multimídia. Uma das consequências da convergência midiática é a necessidade de aumento da produção, que agora se estende para as redes sociais. Contudo, não há modificação no número de profissionais, ao contrário, há um acúmulo de funções.

Isso pode ser visto no último dia de observação, quando um radialista fazia uma entrevista ao vivo. Como operador, ele habilitou seu microfone, fez uma pergunta (função repórter/locutor) e acionou o microfone do entrevistado (operador). Enquanto o entrevistado falava, ele saiu da mesa de operação, pegou o celular e começou a fazer imagens para as redes sociais. Quando o entrevistado terminou a resposta, a pergunta teve que ser feita em outro microfone da mesa, que ele já havia aberto para a transmissão. Essa prática pode ser enquadrada dentro do que Salaverría e Negredo (2008) mencionam sobre a categoria midiática, dentro da dimensão profissional, onde o jornalista produz para diferentes plataformas que estão em um mesmo grupo de comunicação.

Na dimensão de conteúdos, foi possível observar a dificuldade em adaptar os conteúdos para as linguagens das plataformas. Por exemplo, o boletim que está no ar na rádio, atravessa a programação da emissora e vai parar nas redes sociais com a transmissão ao vivo, sem adaptações. Outro exemplo é a transmissão de programete de noticiário policial que é feito apenas no Facebook, mas que ainda reproduz a

estrutura do noticiário da rádio, sem adaptar a linguagem ou explorar os recursos disponibilizados pela rede social. Parte do conteúdo ainda é usado, eventualmente, durante a programação da rádio Super Najuá FM. Ou seja, há o uso de redes sociais para transmitir conteúdo, mas não há exploração na linguagem e recursos disponibilizados.

Para aprofundarmos as particularidades de uma rádio no interior do Brasil, trazemos os níveis de convergência propostos por Lopez (2009), que nos auxiliam a retratar de forma mais próximas a convergência midiática na rádio Super Najuá FM. Neste caso, constatamos por meio das entrevistas em profundidade, que o primeiro nível, com os processos de digitalização, foi iniciado no começo do século XXI, com uso de computadores.

Porém, é interessante observar que na primeira década, havia o uso de gravadores em fita cassete. As entrevistas passaram a ser gravadas em gravadores digitais somente na década de 2010. Desse modo, no momento em que grandes emissoras discutiam adaptações à uma realidade de convergência midiática, a Rádio Super Najuá FM começava seu processo de digitalizar as entrevistas. Este é um exemplo da desigualdade entre as emissoras brasileiras, especialmente do interior, explicitada anteriormente neste artigo.

Considerando o segundo nível, proposto por Lopez (2009), é observado que há o uso de tecnologias durante a apuração, produção e transmissão de informações. O aplicativo de mensagens WhatsApp é usado na apuração, com o recebimento de áudios, além do jornalista também usar na produção, com gravação de áudios e envio de roteiros, como informações sobre pauta para outros radialistas. O e-mail é usado na produção. Há jornalistas que usam o e-mail para escrever o roteiro

e mandar para o estúdio, onde o radialista acessa o e-mail da rádio e passa a fazer a locução.

É ao observar as características do terceiro nível, proposto por Lopez (2009), que encontramos novamente a falta de adaptação da linguagem como um dos fatores ainda não contemplados na Rádio Super Najuá FM. Como dito anteriormente, há a transmissão e produção de conteúdos para as redes sociais e plataformas, mas não há uma exploração da linguagem. O conteúdo transmitido é uma reprodução do conteúdo transmitido no rádio hertziano.

Entretanto, há a exploração de imagens, com a exibição de imagens em transmissões ao vivo e a chamada de locutores para a exibição das imagens nas plataformas e redes sociais. Outra mudança é na câmera de transmissão dos programas ao vivo. Após a reforma citada no início, as câmeras passaram a focar os locutores e entrevistados, e não mais o estúdio, trazendo uma possibilidade de dinâmica nas transmissões da imagem. Isso indica que, apesar de não estar contemplada, a emissora direciona para chegar ao terceiro nível, realizando mudanças. Todavia, a adaptação da linguagem e a produção de conteúdos transmidiáticos ainda são desafios para a emissora.

Conclusão

O uso de tecnologias na apuração jornalística ainda é um assunto que suscita debates e que não há uma visão única sobre quais os métodos ideais para consorciar apuração e tecnologia. Contudo, entendemos que antes de pensarmos essa relação, é preciso olhar o ambiente onde essas transformações surgiram, observando também a realidade do objeto de estudo. É o que buscamos fazer neste artigo.

A internet possibilitou com que pequenas empresas de comunicação aderissem à produção de conteúdo e transmitissem seus conteúdos por meio de plataformas e redes sociais. Entretanto, ainda há o desafio de adaptação de conteúdos à lógica atual de produção, focada na plataforma e redes sociais.

Por meio do auxílio das contribuições de Salaverría e Negrodo (2008) e Lopez (2009), observamos que essa dificuldade de adaptar a linguagem está atrelada à quantidade de jornalistas nas redações. Em emissoras locais no interior do Brasil, há ainda a dificuldade de profissionais qualificados.

Portanto, com essa análise, foi possível ter um panorama dessa transição que a emissora passa, verificando as potencialidades e as limitações ao trabalhar com o conteúdo em um ambiente multimídia e multiplataforma, com uma demanda de produção para os profissionais condizentes com os desafios propostos dentro desse espaço de convergência.

A pesquisa descrita no artigo tem continuidade buscando entender como a apuração jornalística de uma emissora local está inserida neste contexto e como os jornalistas usam a tecnologia para fazer uma apuração à distância. Entre os primeiros achados, há a indicação de que a apuração jornalística passa por uma hibridização, com o uso que mescla a apuração à distância e a presencial na elaboração de notícias e reportagem.

Referências

Atlas da Notícia. (2023). Desertos de notícia encolhem no Brasil. https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQFAhPLu4ib6fic3pvGxexr2FIeCLY_ax-Ukqjz58Az

M7PUHXcUyhzVCSGryRDg2P1AfzSPwbYrQWUu/
pub?start=false&loop=false&delays=3000&ref=atlas.jor.br

Assis, F. (2013). Imprensa do interior: conceito a entender, contextos a desvendar. In F. D. Assis (Org.), *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Argos.

Beltrão, L. (2013) O jornalismo interiorano a serviço das comunidades. In F. D. Assis (Org.), *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Argos.

Bueno, W. D. C. (2013). Jornal do interior: conceitos e preconceitos. In F. D. Assis (Org.), *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Argos.

Del Bianco, N. (2004). A Internet como fator de mudança no jornalismo. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 1(27).

Ferraretto, L. A. (2014). *A. Rádio: teoria e prática*. Summus.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Mauad Editora Ltda.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. Aleph.

Jenkins, H.; Ford, S., & Greene, J. (2014). *Cultura da Conexão*. Aleph.

- Herreros, M. C. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Gedisa.
- Lopez, D. C. (2009). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica* [Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia]
- Meditsch, E. (2007). *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Insular.
- Medina, C. (2011). *Entrevista: o diálogo possível*. Ática.
- Medina, C. (2016). *Ato presencial: mistério e transformação*. Casa da Serra.
- Neveu, É. (2006). *Sociologia do jornalismo*. Loyola.
- Oselame, M. C., Rodembusch, R. S., & Closs, M. P. (2019). *Terceirização da apuração jornalística: o método de checagem da Agência Lupa aplicado à rotina do Jornal do Comércio* [Trabalho apresentado]. 42º congresso brasileiro de ciências da comunicação, Belém, PA, Brasil.
- Prado, J. A. B., & Anjos, E. O. D. (2016). Arquiteturas de participação aplicadas ao crowdsourcing sistematizando processos e práticas de apuração jornalística em ambientes digitais convergentes. *Libero*, 19(38) 143-152. <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/822/808>

- Pereira Jr., L. C. (2011). *A apuração da notícia*. Editora Vozes Limitada.
- Rovida, M. (2016). Apuração in loco: o impacto do trabalho de campo no fazer jornalístico. *Triade: Comunicação, Cultura E Mídia*, 4(8).
<https://doi.org/10.22484/2318-5694.2016v4n8p287-301>
- Ramirez, R. (2020). Post-Convergent Mediatization: Toward a Media Typology Beyond Web 2.0. *Mediatizon Studies*, (4).
- Santi, V. J. (2009). O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração. *Revista Eco-Pós*, 3(12).
- Silva, G., Vogel, D., & Silva, T. (Org.). (2022). *Apuração, redação e edição jornalística*. Editora da UFSC.
- Salaverriá, R., & Negredo, S. (2008). *Periodismo Integrado - Convergência de meios y reorganização de redacciones*. Editorial Sol90.
- Traquina, N. (2012). *Teorias do jornalismo I: porque as notícias são como são*. Insular.
- Van Dijck, J.; Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford.
- Virissimo, V. D. A. (2009). *Apuração na internet: definição e característica: um estudo de caso com jornalistas de rádio, televisão e internet do Grupo RBS de Florianópolis* [Dissertação de Mestrado em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina].

Vizeu, A. E., & Santana, A. (2010). O lugar de referência e o rigor do método no jornalismo: algumas considerações. *Intexto*, (22), 38-48. <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/9997>

Zuculoto, V. R. M. (2012). *No ar: A história da notícia de rádio no Brasil*. Insular.

JORNAIS UNIVERSITÁRIOS, VALORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E COMBATE À DESINFORMAÇÃO: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE O PROCESSO PRODUTIVO DOS JORNAIS DA USP, UNESP E UNICAMP

Lara Luiza Baesteiro Campeão¹
Liliane de Lucena Ito²

Atualmente, é perceptível o crescimento da representatividade brasileira na produção científica internacional, mesmo com a queda de investimento em Ciência nos últimos anos – se somados, os cortes totais entre 2014 e 2022 chegaram a aproximadamente R\$100 bilhões, segundo pesquisa do Observatório do Conhecimento. Principalmente no contexto pandêmico, foi possível observar a qualidade da produção de

-
1. Discente de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (FAAC - UNESP). Bolsista PIBIC.
lara.campeao@unesp.br
 2. Docente na Universidade Estadual Paulista (FAAC - UNESP). Doutora em Comunicação.
liliane.ito@unesp.br

pesquisa do país que, apesar das limitações, se mantém como o 13º maior produtor de conhecimento científico no mundo (Silva & Zelesco, 2021).

Porém, mesmo com os indicadores nacionais e internacionais apontando para um crescimento relevante na produção acadêmica brasileira, de acordo com Pasternak (2018), existe um descompasso entre essa produção e sua divulgação para a população, que carece de ações efetivas que garantam o real compartilhamento da Ciência.

Essa lacuna representa, segundo Luiz Signates (2012), uma das crises que a Ciência enfrenta no mundo contemporâneo: a crise da comunicação. Entre os principais desdobramentos causados por essa crise está a desinformação, que se manifesta em danos reais e palpáveis para a sociedade – como fora visto durante a pandemia de Covid-19.

A pandemia de Covid-19 gerou uma crise mundial sem precedentes. Além dos resultados econômicos e sociais da crise global de saúde, o Brasil tem enfrentado também uma crise institucional e uma grave política interna, que vem se alastrando pelo menos desde 2014, quando os questionamentos sobre as instituições democráticas passaram a ser recorrentes no debate público e na agenda midiática dos principais veículos de jornalismo de grande circulação do país. (Oliveira, 2020, p. 12)

A desinformação generalizada também revela desconfianças em torno das instituições científicas como espaço de produção de informações confiáveis e evidências para tomada de decisão. Segundo Oliveira, (2020, p. 2), essa desconfiança não vem só da falta de informação, mas também de um conjunto de crenças consolidadas – provenientes de um processo político e ideológico – que se chocam com os valores estabelecidos pelas instituições científicas. Como resultado direto, tem-se a criação de teorias de conspiração e negacionismo científico.

Devido ao vácuo existente entre a Academia e a sociedade, não é de se surpreender que a última não ouça o que a Ciência tem a dizer, já que praticamente não a conhece: não sabe quais são suas técnicas, os passos de desenvolvimento, os agentes envolvidos, os custos etc. O pouco que sabe sobre seus resultados geralmente vem com grande ruído, pouca profundidade e até mesmo com uma “aura” de conhecimento supremo e, principalmente, distante. Assim, a ideia de Ciência se liga a “um conjunto de práticas restritas a tipos específicos de leituras do real, pavimentando o caminho para a naturalização de sua ilusória separação da esfera da cultura” (Garcia, 2014, p. 4).

Acontece o que Cascais (2003) chama de mitologia dos resultados: com o direcionamento da mídia apenas para as conclusões e aplicações prontas das pesquisas, cria-se, no imaginário popular, a ideia de que a Ciência é totalmente utilitarista, consumível, inerrante e de que seus processos são simples e poucos custosos. Não entendendo o processo, a sociedade não se sente pertencente a ele, tornando difícil o diálogo entre os cientistas e a população.

Nossas pesquisas na área de Educação em ciências: como todo o restante do meio acadêmico temos muito pouco atuado junto às comunidades ao emprendermos nossos estudos. Pouco ouvimos e dialogamos com a população. [...] Não perdemos o espaço, pelo simples motivo de que nunca o ocupamos. Queremos fazer chegar a eles os resultados dessas pesquisas feitas na universidade e ainda esperamos que eles nos acolham e aprendam com a gente? (Galieta, 2020, par. 12)

É nesse momento que se faz necessária a elaboração de uma ancoragem científica com a sociedade que, segundo Orlandi (2001), se dá por meio da substituição da metalinguagem específica da Ciência

por uma linguagem que permita a circulação da mesma para o público. Essa ancoragem pode ser pensada por meio da Comunicação – e o Jornalismo de divulgação científica tem esse papel.

Segundo Authier-Revuz (1998), o termo divulgação científica pode ser definido como uma atividade de disseminação, em direção ao exterior, de conhecimentos científicos já produzidos e que se mantêm em circulação apenas em uma comunidade restrita (a Academia). O exterior a ser alcançado, nesse caso, é o grande público, fazendo com que a divulgação científica tenha um caráter social, imprescindível para o desenvolvimento da Ciência.

Assim, a importância de se ter uma divulgação científica forte se dá, não apenas com a função de disseminação informacional, mas também porque ela:

aproxima o cidadão comum dos benefícios que ele tem o direito de reivindicar para a melhoria do bem-estar social. Ela pode contribuir também para visão mais clara da realidade ao contrapor-se aos aspectos característicos de uma cultura pouco desenvolvida, ainda contaminada por superstições e crenças que impedem as pessoas de localizar com clareza as verdadeiras causas e efeitos dos problemas que enfrentam na vida cotidiana. (Oliveira, 2002, p. 14)

Mesmo com esses benefícios, pautas científicas não são habituais no cotidiano de grandes portais e veículos de mídia tradicionais, os quais se apegam apenas aos valores-notícia clássicos (Traquina, 2005), que são critérios que influenciam a seleção e o destaque de fatos como produto noticioso.

Assim, para que a Ciência seja vista para além de um mero produto e para que seu distanciamento em relação à sociedade seja

mitigado, universidades criam departamentos, assessorias e iniciativas – rádios, jornais, perfis em redes sociais, canais no YouTube, etc. – que trabalham diretamente a comunicação e divulgação científica.

Especificamente sobre jornais científicos, entre os exemplos mais notáveis de universidades estaduais de São Paulo estão o Jornal da USP (<https://jornal.usp.br/>), da Universidade de São Paulo; o Jornal da Unicamp (<https://www.unicamp.br/unicamp/ju>), da Universidade Estadual de Campinas; e o Jornal da Unesp (<https://jornal.unesp.br/>), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

O Jornal da USP é um periódico eletrônico criado em 2004, no entanto, a história do Jornal remonta ao início da década de 70, quando a universidade lançou o “USP Informa”, boletim informativo impresso destinado a divulgar as atividades da instituição. O Jornal tem publicação diária e as notícias e reportagens são distribuídas em seu site e redes sociais. Além disso, o Jornal da USP também publica uma revista mensal em versão impressa e digital. Atualmente, o Jornal da USP é produzido por uma equipe de profissionais formada por jornalistas, editores, designers, fotógrafos e técnicos de informática, e é coordenado pela Superintendência de Comunicação Social da USP.

Já o Jornal da Unesp foi criado em 1995 como um projeto experimental de alunos do curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp, campus de Bauru. O Jornal é publicado trimestralmente e, além das edições impressas, o periódico também disponibiliza suas publicações em versão digital no site oficial do jornal. Hoje, o Jornal da Unesp é uma publicação da Coordenadoria Geral de Comunicação Social (CGCS) da universidade e é produzido

por uma equipe de jornalistas e colaboradores, incluindo alunos e professores de diversos cursos da Unesp.

Por fim, o Jornal da Unicamp foi criado em 1984 e é mantido pela Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Unicamp. Ao longo de sua história, o periódico se consolidou como uma importante fonte de informação e análise sobre temas relacionados à educação, ciência, tecnologia, cultura, política universitária e sociedade, sempre com um enfoque crítico e reflexivo. O Jornal da Unicamp é um periódico com periodicidade mensal. Além da edição impressa, o Jornal da Unicamp também disponibiliza seu conteúdo na versão digital. Atualmente, é produzido por equipe formada por cerca de 20 colaboradores, entre jornalistas, editores, designers gráficos, fotógrafos e técnicos de suporte.

Mesmo sendo jornais, os periódicos universitários possuem pautas e coberturas distintas da imprensa comercial. Essas diferenças se refletem em como os jornais universitários escolhem, produzem e publicam conteúdo. Assim, é importante reconhecer se (e de que modo) o processo produtivo desses jornais leva em consideração aspectos distintos dos da grande imprensa – quais são os valores-notícia; como são as técnicas de apuração; quais são as fontes consultadas; como funciona a interferência do poder público ou acadêmico; entre outros procedimentos.

Assim sendo, esta pesquisa teve o objetivo de investigar o processo produtivo dos jornais das três principais universidades públicas estaduais de São Paulo: USP, Unesp e Unicamp, com foco na divulgação científica e no combate à desinformação sobre Ciência. Partiu-se da hipótese de que o processo produtivo, bem como os valores-notícia e até

mesmo as relações com as fontes consultadas apresentariam diferenças substanciais, se comparadas ao que ocorre na imprensa em geral.

Metodologia

A investigação foi composta por duas etapas principais: revisão bibliográfica e entrevistas. Na primeira etapa, foi realizada revisão teórica para mapear os principais estudos e pesquisas relacionados ao tema em questão. Essa etapa foi importante para levantar os conceitos e as teorias que embasam a produção jornalística, bem como para compreender as particularidades da divulgação científica em veículos de comunicação especializados.

Na segunda etapa, foram realizadas entrevistas com profissionais responsáveis pela produção de conteúdo nos jornais em questão, como jornalistas e editores. Sobre esta técnica, “é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações de que se deseja conhecer” (Duarte, 2015, p. 62).

Essa etapa foi realizada com o objetivo de compreender mais detalhadamente o processo produtivo e as dinâmicas envolvidas na divulgação científica. As entrevistas foram conduzidas com base em um roteiro semiestruturado, com perguntas abertas, as quais poderiam ser adaptadas e alteradas no decorrer das entrevistas (Duarte, 2015). O roteiro foi desenvolvido, versando sobre o processo produtivo, da pré-pauta, passando pela edição até a publicação final, além de questões sobre o enfrentamento à desinformação sobre temas relacionados à Ciência.

Por fim, a análise dos dados foi realizada de forma qualitativa, buscando identificar padrões e relações entre as informações coletadas na revisão bibliográfica e nas entrevistas. A análise dos dados permitiu identificar as particularidades do processo produtivo dos jornais da USP, Unesp e Unicamp, bem como as dinâmicas envolvidas na produção de jornalismo de divulgação científica.

Resultados

A crescente diversificação do conhecimento e o consequente desequilíbrio entre os interesses e expectativas da população em relação aos pesquisadores e cientistas são fenômenos que ampliam a demanda por especialização. Nesse contexto, é comum separar os domínios do saber em busca de maior exatidão, rigor, segurança e disseminação das informações. Essa necessidade de especialização oferece vantagens, como a capacidade de aprofundamento em áreas específicas do conhecimento. No entanto, também acarreta desvantagens, como a falta de comunicação entre essas diversas áreas, que não são tecidas como parte da mesma realidade, o que pode resultar em lacunas e dificuldades na integração de conhecimentos multidisciplinares. É neste momento que a comunicação eficiente desses conhecimentos se torna mais necessária.

A atividade científica chega em sua plenitude quando o pesquisador comunica os resultados de seu trabalho com a sociedade. Pouco ou nada, servirá todo o esforço de investigação se não resultar em comunicação. [...] Neste sentido, a informação jornalística especializada vem para cobrir o abismo que, tradicionalmente, existe entre os cientistas e os cidadãos não especializados nestes conteúdos especializados. (Ramírez & Del Moral, 1999, p. 110)

Entretanto, as dinâmicas e necessidades da Comunicação e da Ciência parecem não se encaixar à medida que olhamos para seus cernes. Segundo Bueno (1998), enquanto a ciência e a tecnologia são resultados de processos que demandam tempo para maturação, não sendo vinculadas necessariamente à obtenção de resultados imediatos, a comunicação e o jornalismo dependem, de forma crucial, da coleta e da rápida circulação de informações.

Conforme anteriormente mencionado, a pandemia de Covid-19 evidenciou uma lacuna significativa de informação na sociedade, destacando a importância crucial de dados científicos confiáveis. Assim, observou-se uma mobilização por parte da comunidade científica, direcionada para o enfrentamento da desinformação, que se traduziu em esforços para uma divulgação mais ampla e acessível das pesquisas.

E isso se torna ainda mais importante dentro das Universidades, já que é lá onde os cientistas se encontram. A ciência produzida ali dentro precisa retornar para a sociedade em forma de elementos em prol do bem-estar público, como as vacinas, mas também de informação – ainda mais tratando-se de universidades estaduais e federais, financiadas pelo orçamento público.

Segundo Hernando (1998), a prática do jornalismo científico produzido pela universidade atinge os dois grandes objetivos da divulgação científica: conhecimento e ação prática. Se a universidade não o fizer, a informação plena não chegará à sociedade, já que as redações tradicionais estão cada vez menores e menos especializadas em ciência. Por isso, é de suma importância compreender, de forma adequada, tanto o papel quanto o exercício desse tipo de jornalismo, que atua como uma representação da realidade, promovendo a popularização da Ciência.

Para compreender melhor o fenômeno do jornalismo científico feito por Universidades, foram entrevistados representantes das três maiores universidades estaduais de São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual Paulista (Unesp) e Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Os entrevistados foram Pablo Nogueira Gonçalves Diogo, jornalista pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestre em Ciência da Religião e editor-chefe do Jornal da Unesp desde julho de 2021; Malena Beatriz Stariolo, jornalista pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) e repórter no Jornal da Unesp desde setembro de 2022; Luiz Roberto Serrano, jornalista pela Escola de Comunicação e Artes (ECA – USP) e superintendente de Comunicação Social da USP desde janeiro de 2018; Luiza Caires, jornalista, mestre em Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA – USP) e editora de ciência no Jornal da USP desde maio de 2016; e Felipe de Oliveira Mateus, jornalista, doutor em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC - Unesp) e repórter no Jornal da Unicamp. Até a consolidação desse trabalho, nenhum representante da editoria do Jornal da Unicamp respondeu positivamente à solicitação da entrevista para a pesquisa.

As entrevistas foram realizadas virtualmente entre fevereiro e abril de 2024, seguindo um roteiro semiestruturado, com perguntas abertas. Analisou-se a rotina produtiva da redação, desde o levantamento das pautas até a publicação das matérias, considerando elementos como prazos, divisão do trabalho e diversidade de fontes; o processo de mapeamento e hierarquização das pesquisas universitárias para seleção de conteúdo; o papel dos jornais universitários na divulgação científica, seus erros e acertos nesse contexto, bem como sua contribuição para

o combate à desinformação; além de possíveis interferências do poder público ou acadêmico no processo de produção jornalística. Sendo assim, a análise das respostas seguirá por divisão temática.

Rotina produtiva dos jornais universitários

A produção jornalística nos jornais universitários da USP, Unesp e Unicamp compartilha semelhanças que refletem a natureza acadêmica dessas instituições. No Jornal da Unesp, as reuniões semanais de discussão de pauta desempenham um papel fundamental, permitindo a apresentação de ideias, a definição de temas e o estabelecimento de prazos. De acordo com Malena Stariolo, repórter do jornal, essa estrutura proporciona um tempo maior para a elaboração das matérias, possibilitando uma abordagem mais detalhada e aprofundada dos assuntos.

No jornalismo universitário a gente consegue se debruçar por mais tempo em uma pauta e entrar com mais detalhe nela. Eu tenho todo um tempo maior para preparar e fechar muito bem uma matéria, algo que em um jornalismo diário, um jornalismo não universitário, não tem. O jornalista diário, ele tem, em média, três a quatro horas para escrever uma matéria, até as de ciência. Então acho que o jornalismo de ciência feito por jornais universitários se beneficia muito disso, o que permite explorar mais os temas, porque a gente não tá preso ao imediatismo. Isso permite que a gente traga para o debate assuntos que nem sempre são quentes, mas que são pertinentes. (M. B. Stariolo, comunicação pessoal, 25 de março de 2024)

Por sua vez, o Jornal da USP adota uma dinâmica de reuniões diárias de pauta, com encontros adicionais para determinar os destaques da página principal. Essa abordagem destaca a importância de uma produção jornalística ágil e atualizada, ao mesmo tempo em que busca

manter a relevância e a consistência editorial. Essa dinâmica é possível considerando o quadro de cerca de 70 jornalistas – entre repórteres, diagramadores e fotógrafos. A editora de Ciência do Jornal da USP, Luiza Caires, destaca a meticulosidade na seleção e no acompanhamento das pesquisas a serem divulgadas, ressaltando a importância de um contato direto com os pesquisadores para garantir a qualidade e a precisão das informações veiculadas. A editora também destaca como, dentro do processo produtivo, a parte da entrevista com o pesquisador é significativa para a escrita final do conteúdo.

Primeiro, selecionamos um artigo para a pauta. Em seguida, eu dou uma olhada no artigo e, às vezes, entro em contato com o pesquisador – muitas vezes, é apenas durante a conversa que descobrimos se a pesquisa realmente renderá uma boa notícia. (L. Caires, comunicação pessoal, 2 de abril de 2024)

No Jornal da Unicamp, a ênfase da rotina produtiva recai sobre a interação com os pesquisadores, a obtenção de material complementar e a contextualização das pesquisas dentro de um quadro mais amplo. Essa abordagem visa não apenas divulgar os resultados científicos, mas também torná-los acessíveis e relevantes para um público diversificado.

Eu acho que é até interessante para esses professores, esses pós-graduandos, que passam pela experiência de dar entrevista pra gente porque muitas vezes eles se surpreendem, pensando assim: “Olha, eu não imaginava que a minha pesquisa pudesse estar acessível a ponto de uma pessoa que não é da área compreender”a. (F. O. Mateus, comunicação pessoal, 8 de abril de 2024)

Felipe Mateus, repórter do Jornal da Unicamp, também destacou como, muitas vezes, o pesquisador está distante do processo

de divulgação para a sociedade, mostrando a importância dos jornais (e jornalistas) universitários para fazer essa ponte.

Diferença entre jornais universitários e jornais diários

De acordo com os relatos das fontes, os jornais universitários se distinguem dos jornais diários em vários aspectos, como abordagem editorial, missão institucional e pressões comerciais.

Malena ressalta que os jornais universitários valorizam a qualidade do material produzido em detrimento do sensacionalismo para atrair cliques, como frequentemente acontece no jornalismo diário. Essa abordagem é influenciada pelo ambiente acadêmico em que os jornais universitários estão inseridos, proporcionando uma compreensão mais profunda dos processos e tempos envolvidos na produção científica.

A gente prefere muito mais produzir um material de qualidade do que produzir algo tendendo ao sensacionalismo para conseguir atrair cliques – que, no jornalismo diário, infelizmente, é uma das linhas que comanda a produção. Isso porque eles estão inseridos dentro de uma noção mercadológica, eles precisam continuar existindo e o que faz eles existirem, o que dá dinheiro pela publicidade, são os cliques. (M. B. Stariolo, comunicação pessoal, 25 de março de 2024)

Luiza e Luiz – editora de ciência e editor chefe do Jornal da USP, respectivamente – destacam a missão institucional dos jornais universitários, que difere da dos jornais diários. Eles enfatizam que o jornal tem o objetivo de divulgar uma ampla gama de assuntos, abrangendo todas as áreas de estudo e todas as escolas da USP.

Além disso, Luiza ressalta que, embora os jornais universitários desejem alcançar um público amplo, eles não enfrentam a mesma pressão por cliques e audiência que os jornais diários. Isso permite uma maior liberdade editorial e uma abordagem mais focada na qualidade e relevância das matérias produzidas, como pontuou Malena. “Temos o objetivo de alcançar um público amplo. Só que não fazemos qualquer coisa para alcançá-lo” (L. Caires, comunicação pessoal, 2 de abril de 2024).

Por fim, Felipe também destaca a independência dos jornais universitários em relação às pressões comerciais. Ele argumenta que os jornais universitários praticam uma comunicação pública sem a necessidade de atender às demandas de uma audiência pagante, permitindo uma abordagem mais centrada no fortalecimento do campo científico e na divulgação de pesquisas relevantes.

Banco de fontes

No Jornal da Unesp, conforme relatado por Malena, não há um banco de fontes formalmente estabelecido. Embora existam fontes frequentemente utilizadas e a preferência por pesquisadores da Unesp, o processo de seleção de fontes é orientado principalmente pelo tema da matéria, buscando garantir diversidade e evitar favorecimentos recorrentes. Essa abordagem destaca a seleção criteriosa e consciente das fontes, visando uma cobertura jornalística imparcial e representativa.

Por sua vez, no Jornal da USP, como explicado por Luiza, a seleção de fontes é orientada pela filiação institucional dos pesquisadores envolvidos nas pesquisas divulgadas. Nesse sentido, há uma preferência por fontes vinculadas à USP, embora haja esforços para

incluir perspectivas externas quando possível, visando enriquecer a narrativa e promover a diversidade de opiniões.

As pesquisas que divulgamos precisam ter alguma participação formal de alguém associado à USP. Quando possível, pois há a pressão do tempo para divulgar muitas informações com poucos recursos, sempre procuramos envolver pesquisadores de outras instituições para fornecer diferentes perspectivas. Não temos um banco de dados como a Rádio USP, por exemplo, porque eles lidam muito com a atualidade, mas para nós isso não faz tanto sentido. (L. Caires, comunicação pessoal, 2 de abril de 2024)

No Jornal da Unicamp, como descrito por Felipe, as fontes utilizadas são predominantemente pesquisadores e autores vinculados à própria universidade. A seleção de fontes é direcionada pela relevância das pesquisas produzidas internamente, com uma preferência por destacar o trabalho dos pesquisadores da Unicamp.

Mapeamento e hierarquização de pautas

No Jornal da Unesp, como descrito por Pablo, editor chefe, a geração de pautas ocorre por meio de uma ampla busca tanto interna quanto externa à universidade, envolvendo a identificação de temas relevantes nos agregadores de notícias, sugestões de pesquisadores e até mesmo descobertas pessoais durante a navegação por portais científicos online.

Já no Jornal da USP, conforme relatado por Luiz, a seleção de pautas é orientada tanto por fontes internas da universidade quanto por temas relevantes para a sociedade em geral. Essa abordagem envolve um acompanhamento constante dos acontecimentos atuais, a participação

ativa dos professores da USP na sugestão de temas e a busca por pesquisas realizadas nas diversas unidades da universidade.

Já no Jornal da Unicamp, como explica Felipe, o mapeamento e a hierarquização de pautas são realizados por meio de uma busca ativa dentro da própria universidade, com foco na identificação de pesquisas inovadoras e de interesse público.

Dentro da secretaria, temos alguns colegas que realizam uma busca ativa dentro das faculdades, institutos e programas de pós-graduação, por pesquisas ou projetos de pesquisa que sejam interessantes. Também estamos abertos a receber sugestões e isso é algo bastante comum de acontecer. [...] Temos um esforço grande de diversificar as áreas, procurar pesquisas de artes, por exemplo, porque não é muito automático você pensar em pesquisa científica de arte. (F. O. Mateus, comunicação pessoal, 8 de abril de 2024)

Essa abordagem inclui a consulta a orientadores e coordenadores de pesquisa para validar a relevância das temáticas selecionadas, bem como um esforço consciente para diversificar as áreas de cobertura, incluindo campos menos convencionais.

Público-alvo e os impactos do jornalismo universitário

Malena, do Jornal da Unesp, destaca que o público predominante das matérias são os acadêmicos, incluindo professores, pesquisadores e estudantes universitários. Ela ressalta a importância de alcançar um público mais amplo além da academia, e menciona a repercussão das matérias em veículos de grande circulação, como a Folha e O Globo, que utilizam o jornal da Unesp como fonte para suas próprias pautas, ampliando assim o alcance das matérias.

Luiza destaca que o público do jornal da USP não é composto exclusivamente por cientistas, mas por um público geral, formado por pessoas com formação universitária ou com ensino médio completo. A partir disso, ela ressalta a importância de comunicar de forma acessível, utilizando uma linguagem não necessariamente técnica para alcançar uma audiência mais diversificada.

Luiz complementa que uma maneira de atingir o grande público também é através da reprodução das matérias do Jornal da USP em veículos de imprensa tradicionais, como Estadão, Folha e O Globo. Isso sugere que as matérias produzidas pelo jornal têm impacto não apenas dentro da comunidade acadêmica, mas também alcançam uma audiência mais ampla por meio da mídia convencional.

Já Felipe destaca que o interesse pela universidade vem crescendo, o que pode contribuir para ampliar o público-alvo dos jornais universitários. Ele menciona a importância de abordar temas que possam interessar não apenas aos acadêmicos, mas também ao público em geral, como questões relacionadas ao vestibular e conceitos científicos que enriquecem o conhecimento de diferentes públicos.

Jornalismo universitário no combate à desinformação

A atuação dos jornais universitários da USP, Unesp e Unicamp no combate à desinformação reflete uma preocupação crescente com a qualidade e a veracidade da informação científica disponibilizada ao público. Pablo destaca a importância do jornalismo científico como contraponto à diminuição da cobertura de ciência nos veículos tradicionais, especialmente diante do cenário atual de desconfiança e desinformação em relação à produção científica. Ele ressalta o papel do jornalismo na

checagem de informações e no monitoramento do discurso público, enfatizando a necessidade de combater a desinformação por meio da produção e difusão de conteúdo confiável.

Existe realmente uma percepção negativa da produção da ciência que não existia quando eu entrei na profissão. Existem pessoas que começaram a ter um olhar para a produção do universo da produção científica muito mais ingênuo, desconfiado, mal informado. E a oposição de atores políticos contra algumas áreas da ciência, pelo menos na intensidade que a gente vê hoje. Então fazer comunicação de ciência passou a ter essa outra dimensão. Estamos disputando contra um adversário do lado de lá, que também tá produzindo conteúdo. Então, na verdade, o conteúdo que a gente produz termina sendo disputa de espaço. E é nesse sentido que eu acho que a gente pode contribuir para isso e também estar atento. Então, nesse sentido, a gente combate a desinformação porque isso é uma coisa que a imprensa faz classicamente, esse monitoramento do Poder. O Poder está o tempo todo procurando orientar o discurso público, e a imprensa tradicionalmente faz essa checagem. Temos que estar muito mais atentos em relação a isso. (P. N. Diogo, comunicação pessoal, 29 de fevereiro de 2024)

Malena sugere a exploração de diferentes gêneros jornalísticos, como o jornalismo narrativo, como forma de atrair a atenção do público não acadêmico e combater a visão restrita do jornalismo de ciência. Essa abordagem visa ampliar o alcance e a relevância do jornalismo científico, tornando-o mais acessível e interessante para diferentes públicos.

Por sua vez, Luiz destaca o desafio de ampliar o alcance do jornalismo científico na sociedade em geral, especialmente diante da crise enfrentada pela imprensa tradicional. Ele ressalta a importância da comunicação científica como instrumento de autodefesa da população,

mas reconhece que há um longo caminho a percorrer para tornar a ciência acessível e compreensível para todos os segmentos da sociedade.

Eu acho que ainda temos muito a conquistar [no jornalismo científico], principalmente na medida em que a imprensa tradicional recuou nesse papel no seu momento de crise. E tudo indica que, por várias razões, boa parte da população não está ligada à ciência como arma de autodefesa. Tem muito a andar e não é necessariamente pelos jornais das Universidades. É lógico que nós ampliamos o alcance, nós ampliamos a nossa divulgação, mas não a ponto de ser uma instrumento junto a toda a população. Eu não tenho essa ilusão. Vivemos por isso, mas você precisa ver, primeiramente, qual é o conceito de Universidade junto a maior parte das pessoas. Se é um universo que elas têm no horizonte, se é um mundo inatingível para elas. A divulgação de ciência via jornais universitários ganhou espaço, mas não suficiente. (L. R. Serrano, comunicação pessoal, 25 de abril de 2024)

Luiza e Felipe compartilham a visão de que os jornais universitários desempenham um papel fundamental na divulgação da ciência e no combate à desinformação, ao mesmo tempo em que reconhecem os desafios e limitações enfrentados nesse processo. Eles destacam a importância da comunicação eficaz entre cientistas e jornalistas na disseminação de informações precisas e confiáveis, bem como a necessidade de envolver o público acadêmico e científico nesse esforço.

Eu acho que ainda fazemos pouco, como eu mencionei anteriormente, somos limitados aqui no que conseguimos expor em relação à produção da universidade. A universidade poderia olhar com mais cuidado para a área de comunicação, porque ainda vejo uma relevância muito grande no papel do jornalista, como intermediário ou mediador. Apesar de as pessoas produzirem conteúdos por conta própria ou os próprios pesquisadores divulgarem, há uma forma de fazer isso na qual nós nos especializamos. Eu acho que está ocorrendo um esvaziamento

que não necessariamente será preenchido por outras formas de comunicação. Como eu disse, há muitos divulgadores científicos que abordam temas de ciência, mas acredito que eles também não irão necessariamente contemplar a pesquisa da universidade. Os cientistas perceberam a necessidade de se envolverem mais em relação às informações, não dá para ficar parado esperando enquanto todos propagam desinformação e não apresentam o outro lado. Nesse sentido, acredito que os próprios representantes da ciência têm consciência de que precisam se comunicar com o público, não apenas com seus pares. Eu acho que estamos vivendo uma era de questionamento das instâncias oficiais. A ciência é uma dessas instâncias oficiais. (L. Caires, comunicação pessoal, 2 de abril de 2024)

A desinformação generalizada revela algo mais profundo: desconfianças em torno das instituições científicas como espaço de produção de informações confiáveis e evidências para tomada de decisão. Essas desconfianças, muitas vezes, são provenientes de construções ideológicas e políticas – âmbito pessoal dos indivíduos que torna extremamente difícil a entrada da Ciência. Daí a importância do jornalismo universitário científico como mais um mediador e um facilitador da disseminação científica efetiva e de qualidade, mostrando que a Universidade, Ciência e Comunidade estão “do mesmo lado”, buscando coisas similares.

A mitologia dos resultados na divulgação científica

Já citado anteriormente, o termo *mitologia dos resultados* advém da pesquisa de Cascais (2003), e trata sobre o direcionamento da mídia apenas para as conclusões e aplicações prontas das pesquisas, criando-se, no imaginário popular, a ideia de que a Ciência é totalmente utilitarista, consumível, inerrante e de que seus processos são simples e poucos custosos. Não entendendo o processo, a sociedade não se

sente pertencente a ele, tornando difícil o diálogo entre os cientistas e a população.

Sobre o debate, Pablo, destaca a importância de explicar o processo científico e seu contexto metodológico para promover a alfabetização científica na sociedade. Ele reconhece que muitas vezes a complexidade da pesquisa científica não é adequadamente transmitida, o que pode levar a uma compreensão limitada e distorcida da ciência.

A gente procura, em alguma medida, explicar como a ciência é feita. Alfabetização científica tem a ver com a ideia da sociedade geral ter uma ideia um pouco mais ampla de como a ciência é promovida, inclusive, como isso se diferencia com grandes grupos econômicos pressionando. (P. N. Diogo, comunicação pessoal, 29 de fevereiro de 2024)

Já Malena ressalta a necessidade de desafiar a ideia de uma ciência objetiva e infalível, especialmente diante da incerteza e evolução constantes do conhecimento científico. Ela destaca que a falta de clareza durante a pandemia gerou dúvidas sobre a competência dos cientistas, reforçando discursos anti-ciência. Malena argumenta que é fundamental tornar o processo científico mais compreensível e transparente para o público em geral, além de enfatizar sua natureza exploratória e em constante evolução.

ainda não encontramos uma maneira eficaz de mostrar que a ciência é um processo em constante evolução. A ciência não lida com certezas absolutas; ela existe para desafiar conceitos estabelecidos. (M. B. Stariolo, comunicação pessoal, 25 de março de 2024)

Luiz e Luiza reconhecem a importância de contextualizar as pesquisas e evitar transmitir a impressão de que um estudo representa a resposta definitiva. Para eles, os estudos científicos devem ser vistos como parte de um processo contínuo de construção do conhecimento, e não como verdades absolutas. Essa abordagem busca desmistificar a ciência e promover uma compreensão mais realista e crítica de seu papel na sociedade.

Nós publicamos estudos individuais, mas tentamos não transmitir a impressão de que um estudo representa a resposta definitiva, entende? Ele está inserido em um contexto mais amplo de pesquisa, em uma área que está sendo construída e desenvolvida. Às vezes, tenho a impressão de que o público que consome esses estudos não têm necessariamente a consciência de que se trata apenas de um estudo. Pode ser, na verdade, uma descoberta em uma pequena parte desse campo de conhecimento em exploração, e outras pesquisas futuras irão acrescentar mais informações. Às vezes, tenho a impressão de que o público interessado em ciência, talvez influenciado pela forma como esses estudos são noticiados, os lê como se fossem a “Palavra Final”. (L. Caires, comunicação pessoal, 2 de abril de 2024)

Por fim, Felipe destaca o desafio de comunicar a importância da pesquisa básica, que muitas vezes não resulta em benefícios práticos imediatos, mas contribui para o avanço do conhecimento a longo prazo.

Um grande desafio que eu vejo como jornalista de ciência é falar sobre pesquisa básica. A pesquisa básica é aquela em que você não necessariamente busca gerar uma inovação ou um processo prático, mas sim novos conhecimentos dentro daquela área. A gente sempre tem essa tentação, né, de perguntar assim: “Olha, mas por que essa pesquisa é importante? Ou como é que essa pesquisa vai mudar o dia a dia da Dona Maria que tá ali na casa dela?” Pode ser que uma pesquisa específica não vá mudar

diretamente o dia a dia da Dona Maria, mas ela vai fortalecer uma série de outras pesquisas que, lá na frente, vão gerar isso. Muitas vezes a ciência não pode ser imediatista, as pessoas querem uma resposta rápida, mas uma resposta cientificamente válida e sólida não vai vir rápido. (F. O. Mateus, comunicação pessoal, 8 de abril de 2024)

Ele ressalta a necessidade de evitar uma abordagem imediatista e simplificadora da ciência, enfatizando sua validade e solidez mesmo diante de resultados não imediatamente tangíveis. Isso é possível com um jornalismo científico que também retrata o processual dentro das pesquisas e valoriza as chamadas ciências duras.

Interferências do poder público e acadêmico nos jornais

Os editores e repórteres foram perguntados sobre possíveis interferências do poder público e acadêmico em suas atuações – o que pode influenciar diretamente na independência, transparência e credibilidade dos veículos.

Pablo destaca justamente a importância da autonomia editorial dos jornais universitários, ressaltando que esses veículos estão inseridos em uma visão macro de comunicação da instituição, mas ainda desfrutam de uma autonomia razoável. Malena também enfatiza a independência com que o veículo opera, destacando a liberdade jornalística como um valor fundamental na tomada de decisões editoriais.

A gente trabalha de maneira bem independente. É claro, a gente recebe pedidos e alterações, só que a gente pondera. Temos a nossa liberdade de manter a liberdade jornalística. Então não é que a gente nunca acate, mas também não temos a obrigação de acatar. As reuniões de pauta, às vezes servem para isso

também. Surgiu tal demanda ou a gente escreveu tal coisa que a pessoa não gostou: é válido? E aí o que a gente é o que vale. A gente preza muito por manter essa Independência jornalística. (M. B. Stariolo, comunicação pessoal, 25 de março de 2024)

Já Luiz e Luiza relatam experiências semelhantes de autonomia editorial, afirmando que o jornal da USP é livre de amarras e não sofre interferências diretas da própria universidade ou do governo estadual. No entanto, Luiza ressalta que, embora na área de ciências não haja interferência direta das instâncias de poder, existem influências indiretas decorrentes da hierarquia institucional e das visões dos reitores sobre o jornal. No entanto, ela destaca os esforços para manter a independência editorial, especialmente na área de ciências.

O jornal da USP é livre de amarras. Essa é a experiência que eu conheço. Nunca tivemos nenhuma interferência, seja da própria Universidade, seja do Governo do Estado. Isso não aconteceu nenhuma vez nesses anos que eu estou aqui. (L. R. Serrano, comunicação pessoal, 25 de abril de 2024)

Felipe também destaca a importância da liberdade acadêmica na atuação dos jornais universitários, enfatizando que nunca percebeu interferências no seu trabalho ou no de seus colegas.

Eu acredito que, dentro do ambiente em que atuamos, é crucial valorizar a liberdade acadêmica, que se reflete também em nossa atuação. Mostrar a diversidade de temas pesquisados na universidade é fundamental para consolidar a visão de que é um espaço de livre debate e troca de ideias. A pesquisa científica, muitas vezes, está profundamente ligada à realidade social, buscando responder questões relevantes para a sociedade, como os direitos das populações indígenas e das mulheres. Esse aumento na diversidade tem reflexos positivos não só na universidade, mas

também na qualidade e relevância das pesquisas desenvolvidas. (F. O. Mateus, comunicação pessoal, 8 de abril de 2024)

Ele argumenta que valorizar a diversidade de temas pesquisados na universidade é fundamental para consolidar a visão de que é um espaço de livre debate e troca de ideias, refletindo positivamente na qualidade e relevância das pesquisas desenvolvidas.

Conclusão

A partir da revisão teórica sobre a produção e divulgação de ciência dentro das instituições de ensino superior e da realização de entrevistas com representantes dos jornais das maiores universidades estaduais do estado de São Paulo foi possível compreender a relevância do jornalismo científico universitário na tentativa de mitigar a lacuna entre o espaço acadêmico e a comunidade.

Esses veículos são essenciais por estarem mais próximos dos próprios pesquisadores, não estarem sob a mesma pressão mercadológica de produção e por possibilitarem a divulgação de conteúdo científico diversificado e de qualidade, ao contrário da imprensa tradicional, onde as redações são cada vez menos especializadas.

As entrevistas com representantes do Jornal da USP, Jornal da Unesp e Jornal da Unicamp comprovou que esses veículos são semelhantes entre si no que diz respeito às rotinas produtivas, aos valores-notícia na seleção e hierarquização de pautas, à (busca de) diversidade de fontes e às técnicas de apuração e produção. Os integrantes dos jornais são, em geral, críticos quanto ao seu papel como porta-vozes das universidades, reconhecendo tanto a importância na construção de uma divulgação

científica de qualidade quanto os limites impostos, como restrições de verba, alcance de público e abrangência no discurso.

Conclui-se, portanto, que o trabalho científico de um jornal universitário vai além da cobertura simplista e mecânica de pesquisas prontas – isso a mídia tradicional já faz. Esses veículos devem proporcionar ao público uma compreensão do dinamismo da ciência, demonstrando que esta é uma área em constante evolução. Alfabetizar cientificamente, no jornalismo, é explicar os complexos processos de pesquisa de maneira acessível, desvendar os diferentes contextos e vieses envolvidos, além de apontar lacunas e interesses financeiros subjacentes. Desse modo, é possível trabalhar para mudar a percepção social da Ciência, frequentemente afetada de modo negativo pela disseminação de desinformação.

Referências

- Authier-Revuz, J. (1998). *Palavras incertas: as não-coincidências do dizer*. Editora da Unicamp.
- Bueno, W. C. (1998) Jornalismo científico: resgate de uma trajetória. *Comunicação e Sociedade*, (30), 209-220.
- Cascais, A. (2003). *Divulgação científica: a mitologia dos resultados*. Cabral.
- Duarte, J. (2015). Entrevista em profundidade. In J. Duarte, & A. Barros (Orgs), *A. Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação* (pp. 62-82). Atlas.
- Galieta, T. (2020). Por que a ciência está perdendo a disputa de conhecimentos? *Revista Brasileira de Educação Básica*. <https://>

rbeducacaobasica.com.br/2020/05/06/por-que-a-ciencia-esta-perdendo-a-disputa-de-conhecimentos/

Garcia, G. (2014). *A divulgação científica no horizonte do (im)provável* [Trabalho apresentado]. Scientiarum Historia VII. <https://pantheon.ufjf.br/handle/11422/1160>

Hernando, M. C. (1998) La difusión del conocimiento al público: cuestiones y perspectivas. *Revista Comunicação & Sociedade*, (29).

Oliveira, F. (2002). *Jornalismo Científico*. Contexto.

Oliveira, T. (2020). Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. *Liinc em Revista*, 16(2), .

Pasternak, N. (2018). Ciência para além dos muros: o papel, desafios e impactos da divulgação científica no Brasil. *Fiocruz*. <https://www.fiocruzbrasil.fiocruz.br/populacao-brasileira-desconhece-o-mundo-cientifico-diz-pesquisa>

Ramírez, F. E., & Moral, J. F. (1999). *Áreas de especialización Periodística*. Editorial Fragua.

Silva, J., & Zelesco, G. (2021). *Balanço Anual: Orçamento do Conhecimento 2021*. Observatório do Conhecimento. https://observatoriodoconhecimento.org.br/wp-content/uploads/2022/05/balanco-anual-orcamento-do-conhecimento-2021_compactado.pdf

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.

NOTÍCIAS GEOPOSICIONADAS. PRESSUPOSTOS PARA UM MODELO DE JORNALISMO SOBRE AS CIDADES

*Eduardo Campos Pellanda¹
Máгда Rodrigues da Cunha²*

A cada nova etapa de transformação tecnológica, algumas iniciativas já existentes são abandonadas e muitas soluções importantes presentes nas diferentes plataformas são deixadas de lado. Exemplos disto podem ser observados com o Metaverso que sai da agenda com a chegada do ChatGPT. O jornalismo, neste cenário, tem dificuldades de dialogar com a rapidez das transformações e, em consequência, tenta embarcar nas mudanças, sem muitas vezes honrar alguns de seus princípios ou mesmo construir uma solução adequada. Um destes

-
1. Doutor, PUCRS.
eduardo.pellanda@pucrs.br
 2. Doutora, ALAIC.
magda.cunha@gmail.com

casos está ligado às notícias geolocalizadas³, que hoje acompanham as iniciativas de redes sociais na internet, na tentativa de dar respostas a problemas cotidianos. No entanto, é importante definir pré-requisitos e categorias que devam estar presentes em proposições de informação jornalística nas cidades, para além de serviços que envolvam o trânsito e a circulação de carros pelas ruas. Uma informação aprofundada sobre a vivência nos ambientes urbanos pode se somar as muitas propostas no ecossistema de notícias à disposição do público.

Neste trabalho⁴, o objetivo é mapear como categorias os principais problemas que envolvam a informação jornalística nas grandes cidades. A partir disto, serão apontados pressupostos que, como resultado da investigação, devem estar presentes em futura plataforma com notícias geolocalizadas e que valorizem recursos já existentes.

As cidades são ecossistemas integrados à comunicação e nesta conexão se estabelecem novos territórios. Há uma camada narrativa nos espaços urbanos que reúne perfis em redes sociais, grupos em WhatsApp, aplicativos variados, definidos pelo público ou por organizações. No conjunto, se constitui em um novo ambiente e ao mesmo tempo evidencia uma disrupção tecnológica, reconfigurando tempo e espaço de vivência no contexto urbano. As soluções servem aos sujeitos ao ocuparem os espaços urbanos, para desenho de estratégias de circulação, de calendário, de horário, de vestuário, mas também de comunicação. A cidade é um organismo vivo, ativado pela movimentação das pessoas

3. Neste texto o termo notícias geolocalizadas será usado como referência para informações em um contexto geográfico que pode ser usado como parte da filtragem ou mesmo da própria narração.

4. Este artigo é parte do projeto de investigação da Bolsa PQ CNPq do autor Eduardo Campos Pellanda.

que nela vivem e que demandam por informação além daquela disponível em serviços.

Lynch (1997) aponta que o design de uma cidade é uma arte temporal, mas raramente pode usar as sequências controladas e limitadas de outras artes temporais como a música. Cada cidadão faz associações com alguma parte de sua cidade e a imagem de cada um fica impregnada de lembranças e significados. Mitchell (2003) previu que as cidades conectadas mudariam a forma como as pessoas se relacionariam com os lugares e que a metrópole teria uma lógica particular a partir de sua anatomia de conexão. Sennett (2018) relembra o pensamento de Mitchell para quem a cidade inteligente seria um lugar complexo, com a partilha de informações conferindo aos cidadãos escolhas cada vez mais variadas e conseqüentemente maior liberdade. Os prédios físicos, as ruas, e os escritórios seriam feitos de componentes em permanente mutação, podendo evoluir exatamente como o fluxo de informação.

Sarlo (2014), ao estudar a cidade de Buenos Aires, aponta a existência de muitas cidades e na complexificação dos espaços como um ecossistema convivem as cidades reais e as cidades imaginadas, espaços diferentes que se entrecruzam. A autora define aspectos como a cidade das mercadorias, a cidade dos pobres, a cidade dos estrangeiros, a cidade cultural ou a cibercidade. Sarlo (2014) questiona a dissolução do território ou a desterritorialização da cidade em suas representações.

As notícias geolocalizadas e as transformações do jornalismo nesse ambiente podem dar respostas importantes para a existência cada vez mais complexa no ambiente urbano. Quais os pressupostos que devem ser respeitados pelo jornalismo neste cenário e quais os princípios do próprio jornalismo podem solucionar problemas cotidianos nas cidades?

As Mudanças nas Cidades e a Informação

A busca por uma cidade melhor, título do capítulo 14, em Kotkin (2012), pode ser a melhor expressão para as tentativas de construção de um ecossistema eficaz de informação para o cotidiano, especialmente nos grandes centros urbanos. O modelo tradicional de jornalismo, que narra e segue descrevendo os problemas e as notícias sobre as cidades, com o tempo deixa de dar conta de acompanhar a crescente circulação das pessoas nos diferentes ambientes. A idealização sobre as cidades melhores ou inteligentes não é fato novo e está, normalmente, associada a um planejamento, mesmo que os atores envolvidos tenham consciência de que é na circulação que se constrói esta caminhada.

Kotkin (2012) relata a ambição de Dana Bartlett, um pastor protestante, que chegou a Los Angeles nos últimos dias do século XIX e observou a emergência de uma grande cidade, ainda um povoado com menos de 100 mil habitantes, onde eram erguidas novas construções. Em 1907, Bartlett escreve o livro *The better city*, no qual esboça a visão de uma cidade planejada que ofereceria a seus habitantes acesso fácil a praias, campinas e montanhas. As fábricas seriam transferidas para a periferia e as moradias para a classe operária seriam espalhadas para evitar o abarrotamento.

Los Angeles seguiu neste curso de planejamento. A imprensa local, ávida de novos moradores e leitores, promovia estas ideias, a exemplo do Los Angeles Express, que relatava uma antecipação de demandas ou a existência de um símbolo mundial de tudo o que era belo, saudável e inspirador (Kotkin, 2012). Los Angeles mostrou êxito menor em atingir os ideais defendidos por Bartlett e seus contemporâneos, como registra Kotkin (2012), mas demonstrou ao mundo um novo

modelo de crescimento urbano, o que sugeria um rompimento radical com a evolução das cidades.

O começo da Revolução Industrial acelera o índice de crescimento urbano e exerce pressão na geografia dos espaços urbanos. Em 1800, as cidades europeias haviam se tornado ao menos duas vezes mais densas do que suas predecessoras medievais (Kotkin, 2012). Este crescimento observado na história, em cruzamento com a perspectiva da informação, interessa especialmente porque as possíveis soluções não podem ser iguais para todas as cidades. E aqui surge um aspecto desafiador quando combinado ao jornalismo. Na organização da vida cotidiana, os sujeitos passaram a se apropriar dos canais disponíveis, disponibilizar as suas narrativas e construir o que aqui já denominamos como um novo ambiente que, ao mesmo tempo, evidencia disrupção tecnológica, reconfigura tempo e espaço de vivência no contexto urbano.

Kotkin (2012) fala das soluções encontradas na Paris do século XIX, mas também da Inglaterra, o país mais urbanizado do mundo e que escolhe uma direção diferente, que acaba por encontrar sua expressão na distante Los Angeles. O próprio autor reconhece que os problemas de Londres eram de ordem diferente dos de Paris. Em 1910, era a maior cidade do mundo, com o triplo da população da capital francesa. Chalhoub (2017) de sua parte descreve a realidade dos cortiços no final do século XIX, no Rio de Janeiro. Relata sobre as controvérsias em torno do número de habitantes do Cabeça de Porco, o mais célebre cortiço carioca do período, quando a Intendência Municipal decidiu despejar os moradores e demolir as casas. A Gazeta de Notícias calculava em 400 o número de moradores, enquanto outros jornais afirmavam que duas mil pessoas ainda habitavam o local.

Nos espaços urbanos centrais, subúrbios, cortiços, periferia, seja qual for o ambiente, é certo que a vida nas cidades cresce em complexidade e demanda por informação. O processo de ascensão e declínio de cidades tanto está arraigado na história quanto é modificado por ela (Kotkin, 2012).

As áreas urbanas bem-sucedidas de hoje ainda precisam estar em consonância com os fundamentos antigos – lugares sagrados, seguros e movimentados. Isto era verdade 5 mil anos atrás, quando as cidades representavam uma minúscula fração da humanidade, e também é verdade neste século, o primeiro em que a maioria vive em cidades. (Kotkin, 2012, p. 196)

A população urbana no mundo, que em 1960 estava em 750 milhões, cresceu para 3 bilhões em 2002, e deve ultrapassar os 2002 em 2030, como indica Kotkin (2012). A dimensão humana, no entanto, tem sido um tópico do planejamento urbano esquecido, enquanto ganham força questões como a acomodação do vertiginoso tráfego de automóveis, critica Gehl (2015), que aponta ainda a baixa prioridade ao espaço público, às áreas de pedestres e ao papel do espaço urbano como local de encontro dos moradores.

Os problemas que hoje afligem as cidades são pauta em áreas diversas. Kotkin (2012) pensa que tais dificuldades presentes nas regiões urbanas do Ocidente e cada vez mais nas partes desenvolvidas do leste e do sul da Ásia são de natureza diferente. Já Sennett (2018) escreve que a experiência numa cidade raramente é harmoniosa e mostra-se com maior frequência com contradições e arestas. “A cidade é torta porque é diversa, cheia de migrantes falando dezenas de línguas; porque suas desigualdades são gritantes...” (Sennett, 2018, p. 13). A observação

da história leva à conclusão de que os investimentos na direção de uma cidade melhor não são considerados relevantes por quem toma as decisões sobre as soluções urbanas. Fatores econômicos, por exemplo, como aponta Gehl (2015) tornam-se prioritários. As mudanças sociais ao redor do mundo também desaguam sobre as cidades contemporâneas, como reflete Bauman (2009), que se transformaram nos campos de batalha nos quais os poderes globais e os sentidos e identidades locais se encontram, se confrontam e lutam.

Certamente há problemas globais e conseqüentemente comuns a todos os países, mas assim como as soluções encontradas por Paris, Londres ou Los Angeles há diferenças as quais os sistemas não conseguem responder. A densidade populacional crescente nas cidades leva ao maior número e também diversidade de interações. São conexões de múltiplas naturezas. Se, de uma parte isto complexifica e deixa lacunas na circulação e organização da informação, evidencia amplo potencial inexplorado para geração de notícias.

Muitas teorias podem dar conta de, em certa medida, demonstrar os problemas das cidades. Entende-se aqui, a partir das reflexões dos autores e com certa generalização, que ao longo da história, as cidades deixam de ter as demandas das pessoas como elemento norteador. Por mais estudos que possam ser feitos, as soluções precisam chegar ao usuário, aquele que “age” a cidade, a exemplo da referência de Canevacci (1997). Logo, as listas reúnem transporte público eficiente, calçadas bem-cuidadas, abastecimento sem falta de água ou luz, rios limpos e integrados à vida urbana, conforto sonoro, ar limpo, coleta seletiva de lixo, espaços verdes, vida cultural interessante, moradia digna e acessível, infraestrutura esportiva, bibliotecas de ponta, preservação

do patrimônio histórico, wifi gratuito. São muitos e básicos aspectos que podem envolver a dignidade da vida em um espaço urbano. Diante da inexistência deste conjunto de características, os sujeitos se refugiam na cidade imaginada, como indicam os autores, e organizam-se para sobreviver a partir da circulação desordenada de informações.

No cruzamento dos problemas das cidades com a informação, múltiplas são as variáveis. Silva Júnior (2008) afirma que está posta de lado a função assumida pelo jornalismo como a instituição do estado moderno que estabelece certa uniformidade de discurso em função do território do estado. São as lacunas do mercado, designadas por elos de identificação social, étnica, política, cultural e que, graças ao alcance das redes, delimitam a noção de reconfiguração do jornal dentro do fluxo de dados das cidades digitais, em escalas mais amplas e particularizadas ao interesse do leitor. O autor cita como problema o alcance global dos jornais e a simplificação de uma dinâmica mais complexa, pois através de um conceito único, os jornais tentam dar conta de uma gama excessiva de fenômenos.

Silva Júnior (2008) aponta que se a cidade pode ser entendida como o local de estabelecimento de redes diversas como transporte, eletricidade, comunicações e de fluxos. Com a tecnologia digital, é razoável que uma camada a mais se justaponha à teia de redes múltiplas: a rede de dados. Nas mídias digitais, analisa o autor, em que o jornalismo não é exceção, a capacidade de identificação e conexão de categorias de conteúdos é diretamente proporcional ao crescimento das identificações sociais que ocorrem em espaços descontínuos, que podem ser orientados pela ideia de urbanidade, mas que não são exclusivamente físicos ou geográficos. Silva Júnior (2008) conclui que o desafio do jornalismo

dentro do conceito de cidade-jornal é justamente atualizar-se a nova proposição espacial. Não se trata apenas de um espaço de circulação, mas sobretudo de construção simbólica do veículo.

Franciscato (2018) analisa que as “cidades inteligentes” ou “cibercidades” do século XXI colocam, ao jornalismo de cidades, o desafio da incorporação das ferramentas tecnológicas digitais, da reconfiguração das vivências urbanas, além da produção criativa de encontros, sentidos e narrativas para os fatos cotidianos. Reconhece, inspirado no pensamento de Castells (2007), que a comunicação móvel cria uma nova experiência espacial, local e global, caracterizada ao mesmo tempo, por uma conectividade ubíqua em que os lugares (da cidade) são incorporados ao espaço de fluxos, com risco de perda de seu significado de lugar como singularidade. A partir da proposta de construção de um aplicativo, Franciscato (2018) aponta que as transformações pelas quais passa o jornalismo envolvem o uso de plataformas digitais como componentes de inovação. Reforçam vínculos entre jornalistas e suas audiências e engajam todos os atores na construção social e simbólica da vida na cidade.

Volpato (2020), ao investigar o jornalismo de proximidade e os apps de conteúdo geolocalizado, conclui que tal recurso ainda é incipiente no contexto brasileiro. Embora existam aplicativos para smartphones, a produção de conteúdo de forma personalizada, multiplataforma e transmídia ainda é utopia. No cenário de tecnologias móveis e ubíquas, o interesse das pessoas pelo conteúdo de proximidade, seja física ou psicoafetiva, continua forte, aponta o autor, mas organizações midiáticas, de uma forma geral, engatinham na exploração das funções locativas. Ressalta que as tecnologias sensíveis à localização possuem potencial

de, ao entregar conteúdos relacionados ao local em que a audiência está, favorecer novas concepções para a ideia de proximidade na comunicação.

E se a transformação do jornalismo envolve a apropriação tecnológica, este fazer é muitas vezes reduzido ao domínio técnico de uma linguagem e seus formatos (Traquina, 2004). Na defesa do jornalismo como uma atividade intelectual, o autor confirma a criatividade, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias, mesmo que esta criatividade seja restringida pela tirania do tempo, dos formatos e das hierarquias superiores. O próprio Traquina (2004), ante-vendo as mudanças, alerta para as inovações tecnológicas, especialmente a internet, que marcam as práticas jornalísticas, acelerando ainda mais a velocidade dos processos de produção de notícias e as audiências, além da existência de um campo jornalístico que é cada vez mais uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade.

Nessa disputa, o tempo de narração é a categoria que se destaca. Aceleração, como reflete Traquina (2004), em um momento no qual a audiência se apropria em larga escala dos canais disponíveis, passa a ser um desafio ao jornalismo. Zelizer (2017) discute que os jornalistas são vistos em grande parte e até exclusivamente, situados no presente, impulsionados por conceitos organizadores de imediatismo, atualidade, velocidade e atuação ao vivo. São considerados responsáveis pelo aqui e agora e não pelo lá e depois. Espera-se que os jornalistas ofereçam um registro de ação firme e definitivamente encravado entre passado e futuro. A expectativa ainda é de que este registro mude acentuadamente de um dia para outro, justificando a novidade e neutralizando a sua perecibilidade. No entanto, a experiência geral do tempo sugere, como

analisa Zelizer (2017), que a ação do presente é sempre conduzida com um sentido do passado e uma orientação para o futuro.

A narração contemporânea das cidades passa em larga escala pelas redes sociais e em formatos diferentes. Manovich (2017) confirma que, em maior escala, de fato, diferenças existem. Em pesquisa realizada pelo autor, no Instagram, evidencia que, em Tóquio 43.6 %, de todas as imagens são da categoria “alimentos e bebidas”, enquanto em Moscou é de apenas 8.3%. “Roupas e acessórios” é de 40,4% em Bangkok, mas apenas 9,9% em Berlim. “Arquitetura” é 39,7% em Berlim, mas apenas 10,8% em Bangkok. A análise, realizada no Laboratório de Manovich, que usa técnicas de visão computacional de última geração, mostra que o conteúdo das fotos do Instagram muda significativamente dependendo da cidade. Mesmo dentro de uma cidade grande, a popularidade de diferentes tópicos também pode mudar de área para área.

Algumas investigações, como o Locast Platform, estão na base do projeto que descreve a resultados neste texto. São iniciativas que tentam combinar informação, colaboração e cidades. Pellanda (2010) relata que a pesquisa, liderada pelo MIT (Mobile Experience Lab), com a participação da PUCRS, entre outras instituições de fora do Brasil, teve como objetivo explorar a mídia cidadã aplicada ao contexto do local como ferramenta de divulgação, além de estimular as dinâmicas sociais realizadas nos bairros. Outra finalidade foi compreender como as redes sociais móveis impactam na cidade e na representação do espaço urbano. Os pesquisadores observaram também como esta ferramenta ajuda as pessoas a se manterem informadas, engajadas socialmente e com participação ativa nos processos de criação das mídias, sobretudo nas que estavam relacionadas as suas comunidades. O projeto usou os

recursos dos primeiros smartphones com câmeras e sensores de localização para posicionar informações em um mapa. Os primórdios das potencialidades e dificuldades desta técnica foram detectados na criação de notícias a partir do contexto geográfico. Esses primeiros resultados constituem a base da pesquisa aqui realizada.

O aprendizado narrativo sobre os espaços urbanos também foi amplamente registrado durante o período de distanciamento social vivido na pandemia do SarsCov-2. A relação de dualidade entre cidade real e narrada já era evidente e se ampliou em 2020 e 2021. Mas foi exatamente aquela cidade “agida” pelos sujeitos, que não são unicamente espectadores urbanos (Canevacci, 1997), que deu sentido à vivência, à cidade da memória, à cidade da experiência transformada exclusivamente em narração. A sociedade já conhecia o fenômeno da desterritorialização e apropriou-se dele como forma de mais uma vez existir e sobreviver na cidade (Cunha, 2021).

No desenvolvimento deste trabalho, observam-se dois eixos relevantes. O primeiro reúne as mudanças expressivas do ambiente urbano, aumento da densidade populacional, concentração de problemas de escala mundial, de ordens diversas e as consequentes soluções coletivas de sobrevivência. É um ecossistema de paradoxos, onde há demandas e lacunas por informação quase que na mesma proporção. Paralelamente, evidencia-se o eixo voltado à própria informação, ambiente no qual o jornalismo convive com uma multiplicidade de alternativas. Neste segundo eixo destaca-se a necessidade de comunicar, a partir de seu modelo tradicional, como uma instituição que estabelece certa uniformidade de discurso, mas que não dá mais conta de solucionar os desafios impostos pelos problemas vividos nos espaços urbanos, cada vez mais complexos.

A observação e a problematização em torno desses dois eixos indicam que as soluções devem antes estabelecer pressupostos gerais e específicos. Gerais porque há bases tecnológicas, por exemplo, que podem servir para muitas cidades. Mas específicas porque é fundamental respeitar as diferenças culturais nas quais estão apoiadas as cidades. O desafio é complexo e o caminho escolhido deve partir de estudo exploratório e descritivo, que mapeia os problemas históricos e contemporâneos da cidade, aproxima os critérios jornalísticos, e ainda propõe cruzamento com as plataformas contemporâneas de comunicação.

O jornalismo tem sido competente em narrar a cidade numa temporalidade própria. Já as plataformas reúnem narrativas de todas as ordens, compartilhadas pelos sujeitos em circulação, das quais o jornalismo tenta participar, mas passa a coexistir com critérios editoriais não alinhados com os seus conceitos fundamentais. Parte-se aqui do princípio de que as redes sociais não foram originalmente constituídas para o jornalismo. O que pode ser observado são modelos adaptados na busca por compartilhamento ou engajamento com a audiência, onde quer que ela esteja. Mas a existência em uma *timeline* variada rouba do próprio jornalismo alguns de seus princípios fundantes. Esta reflexão serve aqui para indicar que as redes sociais na internet não reúnem os pressupostos necessários para a finalidade da informação sobre os problemas das cidades, mesmo que contenham características para especificidades de geolocalização de notícias.

Paradoxalmente, é no encontro do jornalismo com os problemas das cidades e com as sugestões oferecidas pela tecnologia que se encontram os pressupostos necessários para o desenvolvimento de soluções. As redes sociais alimentam informações nas chamadas “bolhas” e isto,

em certa medida, fala sobre lugares e cultura. Algumas plataformas colaborativas resolvem parcialmente problemas para as quais foram criadas, mas não dão conta da informação jornalística. Jornalismo tradicional, redes sociais, plataformas como Whatsapp, Waze e plataformas criadas por empresas estão todos no mesmo ambiente. Um exemplo, no conjunto de formatos investigados para o projeto de pesquisa que dá origem a este artigo, é o aplicativo Waze⁵. Trata-se de uma plataforma utilitária, para um fim específico, mesmo que possa ser considerada um excelente sistema de referência na colaboração espontânea na construção coletiva. A pergunta é como chegar a um sistema semelhante e que possa acolher a informação jornalística sobre a cidade.

Pressupostos para Notícias Geolocalizadas

Dois pressupostos do jornalismo e fundamentais à informação nas cidades são temporalidade e instantaneidade. Estas características, no entanto, não levam em conta a espacialidade. O formato de captura e apuração, a partir do jornalismo, obedece a um ciclo que passa, adequadamente, pelo filtro da redação para posterior distribuição. Isto é diferente do modelo do Waze, por exemplo, no qual não há uma centralidade de distribuição, mas uma colaboração. A geração de notícias em rede colaborativa descentralizada é um dos pressupostos para a geração de informações geolocalizadas que, na perspectiva do jornalismo tradicional, não oferece interesse de publicação, salvo em situações de tragédias, onde tal fato passe a ser prioritário. Em condições normais

5. Waze é um aplicativo de mobilidade urbana que hoje pertence ao grupo Alphabet, do conglomerado da Google.

cotidianas, acontecimentos geolocalizados são menos interessantes. Certamente, seriam relevantes em coberturas de jornalismo local, micro células informacionais que respeitem características específicas como cultura, cotidiano ou lugares sagrados.

Credibilidade é outro fator importante no contexto contemporâneo, no qual a desinformação é intensa. O Waze, aqui citado, trata disto com checagem constante da veracidade e continuidade da situação reportada, confirmando também junto à coletividade. Como levar isto para uma rede jornalística? Na perspectiva da confirmação coletiva é necessária a auto-organização sobre a veracidade das informações, o que provoca a demanda também por um ecossistema educativo. Desta forma, podemos entender o Waze como um validador da potência da informação geolocalizada produzida de forma coletiva. O desafio se dá na transposição destes elementos para informações com bases jornalísticas e seus pressupostos intrínsecos. Como converter os processo de checagem e validações e como criar um sistema de reputação dos usuários que contribuem para a rede são exemplos dos problemas de pesquisa que estão sendo trabalhados.

Neste sentido, a incorporação de soluções existentes, as quais os sujeitos já se apropriaram, para solucionar a vida nas cidades, deve ser um pressuposto. Abandonar conceitos ou mesmo plataformas que, parcialmente, possam oferecer alternativas, acaba por criar a moda da tecnologia do momento, num encurtamento temporal a cada nova solução. Considerar identidades locais e identificação social, mesmo que no contexto algumas causas sejam globais, é outro aspecto relevante. As próprias soluções tecnológicas não podem servir a diferentes sociedades da mesma maneira. Soma-se a este conjunto a priorização

do espaço/tempo, em geolocalização, reforçando que há interesse da audiência. No entanto, é importante considerar o diálogo entre a cidade real e a cidade imaginada que já constitui a cultura. Os espaços de narração passam pela descontinuidade e não são mais físicos ou geográficos, exclusivamente.

Pressuposto importante é a criação de vínculos entre os atores envolvidos o que também auxiliará na auto-organização de um ecossistema educativo, verdadeiramente colaborativo, que proporcione engajamento social. Este ponto talvez possa ser considerado um dos mais complexos e desafiadores, pois relaciona-se com a credibilidade da informação. E, se estamos abordando a descentralização do processo, ele só pode ocorrer a partir da colaboração e do engajamento social. O aspecto educativo, tratado aqui de forma ampla, e foco de atenção em reflexões futuras, está relacionado não apenas à disponibilização da informação, mas a um ambiente no qual os sujeitos se apropriem das notícias e tenham decisões a partir delas. A previsão de eventos climáticos, por exemplo, exigirá uma sociedade mais bem-educada para receber e apropriar-se das notícias, em um cenário no qual variáveis originais do jornalismo, como velocidade e imediatismo, também são aspectos fundamentais.

Reflexões Finais

O jornalismo, capilarizado em outros ambientes, deve adaptar-se a um novo processo de territorialização da informação, às novas experiências narrativas, nas quais os usuários também narram. Mas seus princípios devem estar no topo da hierarquia, independente da plataforma de circulação. Trata-se aqui dos princípios do jornalismo como

elementos organizadores que manterão o significado dos lugares, no fluxo constante de informações.

No processo de adaptação do jornalismo às transformações das cidades e dos seus próprios fazeres, narrar os acontecimentos do tempo presente já não resolve mais as demandas sociais. Embarcar em narrativas e espaços oferecidos pelas redes sociais na internet também corrompem, em certa medida, alguns dos seus princípios. Fenômenos da apropriação e desterritorialização já estão infiltrados na cultura e devem ser observados. A narrativa do presente deve manter o sentido do passado, mas com orientação para o futuro, que demanda por colaboração.

Os formatos de captura, edição e distribuição online avançaram de forma significativa nessas três décadas de existência. No entanto, como evidenciado neste texto, a velocidade de evolução dos quesitos de geocontextualização não ocorrem na mesma velocidade. Ferramentas utilitárias e serviços online indicam que há espaço amplo para o cidadão reportar e ser informado sobre o seu entorno. Há um campo amplo para o desenvolvimento de técnicas, formas de narrativas e plataformas nesta direção.

Referências

Bauman, Z. (2009). *Confiança e medo na cidade*. Jorge Zahar Ed.

Canevacci, M. (1997). *A cidade polifônica. Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. Studio Nobel.

Castells, M., Fernández, M., Linchuan, J., & Sey, A. (2007). *Comunicación Móvil y Sociedad. Una perspectiva global*. Editorial Ariel; Fundación Telefónica.

Chalhoub, S. (2017). *Cidade febril. Cortiços e epidemias na corte imperial*. Companhia das Letras.

Cunha, M. R. (2021) Cidades narradas na pandemia: as imagens do Instagram em 2020. In *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. V.20, N.37, (17-26)

Franciscato, C. (2018). A tecnologia móvel como plataforma de inovação no jornalismo de cidades. In *Líbero*, Ano XXI - No 41 Jan. / Jun. (39-56)

Gehl, J. (2015). *Cidades para pessoas*. Perspectiva.

Kotkin, J. (2012). *A cidade. Uma história global*.

Lynch, K. (1997). *A imagem da cidade*. Martins Fontes.

Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.

Mitchell, W. J. (2003). *ME++: the cyborg self and the networked city*. MIT Press.

- Pellanda, E. (2010). Projeto Locast como exemplo de pesquisa aplicada em comunicação. In E. C. Pellanda, & F. Casalegno (Orgs.), *Locast Civic Media: internet móvel, cidadania e informação hiperlocal*. Edipucrs.
- Sarlo, B. (2014). *A cidade vista: mercadorias e cultura urbana*. Editora WMF Martins Fontes.
- Sennett, R. (2018). *Construir e habitar: Ética para uma cidade aberta*. Record.
- Silva Jr., J. A. (2008). Fluxos de notícias e cidades: redes digitais, urbanidade e o lugar do jornal. In A. Prysthon & P. Cunha (Orgs.), *Ecos urbanos: a cidade e suas articulações midiáticas*. Sulina.
- Traquina, N. (2004). *Teorias do jornalismo. Porque as notícias são como são*. Insular.
- Volpato, M. O. (2020). Do jornalismo de proximidade aos apps de conteúdo geolocalizado: novas perspectivas para a informação local. *Paradoxos*, 5(2), 135-151.
- Zelizer, B. (2017). *What Journalism could be*. Polity Press.

OS LIMITES DO TELEJORNALISMO E UMA CONSCIÊNCIA COMPREENSIVA?

*Rodrigo Gabrioti¹
Osvando J. De Moraes²*

Aquela imagem de que as pessoas precisavam se sentar diante da televisão, em um determinado horário, para acompanhar um telejornal, sob o risco de não estarem bem informadas caso o perdesse, e conseqüentemente estarem fora dos debates da opinião pública, configura certo desuso na atualidade. A proliferação da mídia digital, os elos convergentes entre meios de comunicação que se reinventam ou tentam se reinventar, o *streaming*, as telas e os celulares centralizando as atenções dos indivíduos para se conectarem a outras pessoas e serviços

-
1. Pós-doutorando em Comunicação.
FAAC Unesp Bauru.
rodrigo.gabrioti@unesp.br
 2. Livre-docente em Comunicação.
Professor da FAAC Unesp Bauru.
osvando.j.morais@unesp.br

à custa de um suporte sugerem essa conotação comunicacional em curso no século XXI.

Reconhecer o profissional de uma mídia convencional, um influenciador digital ou uma pessoa integrada às tecnologias da atualidade só porque elas têm em comum o celular como ferramenta não tem sido tarefa das mais fáceis. Identificar que uma equipe de reportagem de televisão está trabalhando na rua por causa do seu número de profissionais, pelo tamanho do equipamento que carrega ou pelo microfone que empunha pode se assemelhar a como rastrear espécies em extinção nesse cenário de reconfiguração tecnológica e de rearranjos jornalísticos.

Dados estes elementos, trabalhamos aqui, a mobilidade no telejornalismo brasileiro, em especial, no uso dos celulares e o papel que eles passam a desempenhar na rotina dos jornalistas de TV. Na nova ordem do smartphone, como instrumento de trabalho do telejornalismo, percebe-se um indivíduo mediado prosperando dentro de coisas e corpos, a partir das relações existentes entre sua profissão e os adventos tecnológicos do presente que parecem ter certa ousadia ao se arriscarem no perpassar das perspectivas mcluhanianas dos meios de comunicação como extensões do homem.

Impressões como essas configuram a imagem em ideia sobre a humanidade e suas relações, sejam pessoais, profissionais ou de atribuições dadas às questões de sobrevivência em um mundo codificado no qual cada um tem percepções e significações diferenciadas, ressaltando a ideia de que nada existe sem um contexto atribuído, principalmente no jornalismo. Ultimamente isto sequer tem sido apenas uma questão de compreensão do código. É também resultado das bolhas com determinadas crenças construídas em tempos que a desinformação se

prolifera em certos segmentos sociais, particularmente os políticos. Norval Baitello (2019), em diálogo com as ideias de Hans Belting, analisa que as imagens são relacionais e criadoras de ambientes que compreendem sua condição cultural e não somente sua técnica. É a imagem tida como força de vinculação com natureza social, participação ativa e consolidação da cultura humana compreendida relacionalmente pelo seu entorno.

Por isso, propomos a discussão sobre a prática do telejornalismo que deve exasperar-se de seus limites técnicos, editoriais e de linguagem, se considerarmos a imagem como consciência do jornalista que a produz. Assim como as perspectivas da recepção mudaram – as pessoas não precisam estar mais em determinado horário diante da TV para se informarem, pois o acesso se dá em outras plataformas em qualquer horário – a da produção também precisa ser apreendida similarmente, ou seja, o ambiente cultural do telejornalismo está transformado e seguirá em constante transformação. O primeiro passo é o de considerar que a tecnologia, em sua forma centralizadora neste século XXI, coloca o inconsciente para além da notícia e seus formatos televisivos.

O contexto que se apresenta é o Mojo, o *Mobile Journalism*, que nada mais é, em tese, um celular que assume condição multiplataforma e multitarefa capaz de ser ferramenta e ao mesmo tempo meio para se fazer televisão na atualidade. Alguns indícios demonstram que jornalistas parecem se acomodar rapidamente às suas rotinas e, em alguns casos, se tornam resistentes às mudanças. Uma condição que a maioria deve reconsiderar e ressignificar, afinal, nesta era digital em que as transformações são breves e passageiras, toda a humanidade

está exposta a novos experimentos, e no jornalismo não será diferente, afinal existem outras formas de consumo da informação.

Assim, baseados no modelo teórico da imagem, proposto por Osvando J. de Moraes (2023), contribuimos ao método perseguido por esse autor de produzir imagens, refletir sobre estas mesmas imagens e descrevê-las em busca de determinar e classificar traços distintivos, tendo para isso um meio imagético por excelência, a televisão, que se articula com outro aparato tecnológico, o celular, aqui representado, analisado e discutido pelo Mojo.

A partir de um questionário estruturado, distribuído a 10 jornalistas brasileiros, aleatoriamente escolhidos, que têm ou já tiveram o Mojo incorporado às suas rotinas, busca-se saber o que esses profissionais pensam a partir da imagem organizada pelo próprio inconsciente: linguagem, conhecimento gerado ou um processo em si? Ao se admitir que a imagem mental envolve questões cognitivas, espirituais, emocionais e interativas que se associam aos vínculos, limites e divergências dos *media*, que imagens esses jornalistas julgam ter, já que suas intenções e interpretações se esvaem de qualquer tipo de controle? Isto nos direciona a refletir sobre imagens representadas por traços distintivos configurados nas mais diversas experiências humanas.

Mojo, um instrumento tecnológico de economia

A televisão e o telejornalismo são inerentes à cultura brasileira. Uma geração toda cresceu com esse hábito bastante influente, principalmente no período da cultura de massa. O indivíduo era multitudinário, como define Ortega y Gasset (2005), um ser engendrado que vivenciava os avanços do ponto de vista econômico e se comparava aos demais na

legalidade da igualdade. Um dos fatores que deram ao homem novos horizontes físicos e sociais foi o industrialismo, capaz de desenvolver a técnica, mas que no campo do jornalismo não parece uma unanimidade, mesmo não se colocando limites nessa ordem daquilo que fazem nas redes sociais. Talvez por que não estejam sob o filtro e interesse da instituição midiática?

Eram as conquistas e referenciais humanos que formavam a ideia de massa. Ortega y Gasset nos lembra que esses indivíduos se relacionam, mas sempre um terá posição hierárquica superior ao outro, o que impediu as massas de regerem a própria existência e consequentemente a sociedade. De acordo com este mesmo autor (2005, pp. 61-62), “Massa é o ‘homem médio’. Deste modo se converte o que era meramente quantidade – a multidão – numa determinação qualitativa: é a qualidade comum (...) o homem enquanto não se diferencia de outros homens, mas que repete em si um tipo genérico”. O teórico alertava, no cenário das massas, do risco de eliminação daqueles que não fossem e nem pensassem como todo mundo por não saberem lidar com as diferenças. Apesar de não estarmos mais definitivamente no âmbito categorizado das massas, é óbvio que os indivíduos alheios à tecnologia digital estão correndo, a todo instante, o risco de eliminação.

Mas o que Ortega y Gasset (2005) chamou de eliminação, é hoje o cancelamento, já que o digital, sobretudo nas redes sociais, é algo sem controle em que todos se sentem donos de suas verdades, encorajados, ignorando a ideia de massa da posição hierárquica em que não importa o diferente, mas a supremacia de seu “poder”, o que não dialoga com o estatuto do jornalismo, enraizado em seus dilemas de objetividade, ética e imparcialidade. Um jornalista hoje pode usar o

smartphone o dia todo, em papéis distintos, para o Mojo da empresa e como seu próprio dispositivo sabendo que seus compromissos nesses manuseios são diferentes porque por força profissional estão atrelados à ideia massiva da hierarquia, algo que só se desprenderá nas atitudes da esfera pessoal. O que há em comum neste processo é que apesar do que ele julga ser diferente converge para o mesmo fim: atender ao capitalismo, sob prismas diferentes, mas de lógica exploratória semelhante.

É justamente nesse bojo que a realidade digital, segundo Shoshana Zuboff (2021), transita por tomar conta e redefinir tudo que é familiar usando agora a internet. Logo a inerência cultural da televisão e do telejornalismo brasileiros que está reconfigurada e articulada nesse escopo de novas relações com intersecções entre o analógico e o digital. No sentido filosófico, o que Don Ihde (2017) nos ensina sobre técnica como ação humana que emprega artefatos para obter alguma vantagem sobre o meio-ambiente. Nesta mesma perspectiva, Zuboff (2021) não relaciona o meio digital à tecnologia porque no capitalismo de vigilância, que reivindica a experiência humana como matéria-prima, prevalece a lógica dominante da acumulação de nossa época.

Logo isso não desassocia a tecnologia da economia e da sociedade. Zuboff (2021) complementa que a tecnologia oferece meios apropriados para a ação econômica, um DNA que vem da orientação nessa linha de Max Weber que antes de se aprofundar propriamente nessa questão, considera toda ação social fundada em um ato intencional, detentor de um motivo e racionalidade embora cada fato social se constitua de resultados imprevisíveis. Na visão dele, os indivíduos, que vivem sob diferentes estruturas, é que atribuem sentido às suas vidas. Em meio a isso, um dos fatores é o econômico, que configura o

capitalismo sempre que se satisfizerem as necessidades de um grupo humano com viés lucrativo por meio de empresas.

No sistema capitalista, entendia Weber, somos manipulados desde que nascemos pelas exigências desta ordem. Uma das formas dessa manifestação, por exemplo, está nos trabalhadores recrutados por empresários em misteres que estes carecem. Apesar dessa perspectiva estrutural, Weber também considera os valores, as crenças e a cosmovisão importantes para o fluxo da história.

Uma leitura mais holística nos permite afirmar um conjunto de possibilidades plausíveis. Se tomarmos o econômico, como estrutura, tal condição se dará nas mesmas dimensões com perspectivas diferentes. No campo do jornalismo, uma empresa por si terá uma estrutura racional econômica para guiar suas condutas, assim como terá o funcionário que trabalha por uma racionalidade também, que é ser remunerado para honrar seus compromissos e satisfações que podem ser de várias ordens. A diferença, nos parece, ter explicação dada há pouco, em Ortega y Gasset (2005), quando considerou que no plano multitudinário, o que vai diferenciar um do outro é a posição hierárquica. Entretanto, o capitalismo de vigilância pode derrubar essa tese.

quando um capitalista contrata trabalhadores e lhes proveem salários e meios de produção, os produtos gerados pertencem ao capitalista para que ele os venda com lucro. Não é o caso aqui. Os usuários não são pagos por seu trabalho nem operam os meios de produção. (Zuboff, 2021, p. 93)

O que está embutido no capitalismo de vigilância seria um poder instrumentário como espécie de uma engenharia de comportamentos que extrai superávit manipulado por Quem sabe? Quem decide? Quem

decide quem decide? ainda que as relações sociais estejam sendo substituídas por máquinas como novos fatos que surgem ou desaparecem por meio de declarações em atos de linguagem.

Resultado do pioneirismo do Google, como adverte Zuboff (2021). Essa nova forma poderosa do capitalismo se impôs com a mediação do computador sobre o comportamento humano, a partir das buscas online. Esta autora (2021) traz o depoimento de Hal Varian, ex-economista chefe do Google, que declara que toda ação de um usuário como sinal a ser analisado e reabilitado no sistema, dizendo que todo dado comportamental é reinvestido no aprimoramento do produto ou serviço, o que nos leva a pensar que o celular enquanto Mojo, também pode executar tarefa semelhante ainda que sua origem empresarial seja outra, mas de natureza capitalista.

Os dilemas do conhecimento, autoridade e poder extrapolam as paredes do local de trabalho para dominar completamente nossa vida diária. À medida que pessoas, processos e coisas são reinventados como informação, a divisão da aprendizagem torna-se o princípio ascendente do ordenamento social da nossa época. (Zuboff, 2021, p. 226)

Entre Quem Sabe? está a distribuição do conhecimento e a verificação da inclusão ou exclusão das pessoas no aprendizado. No Mojo como procedimento, corresponde à ideia do jornalista estar inserido no ambiente da tecnologia digital e dominar o celular como ferramenta para o telejornalismo ainda que isto não seja uma vontade individual. E na perspectiva de Quem decide? reside o aspecto da autoridade inclinada à capacidade de aprender e lidar com tal conhecimento, ou seja, é priorizado aquele que vai trabalhar diretamente com o Mojo. De outro modo,

hierarquicamente, Quem decide quem decide? é a fonte do poder que reforça a autoridade para compartilhar ou reter conhecimento.

Sobre tudo isso, a nossa amostra de 10 jornalistas, ao ser perguntada se percebe o Mojo como instrumento de tecnologia ou economia tende a perceber nesse aparato um misto de ambas. Àqueles que veem o Mojo como tecnologia, argumentam que há redações adotando a ferramenta para eliminar postos de trabalho, particularmente, de repórteres cinematográficos. No entanto, há contestação também a respeito da ideia de inovação do Mojo, conceito que determinado entrevistado julga um equívoco de muitas emissoras como se a ele coubesse o fato Quem decide?. De qualquer forma, a compreensão geral que pode ser feita, a partir dessa percepção dos entrevistados, é que o Mojo pode ser ao mesmo tempo reconhecido como tecnologia e também como um indicador econômico que guarda por trás de um discurso institucional outras intenções, o que vai ter guarida na ideia weberiana de racionalidade dentro de estruturas, como no chamado problema dos dois textos (Zuboff, 2021), destaque para o texto sombra, um segundo texto oculto de nós, que ao capitalismo de vigilância contribui pela extração de seu superávit. Os dados que a máquina absorve são capazes de dizer mais sobre nós do que de fato sabemos acerca de nós mesmos. Embora seja “sobre nós (...) não é para nós” (Zuboff, 2021, p. 231).

Mojo, a construção de uma imagem como reflexo dos efeitos da tecnologia no telejornalismo

Pode parecer redundância discutir imagem em telejornalismo, a partir de um suporte convergente – o celular – que propicia essa condição. Porém não é da imagem como recurso visual nem como sua condição

de premissa à linguagem televisiva, melhor dizendo, descarta-se aqui o sentido fisiológico do olho, de Jacques Aumont (1993), e considera-se a imagem como processo psíquico e sociológico relacionado ao olhar, constituído pela estrutura social no plano espaço-tempo.

O próprio Aumont considera todo dispositivo dentro de uma concepção com determinações sociais sendo meios com técnicas de produção, circulação e reprodução em que lugares e suportes difundem a imagem sob uma perspectiva interna de relação do tempo do espectador ao tempo social da história, assim como ocorreu com a pintura, a fotografia e o cinema. O autor concentra seu foco no dispositivo como estudo histórico obrigatório, reafirmando a influência que recebe dos sistemas simbólicos, das relações sociais, da técnica e da manipulação ideológica, tudo amarrado a uma concepção humana artística e social.

Chega-se desta forma ao que Oliver Fahle (2006) condiciona a respeito dos mais diversos discursos de poder que a televisão assume, condição que se associa a Merleau Ponty, a partir da pintura, em que estabeleceu uma diferenciação entre imagem e visível, sendo não mais uma expressão suficiente do mundo visual.

Algumas inovações das mídias visuais, na década de 1960, incorporadas pelo cinema documentário e a televisão, dão algumas pistas do papel do Mojo na atualidade. Oliver Fahle reproduz o conceito de Stanley Cavell (1984) de *monitoring*, como sistema análogo à câmera de vigilância cujas imagens são mostradas em acontecimento puro sem objetivo estético, enquadramento e composição, técnica inversamente proporcional ao *viewing*, que tinha um sentido estético no uso da imagem e que vai ser a referência para quem produz imagens via Mojo.

Justamente sobre isso, no questionário realizado com 10 jornalistas, perguntamos sobre o conhecimento que eles detêm a respeito das técnicas de enquadramento e captação de imagem, atividades implícitas no exercício do Mojo em sua natureza individual e multitarefa. A maioria julgou conhecer o básico dessas técnicas pela convivência que têm ou tiveram com os repórteres cinematográficos em seu dia a dia, mostrando certa epistemologia a partir dessa relação que durante anos foi indissociável na TV, especificamente no telejornalismo. Um dos entrevistados alegou que conhecia esses aspectos por ter trabalhado anteriormente com edição de imagens, o que significa uma espécie de contato pré fase do Mojo e que naturalmente nos leva a entender que havia conhecimento sobre foco, tratamento de imagem, enquadramentos, etc... Alguns destacaram a habilidade desenvolvida pelos cursos que receberam das emissoras em que trabalham para operacionalizar esse equipamento, assim como há profissionais que relacionam ao trabalho diário com o dispositivo a oportunidade de aprender mais sobre essas técnicas e adquirir agilidade e eficiência em suas tarefas, significando que cada um constrói uma imagem relacional de todo o processo.

Retomada a perspectiva de Mojo que perseguimos, faz sentido apropriarmo-nos das ideias de Jacques Rancière (2012) ao abordar o *eidōs* grego que lida com as representações visuais a partir de imagens sobrepostas que não necessariamente sejam visuais, mas imagéticas. Para exemplificar essa relação, o autor pontua a imagem dos corpos em movimento e a dança. Um quadro revela um conteúdo, mas guarda relação com o gesto pintura. A partir disso, ele vai pensar em instâncias simultâneas qualificadas de visual, remissiva e da própria semelhança entre coisas. É a ideia do visível e dizível explorado na fotografia,

provocado como diz Paulo Schettino (2007) pela técnica de apreensão do instante/momento para decomposição e análise que posteriormente vai se desenvolver, por exemplo no cinema, como simulacro do real para representar a maneira como vemos o mundo.

Para Rancière, a relação visível/dizível vai ser pensada em uma dupla poética da imagem que conta e, ao mesmo tempo, encobre outra história, outra ideia. Um dos regimes pensados por esse autor, o da imagem arquissemelhante, é que vai nos conduzir a relacionar tais conceitos à perspectiva do Mojo que temos trabalhado. A ideia do arquissemelhante é a das relações analógicas que construímos entre as imagens das coisas. Um verdadeiro encontro ao que já tratamos nesta discussão: o problema dos dois textos na acepção do texto sombra (Zuboff, 2021), porém, sob outra visão.

É chegada a hora portanto de observar isto pela imagem que o Mojo criou a partir de dois pontos distintos dessa relação: o do jornalista e o das emissoras. Como processo fisiológico, olhar para o Mojo – independentemente de quem o faça nessa relação – vê-se o quê? Um aparelho celular. Entretanto, quando colocamos o olhar, em sua noção psíquica e sociológica, vamos encontrar o *eidós*, pois, ele deixa de ser o que é, em sentido fisiológico, para ser um objeto arquissemelhante, já que conhecemos a sua funcionalidade, no contexto da televisão na atualidade: gravar reportagens, fazer transmissões ao vivo. Implicitamente, e não visivelmente, ele incorpora profissionais da imagem, recursos de estilo, aspectos de linguagem, representação de uma equipe jornalística, meio para envio do que capta, solidez econômica, resistência de alguns profissionais, absorção, entre outros, que englobem os limites do telejornalismo.

Examina-se esta arquissemelhança em partes do nosso questionário, como na pergunta em que se faz à amostra se há sentido atribuído pelo Mojo em seu trabalho como jornalista. Apenas um entre 10 percebe o Mojo como ferramenta que faça sentido nessa integração à rotina de trabalho. A percepção do sentido, como condição visível disso, ocorre quando entrevistados enxergam na facilidade de casos pontuais, a mobilidade e a agilidade. Pouco se vê uma relação de linguagem do Mojo nessa integração. Apenas um profissional percebe isso, o que diferencia dos demais pelo fato de sabermos que se trata de um jornalista que está em uma capital e não no interior de um dos estados – São Paulo e Minas Gerais – que fazem parte da nossa amostra. Também revela que o Mojo, nesse caso, foi um fator de promoção dessa pessoa à reportagem, uma condição estrutural a um fato social.

Não nos debruçamos sobre a perspectiva do Mojo, a partir da condição empresarial, de quem inseriu o equipamento para uso recorrente no trabalho dos jornalistas. Mas, pelo que coletamos nas entrevistas com os jornalistas que responderam ao questionário, seus posicionamentos – alguns críticos a quem estipula esse modelo – nos levam a acreditar e também como imagem dizível que se tem dentro da configuração do capitalismo, é que há nisso uma decisão econômica, considerando uma série de fatores de ordem administrativa e empresarial que certamente tem no momento tecnológico digital que vivemos uma saída plausível para argumentar que segue a tendência da atualidade, o que não deixa de ser verdade no conceito da relação espaço-tempo, deixando os julgamentos e críticas a isso condicionados ao sistema econômico que vivenciamos, que certamente não é escopo desta análise, mas que circula paralelamente às rotinas e condutas da profissão.

Evidências para uma Teoria da Imagem e os caminhos para uma consciência compreensiva

Toda esta discussão sobre o Mojo tem a intenção de contribuir epistemologicamente à ideia de Morais (2023) sobre pressupostos para uma Teoria da Imagem, considerada pelo autor a partir de imagens em si, o *medium* e a mediação do SER. Temos para isso, portanto, os jornalistas (O SER) entrevistados, o Mojo como *medium*, a mediação que isso gera no telejornalismo e a imagem como segundo texto relacionada à representação, ao dizível, à arquissemelhança.

Este caminho adotado vai ao encontro das ideias de Maksimainem Prikka (2020) que aponta a existência de estudos sobre jornalismo móvel e seu impacto, porém poucos de ordem crítica. Ao compreender o Mojo como forma de videojornalismo individual, o *Solo video journalism*, definido no *Collins Dictionary* 2019, o autor parte do contexto prático de que o fato das pessoas terem telefones que fotografam e gravam vídeos abriu caminho para a indústria noticiosa usar isso para a reportagem. Desde o seu princípio, com o celular Nokia N95, da Reuters que teve o primeiro kit mojo, o celular é visto por Prikka como ferramenta que revolucionou a comunicação em busca de uma mídia noticiosa e ativistas cidadãos que se valham dos aplicativos móveis para corrigir eventuais falhas em alguns anos. Ainda que reconheça o jornalismo móvel como combinação da ideologia da comunicação com a produção para menos força de trabalho e ferramentas mais econômicas, Prikka (2020) dialoga com autores como Steve Quinn que considera o Mojo para além da operação de notícias, mas como revolução cidadã de intervenção na esfera pública ainda mais quando seu fundamento é que a pessoa

orquestre todo o processo de produção de vídeo com gama de competências múltiplas e multitarefas.

As transformações, sobretudo na era digital, ocorrem aceleradamente e isso deve merecer entendimento, segundo Morais (2023), de forma psicológica. É uma ideia de tentar compreender se o século XXI nos leva a imagens pensamento ou mentais, imagens sem pensamento, em um mundo de fatos-imagens relacionados indiretamente a um pensamento. Na filosofia racional de Kant, as imagens podem e devem ser compreendidas como existências, já que seus eventos e ações são elementos centrais nas lembranças construídas, particularmente no que corresponde à essência de imagens em um sentido mais geral.

Toda imagem, complementa Morais (2023), produzida pelo Ser faz disso um *medium* universal que se desenvolve, ordena e aprimora a própria linguagem em formas escritas, orais ou por imagens gráficas e pictóricas. Diz o autor que a consciência como imagem é a reconversão em linguagem, uma “consciência compreensiva” do que foi percebido no universo solitário do Ser.

A imagem, apesar de criar vínculos, impor limites e mostrar divergências, nunca será exata porque entre quem a produz e quem a interpreta não existe controle de intenção. Por melhores que sejam a ideia e a compreensão em fazer da imagem uma linguagem, Morais (2023) pondera sobre a necessidade dos repertórios de vida e dos acontecimentos obedientes às condições particulares de cada realidade interceptada, um franco diálogo com o fato social, de Weber.

Uma das perguntas de nosso questionário aos jornalistas da amostra analisada foi a percepção que eles têm sobre o Mojo, o telejornalismo e a profissão deles na atualidade e a imagem que esses elementos

juntos terá nos próximos 5 anos. Todos reconhecem que o Mojo tem uma centralidade decorrente do avanço tecnológico dos dias atuais e será naturalmente uma tendência de uso, embora existam vários pontos de vista contemplados que envolvem a precarização da profissão, falta de interesse na área, linguagem transformada e em mudança, novos usos, etc...

A presença da tecnologia digital aponta a um entendimento profissional de que vivemos em uma sociedade mais conectada e o que o jornalista terá, nesse caminho sem volta, um maior número de atribuições paralelas e cada vez mais centralizadas em si.

Sobre o Mojo particularmente, há repulsas para que ele não se torne o principal meio de fazer telejornalismo, considerando que ele não elimine empregos e ainda se torne um entrave técnico porque, segundo apontado por usuários, o aparelho superaquece e desliga influenciando no ritmo da produção noticiosa. Também existe a preocupação do Mojo representar a precarização comprometendo a qualidade das produções, o que faz profissionais do jornalismo televisivo que usam esse recurso, aconselhar que empresas invistam mais na formação para não fazer do equipamento um sinônimo de economia desnecessária.

Por fim, alguns entrevistados reconhecem que o Mojo pode ser aliado e se solidificar nos próximos anos, por isso, encontra-se muito sentido uma das leituras feitas por um dos entrevistados de centralizar o equipamento na perspectiva de uma linguagem alternativa e complementar à produção em telejornalismo, a ponto de valorizar ainda mais o humano diante da tecnologia. Uma prática que ocorre com o Mojo em outras partes do mundo.

Os jornalistas da amostra associam o Mojo a várias imagens (ideia da percepção) e pensam a respeito apontando críticas variáveis e pouco integradas coincidindo com o que pretendem as emissoras para as quais trabalham em adotar lógicas de uso que refletem entre seus profissionais. O jornalista mojeiro pensa na sua profissão e alerta para um risco: a informação jornalística a ser trazida pode ficar prejudicada em face dessa condição multitarefa do profissional que teve incorporadas atribuições de ordem técnica como resultado do acúmulo de funções.

Considerada a imagem mental, no aspecto cognitivo, há uma nova relação estabelecida com o Mojo. Espiritualmente, encontra-se o ideal do fazer jornalístico ante as condições oferecidas. Na situação emocional, os jornalistas tendem a rechaçar a ideia apelando para o jeito ideal que consideram. E na proposta interativa, os jornalistas, em sua maioria, defendem e desejam o repórter cinematográfico, evidenciando certa preocupação com o lado humano e a extinção do emprego dessa categoria, agindo por corporativismo. Praticamente todos os entrevistados reconhecem o Mojo como tecnologia, porém, dentro de um uso equivocado, já que deveria ser um recurso complementar e não como finalidade à mídia televisiva, prática adotada no Brasil.

Considerações momentâneas

A digitalização é um fenômeno que reconfigurou a comunicação e suas tecnologias. Existe atualmente uma conexão entre indivíduo e meios pelo digital como espaço abstrato, um não-lugar, para o qual somos transportados e onde nos relacionamos em concomitância à estrutura capitalista do trabalho, da vida, da profissão, da ética, enfim, das epistemologias. Mais do que extensão é quase um “tele transporte”

ao mundo virtual, simbolicamente factível e habitável, que nos manipula, nos orienta e nos transforma à base dos dados, úteis a um mundo obscuro que desconhecemos em suas finalidades, mas para o qual trabalhamos gratuitamente e fortuitamente assim fortalecendo o capitalismo de vigilância.

Em qualquer situação em que um humano seja colocado, ele vai estabelecer uma imagem materializada pelo dizível, pois a condição a que os jornalistas que fazem Mojo, por exemplo, é submetida configura e “conforma” um papel social. A ideia de relação, no entorno televisivo, é a de que o jornalista vai se promovendo a um faz tudo sob a alcunha de multimídia como fetiche linguístico do capital.

Não importa mais no inconsciente qual notícia e qual acontecimento se trabalha jornalisticamente, mas sim, o meio para isso que está ganhando novas formas como sintoma das experiências comunicacionais dos tempos de hoje, quando se pensa na relação espaço-tempo, reafirmada pelo elemento tempo que, moldado por uma cultura e suas práticas, dialoga com ferramentas e contextos emergentes em rápida substituição e atualização constante.

A perspectiva weberiana da orientação econômica demonstra que emissoras de TV têm a intenção de diminuir gastos – não necessariamente e nem sempre vistos como investimentos – com um motivo determinado que pode ou não se ajustar a fatos sociais, como por exemplo, a dificuldade em fazer funções que naturalmente não são suas e até encontrar dificuldade em contratar repórteres que aceitem essa condição que vai se tornando um requisito e logo se transformará na chamada “experiência” para o mercado de trabalho.

O Mojo é tido como declaração e transita entre atores de linguagem que tomam decisões. Seu texto sombra, a partir do que declararam os jornalistas entrevistados, está em outra forma de extração: a de recurso tecnológico travestido de função econômica. Certamente o Mojo entrará para a história como recurso tecnológico e *medium* no caráter televisivo ainda mais por ter essa atribuição de linguagem, esteticamente tecnológico e implicitamente econômico.

De modo geral, todos sabem que o celular como Mojo é um elemento dizível que se adapta de acordo com aquilo que seus agentes operadores querem tornar dizível, são elementos estruturantes de uma racionalidade demonstrada de várias formas, colocadas como figura daquilo que não é visível, mas que assumiria um dizível a partir do encontro imagético que resulta em nosso interesse.

Por fim, acreditamos ter feito um estudo de ordem crítica trabalhando com elementos necessários ao postulado teórico de Moraes (2023) ao analisar *medium* e mediação do SER, no caso, o jornalista de TV contemporâneo inserido na Era do Mojo.

O avanço do digital e as práticas do Mojo nos levam à ideia de um mundo de fatos-imagens relacionado indiretamente a um pensamento, que vai se reconfigurando de acordo com as relações em seu tempo. Esta poderia ser uma hipótese, no entanto, parece-nos muito próximo de ser uma tese, logo uma Teoria da Imagem, que tem a consciência compreensiva de que seremos refêns, mas também agentes do tempo que perpassa e deixa para trás o rastro e também o peso da história que, em algum tempo, construirá sobre si um novo pensamento elaborado.

Referências

- Baitello Júnior, N. (2019). A imagem mediática. *PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM*, 3(5), 61-69. <https://doi.org/10.31657/rcp.v3i5.90>
- Cavell, S. (1984). *The fact of television. Themes out of School*. North Point.
- Fahle, O. (2006). Estética da televisão. Passos rumo a uma teoria da imagem da televisão. In C. Guimarães, B. S. Leal., & C. C. Mendonça (Orgs), *Comunicação e experiência estética* (pp. 190-208). Universidade Federal de Minas Gerais.
- Ihde, D. (2017). *Tecnologia e mundo da vida: do jardim à terra*. UFFS.
- Kant, I. (2001). *Crítica da razão pura*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Morais, O. J. (2023). *As imagens, medium e mediação do SER: reproduções mentais como figurações aproximadas dos acontecimentos imagéticos* [Trabalho apresentado]. 6º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies, Bauru, SP, Brasil.
- Ortega y Gasset, J. (2005). *A rebelião das massas*. EbooksBrasil.com.
- Prikka, M. (2020). *Mobile Journalism in Finish TV-news broadcasting. The impact of news storytelling* [Master's thesis, Master of Culture and Ars. Media Management].
- Rancière, J. (2012). *O Destino das Imagens*. Contraponto.

Schettino, P. B. C. (2007). *Diálogos sobre a Tecnologia do Cinema Brasileiro*. Ateliê Editorial.

Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Intrínseca.

YOUTUBE É A NOVA TELEVISÃO?: UMA ANÁLISE DO BALANÇO GERAL DA NDTV RECORD DE ITAJAÍ NA PLATAFORMA

*Elaise Cidral¹
Fabiana Piccinin²*

No contexto do ecossistema midiático contemporâneo, a convergência e a digitalização têm oportunizado que apenas uma tela passe a ser o caminho de acesso para diversos conteúdos, da mesma maneira que diferentes telas possam ter produtos que antes eram exclusivos da televisão, ou do rádio.

Do ponto de vista da reorganização midiática, o ambiente convergente, segundo Jenkins, gera fluxos de conteúdo que, através

-
1. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC.
elaise.cidral@gmail.com
 2. Professora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC. Bolsista Produtividade (CNPQ).
fabiana.piccinin@ufsc.br

das diferentes plataformas de mídia e em cooperação entre múltiplos mercados, produz um comportamento migratório dos públicos. Segundo o autor, essas audiências vão em busca de experiências de navegação pelos conteúdos que desejam (Jenkins, 2009, p. 29).

É, sobretudo, uma transformação cultural que se trata, conforme o autor, esse novo cenário, à medida que consumidores começam a procurar novas informações e a fazer conexões na ambiência da web e de seus conteúdos de mídia dispersos. Jenkins (2009), Cajazeira, (2014), Primo (2016), Bona (2021) também corroboram com a ideia de integração de plataformas e diferentes dispositivos digitais proporcionada pela convergência c que permitem, assim, a produção e também a distribuição de conteúdo em diferentes formatos.

Especificamente no caso da televisão, a produção de conteúdos agora precisa ser pensada desde a integração das plataformas, em um consumo caracterizado pela disponibilidade em horários diferenciados e a partir de possibilidades interativas. Desse modo, a programação televisiva em arquivos vem superar a rigidez dos programas organizados em fluxo, se emancipando da tela da TV em sinal aberto.

Em razão disso, este artigo discute como o modelo convergente atua em um contexto plataformizado (Longhi et al., 2021), observando especificamente o caso do telejornal Balanço Geral e suas plataformas, dispensando um olhar particular ao uso do YouTube. O telejornal foi escolhido para o estudo por se tratar de um telejornal de TV aberta com apelo editorial para o jornalismo local, e pelo uso da plataforma pelo programa. Metodologicamente, analisou-se de que maneira os conteúdos do telejornal, exibidos na TV aberta são tratados na plataforma de streaming, observando esse aproveitamento de forma quantitativa e

qualitativa, desde sua perspectiva e atenção editorial para a cobertura local, por meio do qual faz vinculação e com as audiências.

Convergências, transmídia e plataformas

Para Canavilhas o ecossistema midiático evoluiu a partir do surgimento de novas mídias que, segundo o autor, vão resultar no convívio entre os diferentes elementos existentes que as constituem (Canavilhas, 2013). Sendo assim, os veículos tradicionais de informação e entretenimento e os novos meios como redes sociais e plataformas de streaming passam a coexistir, com produtos que transpõem a barreira do meio tecnológico, que se tinha até então sem convergência. Nesses diferentes espaços, produz-se interação e repercussão já que, quem atua na produção midiática passa a vigiar o que distribui e a monitorar a repercussão do que estes conteúdos geram em cada tela, rede ou plataforma. Diz o autor que:

É esta vertente “tempo” que possibilita a “transmídiação” do conteúdo, tanto na parte que concerne à produção, como na que se refere à vertente da maturação no ecossistema: é o tempo que permite a ocorrência dos processos de “remediation”, “intermídia coevolution” ou “mídiomorphose” referidos nos fatores intermediários, permitindo a adaptação dos conteúdos às diversas plataformas. (Canavilhas, 2013, p. 65)

Dessa maneira, os meios de comunicação tendem a buscar a aproximação do seu público, utilizando-se de ferramentas digitais na captação e digitalização de conteúdo (Correia, 2016) que trabalham pela sedução das audiências. No tocante à televisão, a partir da distribuição dos conteúdos em plataformas, permitida pelas dinâmicas convergentes

(Van Dijck et al., 2018), estas vão se dar desde a delimitação de diferentes tipos de operação - da analógica à digital. A televisão inicia suas operações analógicas pelo sistema *broadcasting* (Micó como citado em Souza Filho, 2015) ou *paleotelevisão* (Eco, 1984), com grade de conteúdo fixa, sem interação entre quem produzia os conteúdos e seus telespectadores.

No Brasil, em 1989 chega a TV a cabo, ou por assinatura, e assim, começa a fase que chamamos de *narrowcasting*, ou *neotevé* (Eco, 1984). Ainda com grade de programação e horário fixos, como na TV aberta, porém agora com conteúdos mais personalizados para os telespectadores, canais apenas com filmes, com desenhos animados, séries, programas de entretenimento, de música e os canais de 24h de notícia.

Dessa forma, o telespectador passou a ter um maior controle do que assistiria, desde que pagasse um valor mensal ou anual, mas ainda assim, estava submetido aos horários fixos ofertados pela programação. Hoje, com a *internet*, a terceira fase, o *netcasting* ou *hipertelevisão* (Scolari, 2008), fruto da união da televisão com a *internet*, além da grade fixa na tela da TV, seja ela aberta ou por assinatura, é possível também acessar os conteúdos em diferentes redes e plataformas e no horário que desejar. O que possibilita que o telespectador tenha um maior controle sobre o que e quando assistir, além de permitir novos níveis de interatividade (Salaverría & Santos, 2020).

A televisão no modelo *netcasting* busca formas de se adaptar, atraindo diversos públicos, dispensando atenção desde a produção, até a apresentação, para os conteúdos, sabendo que eles serão vistos também em outras telas, que não apenas a TV aberta.

Assim, o telejornal, tradicionalmente nascido para a exibição na Tv aberta, vai convivendo com a distribuição de seus conteúdos em outras plataformas associadas ao programa, que buscam atender diferentes perfis de audiência, ao mesmo tempo que buscar fazê-las permanecer nessa navegação conforme prevê o que se tem conveniado chamar de era do tráfego, onde se tem um olhar voltado para manter o controle sobre o fluxo de tráfego de entrada on-line, ou seja, de pessoas acessando o conteúdo de maneira digital, e assim o objetivo das plataformas de meios de comunicação é aumentar o número geral de leitores e receitas (Hendrickx et al., 2020).

Assim, conforme Jenkins (2009), a televisão em um contexto transmidiático e plataformizado dá ao telespectador a oportunidade de assistir o que quer no momento mais apropriado, quebrando o ciclo da programação fixa. O conteúdo que passa ao vivo, depois é compartilhado em fragmentos em outras plataformas digitais, fazendo com que o público assista o que quiser na ordem de preferência própria, e não necessariamente como foi pensando por seus editores.

O modelo transmídia está intimamente ligado às grandes mudanças no modo como a indústria televisiva americana encara seus consumidores, distanciando-se de um modelo baseado em hora marcada para um paradigma com base na televisão de envolvimento. Sob o modelo da televisão com hora marcada, às vezes descrito como “TV Obrigatória” (“Must See TV”, a frase de uma campanha publicitária dos anos 1980 para as noites de quinta-feira d NBC), as redes buscavam telespectadores comprometidos que organizavam a vida de moda a estar em casa no horário certo para assistir a seus programas favoritos. Desde então, os novos mecanismos permitem aos consumidores acessar o conteúdo da televisão no horário que lhes convém. (Jenkins, 2009, p. 167)

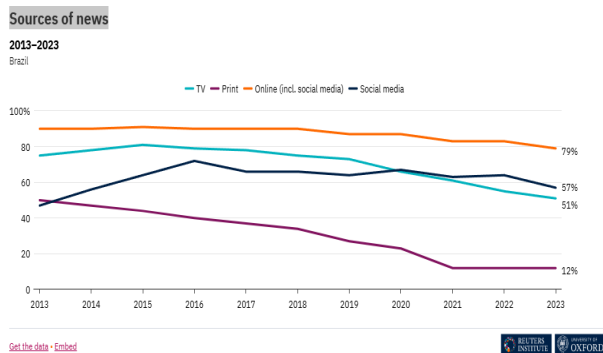
É importante ressaltar que as plataformas mudaram todo o processo de organização das empresas jornalísticas, conforme Nielsen e Ganter (2022), tornando-os dependentes de um ambiente digital.

O telejornal e as plataformas

O crescimento do acesso à Internet e a atuação da mídia na distribuição dos conteúdos transmidiaticamente a partir das plataformas têm papel decisivo na reorganização desse ecossistema especialmente no país. Dessa forma, tentar entender como os conteúdos, especialmente os jornalísticos, são tratados na ambiência da TV aberta em direção às plataformas diz respeito sobretudo às práticas de consumo e aos rituais dos usuários, que por sua vez vão interferir nas decisões editoriais. Um levantamento feito pela Comscore revelou o Brasil como o 3º país que mais consome redes sociais no mundo, com 131.506 milhões de contas ativas. Em dezembro de 2022, foram 356 bilhões de minutos consumidos, o que equivale a 46 horas de conexão mensal individualmente.

Outro dado importante levantado pelo *Digital News Report 2023* do *Reuters Institute* aponta que as redes e plataformas mais utilizadas pelos brasileiros são Whatsapp (75%), YouTube (73%) e Instagram (63%). A pesquisa feita pelo *Reuters Institute* também mostra que no Brasil, 57% das pessoas utilizam as redes sociais, como fonte primária de acesso às notícias, contra 51% que acessam a televisão para se informar. Com a internet abrangendo 90% do país, as plataformas tornam-se os dispositivos de consumo bastante considerável, inclusive no que tange ao jornalismo, interferindo decisivamente na construção de uma perspectiva transmidiática e plataformizada da produção jornalística.

Figura 1



Nota. Adaptado de Newman et al. (2023, p. 113).

Dessa forma é possível notar que os processos convergentes vêm promovendo as alterações no conjunto das operações midiáticas a partir das suas dinâmicas de funcionamento em fluxo, trazendo impactos importantes inclusive nas rotinas de produção e de distribuição de conteúdos no jornalismo audiovisual. As produções em áudio e vídeo passam a ser pensadas, planejadas e tratadas em razão de sua possibilidade de conquista das audiências buscando a sintonia com seus desejos para mantê-los no tráfego (Pariser, 2011). Nessa busca (Gillespie, 2018) há a preocupação da mídia em estar à frente das demandas do usuário, o que é feito desde a interpretação dos dados coletados pelo algoritmo. Ou seja, os conteúdos das plataformas (Poell et al., 2020) passam pelas adaptações necessárias para se submeter a processos de circularidade e de convergência que afetam as decisões de distribuição transmidiática e sua anatomia. Para Spinelli e Benvenuto (2017), no âmbito de conteúdo, esse contexto de atuação convergente, a partir das demandas das plataformas exige que os profissionais dominem diversas técnicas e linguagens

no trato da produção jornalística, na medida em que o audiovisual se une à multimídia e à combinação entre textos, imagens e sons.

Elaborar informações a partir da reunião de distintos códigos comunicativos exige o domínio de diversas técnicas e linguagens que precisam ser amplificadas pelas possibilidades hipertextuais e interativas dos meios digitais, o que implica em experimentações de novos gêneros e de profundas mutações na maneira de elaborar conteúdos que precisam ser formulados para criar experiências de consumo que sejam valoradas pela audiência. (Spinelli & Benvenuto, 2017, p. 8)

Miranda e Rios (2011) apontam que a busca pela maior conexão com o telespectador está entre as principais orientações que impactam cada vez mais os conteúdos e que demandam um investimento contínuo das emissoras de televisão em sites e plataformas digitais.

Assim, as plataformas, de acordo com Van Dijck et al. (2018), enquanto arquitetura programável e projetada para organizar as interações entre os usuários, são utilizadas como ferramentas tecnológicas que pautam as atividades on line como ouvir música, assistir vídeos, conversar, compartilhar conteúdos e inclusive o consumo de notícias no formato audiovisual. Os autores apontam que essas atividades “escondem um sistema cuja lógica e logística dizem respeito mais do que facilitar: porque realmente moldam a maneira como vivemos e como a sociedade se organiza (Van Dijck et al., 2018, p. 9). Uma plataforma é alimentada por dados, é automatizada e também é totalmente organizada com algoritmos e interfaces que são impulsionadas por negócios e por acordos com os usuários. Ao reconfigurar a comunicação e gerar uma transformação dos hábitos de consumo das notícias (Bona, 2021; Ramos, 2021) os processos convergentes e plataformizados redefinem

os mercados, impactam as tecnologias adotadas, as culturas e a própria sociedade, ao permitir que qualquer usuário acabe por ser atingido pelos conteúdos em diferentes plataformas. Para Alves et al. (2021), há mudanças nesse cenário que influenciam diretamente a relação estabelecida entre as plataformas e os telespectadores.

Isso posto, torna-se oportuno enfatizar que o impacto desse cenário no contexto televisivo repercutiu diretamente na prática do telejornalismo. Da produção à edição. Um fato a ser destacado é que o telespectador consegue em um click compartilhar conteúdos audiovisuais em diversas plataformas ao mesmo tempo. Esses conteúdos podem ser aproveitados nos telejornais. Isso fica mais latente no fim da primeira década dos anos 2000, no qual as emissoras de televisão passaram a investir em aplicativos próprios, incentivando o telespectador a enviar conteúdos –áudio, vídeo, foto, com facilidade. Essas ações buscam incentivar ao público um engajamento maior e também a fidelização. (Alves et al., 2021, p. 173)

Para Becker (2014) a incorporação dessa lógica platformizada, em termos do telejornalismo, traz possibilidades de armazenamento, distribuição e consumo de notícias, e vai construindo, segundo a autora, formatos noticiosos em áudio e vídeo com linguagens híbridas que passam a conviver com a tradicional linguagem da TV aberta.

Ou como dizem Silva e Alves (2016) chamam isso de telejornalismo expandido, quando os conteúdos são compartilhados em novos formatos, seja em plataformas, aplicativos ou redes sociais, expandindo o conteúdo inicialmente pensado para a televisão, dessa forma, o telejornal não acaba mais quando termina o ao vivo, mantendo a continuidade dos seus conteúdos nas redes e plataformas em que for replicado, se utilizando destes espaços para acionar estratégias de

interação e aproximação com o público (Thomé et al., 2022), e assim buscar o engajamento. Paulino (2020) diz que com a popularização das mídias sociais, as empresas que produzem conteúdo para a televisão precisaram se adaptar à essa nova forma de acessar o que foi produzido. Sendo assim, as empresas tiveram que ceder ao compartilhamento em mídias sociais dos seus programas, bem como agora precisaram também disponibilizar os perfis dos seus âncoras, gerando assim uma comunicação “mais extensiva e quase direta com o público” (Paulino, 2020).

Conforme explica Ramos (2021), elas concentram uma grande parte da atenção dos usuários e além disso, muito da publicidade mundial, senão a maior parte dela, está nas redes, desempenhando um papel determinante no que o público vê. Assim, o telejornalismo contemporâneo precisa ser pensando em termos de seu planejamento e distribuição editorial desde o uso das tecnologias de produção e distribuição dos conteúdos, tendo como desafio, desenvolver novas linguagens para as distintas plataformas, concedendo a cada uma um lugar que componha sua estratégia comunicacional, que afine e estreite a interatividade e o engajamento com o seu público.

Telejornalismo local

O espaço da cobertura local e seus temas bastante particulares diante do contexto de globalização tem reforçado o potencial vinculador que o telejornal desenvolve com as audiências. Em razão disso, a produção de conteúdo pautada nos interesses da comunidade tem se apresentado como um investimento editorial estratégico no processo de convergência digital, da plataformização e de sua busca pelo engajamento do público. A prova disso pode ser observada no fato de que, mesmo em uma época

de informações rápidas, *internet*, redes sociais e conexões potencialmente de alcance global, o telejornalismo local permanece ativo.

Conforme Bazi e Biscalquin (2008) ao mesmo tempo em que a globalização modificou as fronteiras, a regionalização se tornou muito importante porque dessa forma a comunidade passa a ter acesso às notícias da sua localidade através da televisão, criando assim, como dizem os autores, “espaços para a expressão da cultura regional e para o reforço das identidades” (p. 169).

De acordo com Galli (2021), o jornalismo local e ou comunitário trata da atuação dos jornalistas com foco para os fatos que acontecem dentro de uma comunidade e dessa forma, são de interesse dos seus moradores.

Entende-se por jornalismo comunitário aquele jornalismo que, em linhas gerais, se dedica ao relato de fatos que atendem às demandas de uma determinada comunidade. Basicamente, é através dele que se busca resgatar a identidade individual e coletiva da sociedade na qual determinada comunidade está inserida. Configura-se também numa forma de busca constante pela valorização da cultura local, de uma coletividade, a partir da noção de pertencimento do indivíduo a uma determinada comunidade. (Galli, 2021, p. 117)

Silva (2020) também concorda com Galli (2021) sobre o jornalismo local se tratar de uma construção de “identidade cultural regional/local”. O autor afirma que essas produções são o grande diferencial das emissoras locais, representando o dia a dia da comunidade.

E é justamente essa construção de identidade que também gera maior conexão com o público, contribuindo para que as pessoas ainda assistam televisão aberta, e deem prioridade para o telejornalismo local. Coutinho e Pereira (2017) falam sobre a atração do público a assuntos

que são mais próximos das comunidades locais, abordando o “cidadão-personagem”, que é a pessoa que sabe que vai aparecer na televisão e que assim, acaba convidando outras para assistir o telejornal, e assim, vê-la na televisão.

A NDTV de Itajaí é um exemplo do investimento do jornalismo e de seus conteúdos de maneira geral nessa proximidade com o público local, acionando o localismo como vetor de engajamento. A emissora tem sua sede no município e o sinal é também exibido em outras cidades da região como Brusque, Balneário Camboriú, Camboriú, Navegantes, Itapema, Barra Velha, Bombinhas, Ilhota e Luiz Alves, totalizando mais de 907 mil habitantes. Conforme a pesquisa divulgada em maio de 2023 pelo Instituto Mapa e Neokemp, a emissora é líder em audiência das 12h às 13h, horário que compreende o telejornal Balanço Geral, mostra a NDTV Record de Itajaí com 41,5 de índice de audiência e a segunda colocação com 23,1.

No contexto da atuação convergente e plataformizada, a NDTV de Itajaí iniciou a distribuição dos conteúdos pela criação de um canal no YouTube em setembro de 2016, seguido da página no Instagram e fevereiro de 2017 e, por fim, pelo portal de notícias ND+ em fevereiro de 2019. Neste artigo, especificamente, a análise se debruça para a relação do telejornal em TV aberta e o canal do telejornal no YouTube onde, desde sua origem, são compartilhados vídeos no formato de arquivos, promovendo a convivência do programa na velha mídia, inserido no fluxo de programação, em direção às plataformas.

O YouTube surgiu em 2005, fundado por uma empresa norte-americana, e em novembro de 2006 foi vendida para o Google por US\$ 1,65 bilhão (Nagumo et al., 2020). Atualmente, disponível em

mais de 100 países, a plataforma é o segundo site mais acessado do mundo, ficando atrás apenas do Google, possuindo cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente e o Brasil é o terceiro país que mais tem usuários na plataforma.

O telejornal Balanço Geral da NDTV Record de Itajaí foi escolhido para análise neste artigo por se tratar de um programa voltado às questões do jornalismo local que opera em TV aberta, cuja vinculação com o público são fortemente construídas. Localizado no estado de Santa Catarina, sul do Brasil, o programa oferece um olhar particularmente importante a partir do uso das redes sociais e plataformas no dia a dia desde sua estrutura em uma emissora local.

O telejornal Balanço Geral, é o único telejornal local da emissora em Itajaí e vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 11h50 às 13h20, dividido em cinco blocos, com matérias produzidas localmente, matérias de outras praças e estado, além de entradas ao vivo com os repórteres e notas cobertas (FQ). O programa costuma iniciar com assuntos não factuais no primeiro bloco, seguindo para o segundo com o quadro de esporte e previsão do tempo, e deixando os assuntos locais factuais e de maior impacto e apelo para o terceiro e quarto bloco.

O quinto e último bloco costuma ser construído a partir de assuntos mais leves, não factuais, como no primeiro, com chamada para o programa seguinte da grade de programação, e reportagens de serviço ou de dicas para o dia a dia.

Assim, para observar a relação do telejornal Balanço Geral da NDTV de Itajaí e sua estratégia comunicacional com as plataformas, atentando especialmente para a o tipo de destinação dos conteúdos no canal do *YouTube*, analisamos uma edição do telejornal local, sinalizando

o total de produções³ que foram ao ar na TV aberta. Após isso, dividimos os conteúdos em local e estado/nacional, para verificar como se dá o aproveitamento dos conteúdos locais do telejornal na plataforma. Vale ressaltar que o quadro do esporte ficou de fora da contabilização, pois neste artigo, nosso olhar está voltado para o conteúdo exclusivamente jornalístico, e assim, factual.

Para fins de operacionalizar a pesquisa, optamos pelo primeiro dia de março deste ano de 2024, enquanto data aleatória, de um dia comum, capaz de representar a rotina ordinária do telejornal. No dia escolhido, o telejornal Balanço Geral contou com um total de 14 produções. Dessas, 10 foram locais e quatro estaduais/nacionais, o que resulta em 71,43% de conteúdo local na primeira edição de março.

Tabela 1

Produções exibidas no telejornal no dia 01/03/2024 e porcentagem dos conteúdos locais

| Total reportagens | Reportagem estado/nacional | Reportagem local | % reportagem local |
|-------------------|----------------------------|------------------|--------------------|
| 8 | 4 | 4 | 50,00% |
| Total ao vivo | Vivo estado/nacional | Vivo local | % vivo local |
| 5 | 0 | 5 | 100,00% |
| Total de FQs | FQ estado/nacional | FQ local | % FQ local |
| 1 | 0 | 1 | 100,00% |

| | | | |
|---------------------------------|--|--|--|
| média % total de conteúdo local | | | |
| 71,43% | | | |

Elaborada pelas autoras.

3. Nas tabelas a seguir, serão encontrados os termos: reportagem, vivo e FQ. As reportagens são as matérias jornalísticas exibidas no telejornal, os vivos representam a entrada ao vivo dos repórteres no Balanço Geral e os FQs, que como citamos anteriormente, são as notas lidas pelo apresentador e cobertas por imagens.

Os dados confirmam a preocupação do telejornal na TV aberta com a perspectiva do local. No item reportagens, que ocupa aproximadamente a metade do programa (57%), a metade deles é destinada a assuntos locais (50%). No formato ao vivo que ocupa um terço (35%) das notícias veiculadas, todos os conteúdos são locais (100%). O mesmo ocorre com o formato FQ que, sendo apenas uma das notícias, trata de tema local.

Na tabela a seguir vamos voltar o olhar do conteúdo da TV aberta para o YouTube para verificar quais conteúdos e em qual porcentagem foram compartilhados na plataforma.

Tabela 2

Porcentagem sobre o total dos formatos utilizados no telejornal de TV aberta que foram para o YouTube

| DATA: 01/03/2024 | | |
|----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| VTs exibidos na TV | VTs compartilhados no YouTube | % VTs compartilhados no YouTube |
| 8 | 4 | 50% |
| Vivos exibidos na TV | Vivos compartilhados no YouTube | % Vivos compartilhados no YouTube |
| 5 | 3 | 60% |
| FQs exibidos na TV | FQs compartilhados no YouTube | % FQs compartilhados no YouTube |
| 1 | 0 | 0 |

Elaborada pelas autoras.

Dos oito VTs exibidos na TV aberta, quatro foram compartilhados no YouTube, ou seja, 50%. E destes quatro compartilhados, 100% são de assuntos locais, demonstrando a importância uma vez mais do local

na plataforma. O formato reportagem é em televisão o mais completo, demonstrando da mesma forma a importância da contextualização dos fatos que essa narrativa permite, bem como por decorrência a relevância do local.

Referente aos vivos, dos cinco exibidos na TV, três foram para a plataforma, o que nos dá 60% de aproveitamento dos vivos, sendo que também, todos os vivos replicados eram de conteúdos locais. A eleição por compartilhar o formato ao vivo, que no canal do YouTube perde seu caráter de exibição original ao ser replicado depois da exibição, mostra que a força do local se sobrepõe a isso. O conteúdo continua valendo e sendo importante para estar disponível no canal, capaz de ainda capturar a atenção da audiência.

Vimos a necessidade então de compreender melhor quais os conteúdos foram compartilhados no YouTube, por isso, na próxima tabela, teremos os nomes das produções, conforme constava no espelho do telejornal, que foram para a plataforma.

Tabela 3

Conteúdos exibidos no telejornal Balanço Geral que foram compartilhados na plataforma YouTube no mesmo período

| 01/03/2024 | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| Vivo compartilhado no YouTube | VT compartilhado no YouTube |
| Plano diretor Itajaí | Aniversário Pequeno Anjo (Itajaí) |
| Crianças meningite Itajaí | Blitz educação dengue Itajaí |
| Lotação Ruth Cardoso (BC) | Vista cobertura BC |
| | Sabores Acarajé (Itajaí) |

Elaborada pelas autoras.

Quanto à maneira como estes conteúdos aparecem, observamos que as reportagens e entradas ao vivo estão na plataforma de forma completa, sem nenhuma alteração com relação ao que foi veiculado na TV aberta, mantendo a cabeça, que se refere ao texto lido pelo apresentador, e o pé, ou seja, os comentários do apresentador. Dois dos três vivos estão em um mesmo vídeo, pois foram transmitidos na TV em sequência e tiveram a interação com o apresentador.

Tantos os VTs quanto os vivos replicados no canal do telejornal no YouTube apontam, em termos de temática que o local segue sendo privilegiado e utilizado como estratégia de vinculação aos públicos, buscando a partir disso a vinculação e o estreitamento com as audiências que o jornalismo audiovisual operado desde as plataformas exige. Conforme Nunes (2016), os conteúdos do telejornal vão ganhando formatos e anatomias para serem distribuídos nas distintas plataformas no conjunto das narrativas que passam a integrar o telejornal na ambiência do ecossistema midiático.

Para somar as tabelas já trazidas anteriormente, buscamos expor também os prints dos VTs e vivos compartilhados no YouTube.

Figura 2

*VTs reportagens que foram compartilhados no YouTube
na data analisada*



Balanco Geral Itajaí (2024a); Balanco Geral Itajaí (2024b).



Balanco Geral Itajaí (2024c); Balanco Geral Itajaí (2024d).



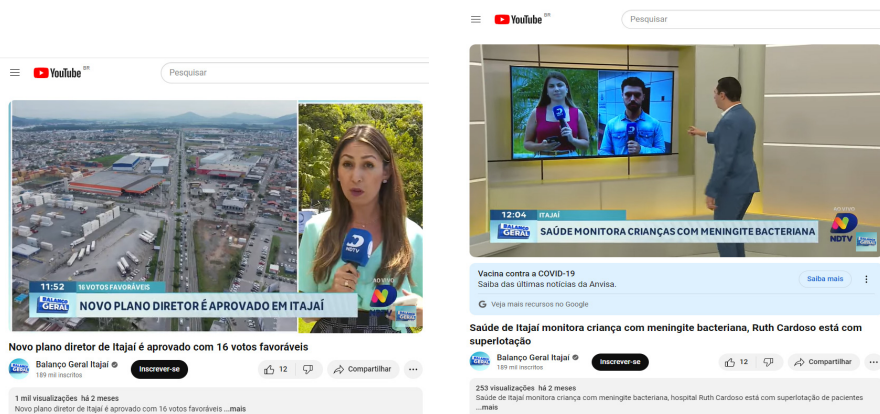
No caso do VTs se observa que são temas caros à população local que são publicados no canal. As matérias estão relacionadas à saúde, na que trata do aniversário do Hospital Infantil Pequeno Anjo de Itajaí, contando a história do hospital que vai produzir sentimento de vinculação e pertencimento em relação aos moradores e usuários da instituição. No seguinte trata sobre educação e também saúde, já que o estado de Santa Catarina vive em 2024 uma epidemia de dengue,

portanto a reportagem traz o trabalho feito por uma escola municipal evidenciando os personagens, conforme dizem Coutinho e Pereira (2017).

A terceira reportagem traz informação sobre a vista considerada mais bonita de Balneário Camboriú, gerando curiosidade de assistir aqueles que sempre passam pela cidade e apenas avistam de baixos os prédios à beira-mar. Por fim, a quarta reportagem compartilhada faz parte de um quadro exibido no telejornal, como o nome “Sabores da Minha Terra”, que busca valorizar a culinária e diversidade de pessoas que vieram de outros estados e países, mas tem Itajaí e região como seu lar e muitas das vezes, até empreendem na cidade.

Figura 3

Vivos que foram compartilhados no YouTube na data analisada



Balanco Geral Itajaí (2024e); Balanco Geral Itajaí (2024f).

No caso dos vivos, mais uma vez as questões locais são muito evidenciadas. Aqui trazemos apenas dois prints, apesar de se tratar de três vivos, porque como mostramos anteriormente e conseguimos

visualizar melhor agora, o segundo e terceiro vivos estão no mesmo vídeo na plataforma, pois contaram com a interação com o apresentador.

No primeiro vivo, temos a repórter abordando o plano diretor da cidade de Itajaí, que foi aprovado, abordando assim assuntos relacionados à organização espacial local. No segundo e terceiro vivos o assunto é saúde. Um deles fala sobre os casos suspeitos de crianças com meningite bacteriana em Itajaí e o outro sobre a lotação do Hospital Ruth Cardoso de Balneário Camboriú.

Conclusão

Após analisar uma edição de conteúdo do telejornal local Balanço Geral da NDTV Record de Itajaí, foi possível verificar que o programa dispensa grande apelo ao conteúdo local, com 71,43% do seu conteúdo voltado para pautas das cidades onde o telejornal é transmitido, se utilizando de pautas regionais e de interesse da comunidade onde está inserido (Coutinho & Mata, 2010; Oliveira Filho, 2021; Peruzzo, 2005).

Quando olhamos para o YouTube, entendemos que o aproveitamento do conteúdo do Balanço Geral na plataforma é de metade do que foi exibido na TV aberta, e que 100% do conteúdo no YouTube, é local, reforçando o localismo do Balanço Geral.

Também percebemos através dessa análise que não são produzidos conteúdos exclusivos para a plataforma, sendo utilizada como espaço de arquivo e replicação do que foi exibido na TV, uma característica do jornalismo expandido, conforme que Silva e Alves (2016). Também se identifica aqui uma estratégia do telejornal ser reconhecido na plataforma, como o é na Tv aberta, e assim explorar a vinculação com os telespectadores, buscando levá-los à navegação no canal.

Ou seja, o Balanço Geral explora o YouTube através do ponto de vista do localismo, que atua como um chamariz/convite para que os telespectadores possam rever reportagens exibidas, compartilhá-las e até mesmo, atrair pessoas de outros lugares do mundo, já que os temas são locais, mas o alcance da plataforma é global.

Sendo assim, concluímos que o telejornal Balanço Geral da NDTV de Itajaí está presente em outras telas que não apenas a da televisão tradicional, atuando de forma convergente, (Cajazeira, 2015; Jenkins, 2009), e desde a dinâmica das plataformas (Paulino, 2020; Ramos, 2021). Porém isso ocorre sem alterações ou novidades em termos de formato e temáticas de modo que se compreende a força e prestígio do telejornal sendo levados para esse circuito de navegação, neste caso da TV para o YouTube, como forma de distribuir os conteúdos em outras telas.

A amostra dos conteúdos publicados no YouTube aponta para uma dinâmica convergente e transmidiática, sem, contudo, haver uma exploração de novos formatos e ou linguagens. A força dos conteúdos leva à compreensão de que o local e suas questões são a aposta da emissora na captura da atenção dos telespectadores e usuários, que vai assim determinando como essas publicações são planejadas e publicadas nas plataformas conforme Becker (2016).

Sobretudo o telejornal quer estar presente nas plataformas, como é o caso do YouTube na medida em que se observa o esforço na distribuição e tratamento dos conteúdos eleitos para integrarem o canal diariamente, que atua como um espelho do que foi exibido na TV, com especial acento nisso para as questões locais.

Referências

- Balanço Geral Itajaí. (2024a, março 01). *Hospital Pequeno Anjo de Itajaí comemora 55 anos de história* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nyCI4r1rp4I>
- Balanço Geral Itajaí. (2024b, março 01). *Alunos de escola municipal realizam blitz contra a dengue, município lança portal com dados* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=K707-MrFtLU>
- Balanço Geral Itajaí. (2024c, março 01). *Bombou na internet, conheça a cobertura apontada como a vista mais bonita de Balneário Camboriú* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IzH6WKTM1Ek>
- Balanço Geral Itajaí. (2024d, março 01). *Sabores da Minha Terra: estreia do quadro tem comida baiana, o tradicional Acarajé* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0IWZpBwfTGU>
- Balanço Geral Itajaí. (2024e, março 01). *Saúde de Itajaí monitora criança com meningite bacteriana, Ruth Cardoso está com superlotação* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3hCMb9o51y0>
- Balanço Geral Itajaí. (2024f, março 01). *Novo plano diretor de Itajaí é aprovado com 16 votos favoráveis* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=O_dbWdPAqXI
- Becker, B. (2014). Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. *E-Compós*, 17(12). <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1072>

- Becker, B. (2016). *Televisão e telejornalismo: transições*. Estação das Letras e Cores.
- Cajazeira, P. E. S. L. (2015). *A audiência convergida do telejornal nas redes sociais*. Livros LabCom.
- Canavilhas, J. (2013). *Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático*, In: *Periodismo Transmedia: miradas múltiples*, Editorial Universidad del Rosario. <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4347/1/jornalismotransmedia.pdf>
- Coutinho, I., & Mata, J. (2010). Telejornalismo a serviço do público: a voz do povo em cena. *Revista FAMECOS*, 17(1), 65-73. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6881/5011>
- Eco, H. (1984). *Tevê, a transparência perdida*. <https://doceru.com/doc/x515v5v>
- Galli, G. T. (2021). O jornalismo comunitário, a democracia e as identidades individuais e coletivas. *Revista ALTERJOR. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)*, 1(23). <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/180243/168419>
- Gillespie, T. (2018). A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*, 6(1), 95-121.
- Hendrickx, J., Donders, K., & Picone, I. (2020). Innovating Journalism by Going Back in Time? The Curious Case of Newsletters as a News Source in Belgium. In J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, & X. López-García (Eds.), *Journalistic*

Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age (Vol. 70, pp. 57–68). Springer International Publishing. https://www.researchgate.net/publication/338376380_Innovating_Journalism_by_Going_Back_in_Time_The_Curious_Case_of_Newsletters_as_a_News_Source_in_Belgium

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. (2a ed). Aleph.

Longhi, R. R., Silveira, S. C. da, & Paulino, R. (Orgs.). (2021). *Jornalismo e Plataformização, Abordagens investigativas contemporâneas*. Editora Insular.

Miranda, I. D. G., & Rios, J. R. A. C. (2011). *Interatividade no Telejornalismo Brasileiro na Era da Convergência: Uma Análise das Principais Emissoras da Televisão Aberta* [Trabalho apresentado]. Intercom, XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Maceió, AL, Brasil. Intercom. <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0493-2.pdf>

Nagumo, E., Teles, L. F., & Silva, L. de A. (2020). A utilização de vídeos do YouTube como suporte ao processo de aprendizagem. *Revista Eletrônica de Educação*, 14, e3757008. <https://doi.org/10.14244/198271993757>

Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media And Society*. Oxford University Press.

Nunes, P. (Org.). (2016). *Jornalismo em ambientes multiplataforma*. Editora do CCTA.

Pariser, E. (2011). *What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Peruzzo, C. N. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 26(43), 67-84. <https://pdfs.semanticscholar.org/b85f/f21fe1af68936a0333f96599b612f30edca5.pdf>

Primo, A. (Org.).(2016). *Interações em Rede*. Sulina.

Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2020). Plataformização. *Fronteiras*, 22(1), 2-10.

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Salaverría, R., & Lima-Santos, M. F. de. (2020). Towards Ubiquitous Journalism: Impacts of IoT on News. In J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, & X. López-García (Eds.), *Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age*. Springer International Publishing.

Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Diálogos de la comunicación*,(77). <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Hacia-la-hipertelevision-Experiencia-Hipertexttual-Scolari.pdf>

- Silva, E. M., & Alves, Y. M. (2016). *Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo* [Trabalho apresentado]. Intercom. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP. Brasil. <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2503-1.pdf>
- Silva, R. B. (2020). Telejornalismo local: a construção da identidade cultural no processo comunicativo. *Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação*, 4(1). <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/9532/16900>
- Souza Filho, W. J. (2015). A influência da tecnologia na transformação da televisão no século XXI. In P. Serra, S. SÁ, & W. Souza Filho (Orgs.), *A televisão Ubíqua*. Livros LabCom Books.
- Spinelli, E. M., & Benvenuto, M. (2017). Processos de convergência digital e estratégias midiáticas na criação de valor: um estudo da Revista Exame. *Revista Observatório*, 3(3), 285-304. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n3p285>
- Thomé, C. de A., Piccinin, F., & Reis, M. A. (2022). *Memória, intimidade e combate à desinformação nos Stories do JN: estratégias de construção de confiança e intimidade* [Trabalho apresentado]. 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.
- Van Dijck, J., Poell, T., Waal, M de. (2018). *The Platform Society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

ÍNDICE REMISSIVO

A

- AM 14, 16, 19, 23, 24, 25, 37
- áudio 16, 19, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 162, 168, 169, 253, 255
- áudios 29, 160, 169, 173

B

- Balanço Geral 247, 248, 258, 259, 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268
- Balanço Geral da NDTV 247, 259, 266, 267

C

- ciência 12, 32, 54, 85, 101, 109, 113, 115, 185, 188, 189, 190, 192, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 204, 205
- comunicação 2, 4, 10, 11, 12, 13, 16, 18, 20, 25, 26, 32, 34, 38, 39, 41, 42, 47, 51, 57, 66, 67, 69, 70, 71, 73, 74, 77, 83, 153, 154, 158, 160, 161, 164, 165, 168, 172, 175, 176, 177, 181, 184, 186, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 208, 215, 216, 219, 223, 225, 226, 227, 239, 242, 249, 251, 254, 256
- Comunicação 12, 15, 19, 35, 38, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 79, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 93, 95, 97, 111, 113, 114, 152, 176, 178, 180, 183, 184, 185, 188, 189, 205, 206, 226, 245, 270, 271, 272
- covid-19 8, 116, 117, 125, 131, 135, 136, 140, 144, 145, 146, 147, 148
- Covid-19 126, 146, 147, 148, 153, 168, 181, 188

D

- desinformação 11, 181, 185, 186, 188, 190, 196, 197, 198, 199, 205, 206, 221, 227, 272

F

- Facebook 161, 169, 172
- FM 14, 16, 19, 23, 24, 25, 37, 152, 153, 168, 170, 171, 173, 174
- FMs 23, 24

H

- história 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 26, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 42, 46, 47, 51, 53, 58, 59, 60, 63, 74, 84, 106, 108, 115, 151, 155, 168, 179, 184, 185, 211, 212, 213, 224, 232, 235, 237, 244, 264, 268
- História 5, 15, 17, 19, 34, 35, 36, 38, 69, 108, 116, 147

I

- Instagram 161, 217, 224, 252, 258

J

- jornais 38, 184, 185, 186, 187, 189, 190, 192, 193, 196, 198, 202, 203, 204, 211, 214
- jornais universitários 185, 189, 190, 192, 193, 196, 198, 202, 203
- jornal 20, 184, 190, 192, 195, 196, 203, 205, 214, 215, 225
- Jornal 35, 36, 176, 177, 184, 185, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 204
- jornalismo 12, 21, 22, 23, 24, 69, 104, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 114, 115, 152, 154, 156, 157, 158, 160, 162, 163, 164, 166, 176, 177, 178, 179, 181, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 197, 198, 199, 202, 204, 205, 206, 207, 209, 210, 211, 214, 215, 216, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 227, 229, 230, 232, 239, 241, 248, 252, 253, 257, 258, 259, 263, 266, 269
- Jornalismo 2, 3, 4, 10, 85, 86, 87, 88, 91, 97, 98, 99, 101, 105, 106, 108, 110, 111,

114, 115, 152, 154, 178, 180, 183, 184,
196, 205, 206, 220, 247, 269, 270, 272
jornalista 108, 109, 111, 114, 153, 155, 156,
157, 158, 159, 162, 163, 164, 165, 166,
167, 172, 173, 189, 190, 198, 201, 228,
230, 233, 237, 238, 241, 242, 243, 244
Jornalista 100
jornalistas 100, 109, 111, 152, 153, 156,
159, 165, 171, 173, 175, 178, 184,
185, 186, 191, 192, 198, 215, 216,
227, 228, 229, 234, 236, 238, 239,
240, 242, 243, 244, 257

M

mulher 8, 66, 71, 72, 74, 75, 116, 122, 123,
124, 126, 127, 130, 133, 138, 139, 141,
145, 147, 148

Mulher 72, 147

mulheres 17, 33, 35, 65, 67, 71, 72, 73, 74,
75, 76, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 99, 100,
101, 117, 118, 119, 122, 123, 124, 125,
126, 128, 133, 134, 135, 136, 137, 138,
139, 140, 142, 143, 144, 146, 148, 203

Mulheres 7, 65, 71, 74, 75, 84, 118, 125,
126, 148, 150

P

pandemia 8, 17, 116, 117, 118, 125, 127, 128,
130, 131, 132, 133, 135, 139, 142, 144,
145, 146, 148, 149, 150, 153, 168, 169,
181, 188, 200, 206, 218, 224

podcast 14, 16, 19, 26, 29, 31, 32, 34, 36

Podcast 34, 36

podcasts 26, 29, 30, 31, 32, 34, 160

Podcasts 35

R

rádio 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23,
24, 25, 26, 33, 34, 35, 37, 71, 154, 155,
159, 160, 161, 162, 168, 169, 170, 172,
173, 174, 177, 178, 179, 247

Rádio 14, 15, 16, 19, 20, 33, 35, 36, 153,
170, 171, 173, 174, 176, 194

radiojornalismo 22, 23, 108, 154, 155, 159,
160, 161, 162, 163, 177

Radiojornalismo 19, 36, 177

rádios 24, 25, 160, 161, 184

Rádios 24

Rádio Super Najuá FM 153, 170, 173, 174

revista Vogue 8, 116, 127, 132, 136, 138,
141, 143

S

streaming 16, 26, 27, 30, 31, 35, 169, 226,
248, 249

streamings 160

T

tecnologia 15, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31,
32, 42, 51, 52, 53, 56, 57, 62, 106, 108,
109, 152, 157, 161, 163, 164, 174, 175,
185, 188, 214, 219, 221, 224, 228, 230,
231, 233, 234, 241, 242, 272

Tecnologia 36, 245, 246

tecnologias 11, 29, 31, 32, 38, 41, 52, 53,
54, 57, 60, 62, 153, 156, 157, 161,
162, 166, 167, 173, 174, 215, 227,
242, 255, 256

telejornalismo 108, 227, 228, 229, 231, 233,
234, 236, 237, 239, 240, 241, 255,
256, 257, 269

Telejornalismo 256, 269, 270, 272

televisão 21, 25, 70, 71, 158, 170, 178, 226,
227, 228, 229, 231, 235, 237, 245, 247,
248, 249, 250, 251, 252, 254, 255, 256,
257, 258, 262, 267, 272

Televisão 70, 268, 269, 270

TV 19, 35, 227, 228, 236, 243, 244, 245,
248, 250, 251, 252, 255, 258, 259, 260,
261, 262, 263, 266, 267

Twitter 29, 36

V

video 28, 29, 30, 31, 160, 162, 240, 253,
255, 263, 266

Vídeo 268

videos 161, 169, 239, 254, 258, 270

Vogue 8, 116, 117, 118, 119, 125, 127, 128,
129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136,
137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144,
145, 146, 148, 149

Y

YouTube 169, 170, 184, 247, 248, 252,
258, 259, 261, 262, 263, 265, 266,
267, 268, 270

RIA

Editorial