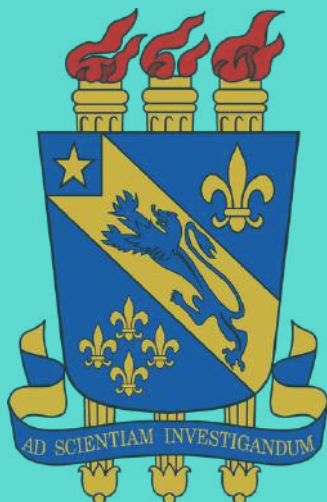




REPENSANDO O LUGAR DO JORNALISMO:

Desafios Éticos, Tecnologias
Emergentes e a Educação Midiática

Livro de Anais da 7ª Semana de
Comunicação da UESPI de Picos

Organização

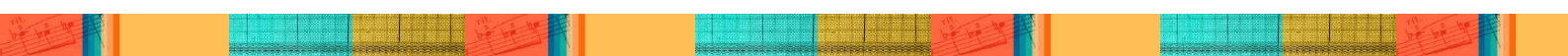
Thamyres Sousa de Oliveira
Ruthy Manuella de Brito Costa
Arthur Sousa Mariano
Camylla de Sousa Silva
João Mikael dos Santos Lopes
Luciana Franca Pereira Primo
Rita de Cassia Silva do Nascimento

Organização
Thamyres Sousa de Oliveira
Ruthy Manuella de Brito Costa
Arthur Sousa Mariano
Camylla de Sousa Silva
João Mikael dos Santos Lopes
Luciana Franca Pereira Primo
Rita de Cassia Silva do Nascimento

Repensando o lugar do jornalismo: desafios éticos, tecnologias Emergentes e a educação midiática

Livro de Anais da 7ª Semana de
Comunicação da UESPI de Picos

2025





UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Jesus Antônio de Carvalho Abreu
Vice-Reitor

Mônica Maria Feitosa Braga Gentil
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Josiane Silva Araújo
Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação

Raurys Alencar de Oliveira
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires
Pró-Reitora de Administração

Rosineide Candeia de Araújo
Pró-Reitora Adj. de Administração

Lucídio Beserra Primo
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças

Ivoneide Pereira de Alencar
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Marcelo de Sousa Neto
Editor da Universidade Estadual do Piauí



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI



Rafael Tajra Fonteles **Governador do Estado**

Themístocles de Sampaio Pereira Filho **Vice-Governador do Estado**

Evandro Alberto de Sousa **Reitor**

Jesus Antônio de Carvalho Abreu **Vice-Reitor**

Administração Superior

Mônica Maria Feitosa Braga Gentil **Pró-Reitora de Ensino de Graduação**

Josiane Silva Araújo **Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação**

Rauirys Alencar de Oliveira **Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação**

Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires **Pró-Reitora de Administração**

Rosineide Candeia de Araújo **Pró-Reitora Adj. de Administração**

Lucídio Beserra Primo **Pró-Reitor de Planejamento e Finanças**

Joseane de Carvalho Leão **Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças**

Ivoneide Pereira de Alencar **Pró-Reitora de Extensão, Assuntos
Estudantis e Comunitários**

Marcelo de Sousa Neto **Editor**

Organizadores **Revisão**

Ruthy Manuella de Brito Costa **Projeto Gráfico**

Editora e Gráfica UESPI **E-book**

Endereço eletrônico da publicação: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/book/281>

- S471 Semana de Comunicação Social da UESPI de Picos (7. :2025 : Picos, PI).
Anais da 7ª Semana de Comunicação Social da Uespi de Picos -
Repensando o lugar do jornalismo: desafios éticos, tecnologias
emergentes e a educação midiática / Organização: Thamyres Sousa de
Oliveira et al. - FUESPI. - Teresina, 2025.
244f.: il.
ISBN Digital: 978-85-8320-284-4.
Livro de Anais da 7ª Semana de Comunicação da Universidade
Estadual do Piauí - Campus Professor Barros Araújo, realizada de 7 a 9
de abril de 2025, em Picos-PI.
1. Jornalismo. 2. Comunicação. 3. Processos Comunicacionais. 4.
Pesquisas Interdisciplinares. I. Oliveira, Thamyres Sousa de [et al.] . II.
Título.

CDD 302.2

Ficha elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí – UESPI
José Edimar Lopes de Sousa Júnior (Bibliotecário) CRB-3ª/1512

Editora da Universidade Estadual do Piauí - EdUESPI

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI

Todos os Direitos Reservados

7ª SEMANA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UESPI DE PICOS - 2025

TEMA

Repensando o lugar do jornalismo: desafios éticos, tecnologias Emergentes e a educação midiática

PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO

Curso de Bacharelado em Jornalismo
Universidade Estadual do Piauí - Campus Professor Barros
Araújo

DATA E LOCAL

07 a 09 de abril de 2025
Universidade Estadual do Piauí - Campus Professor Barros
Araújo, Picos-PI

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Ruthy Manuella de Brito Costa

COORDENAÇÃO GERAL

Mayara Sousa Ferreira

COORDENAÇÃO LOGÍSTICA E FINANCEIRA

Jaqueline da Silva Torres Cardoso

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Ruthy Manuella de Brito Costa

COORDENAÇÃO DE CONCURSOS ESPECIAIS

Jaqueline da Silva Torres Cardoso
Ruthy Manuella de Brito Costa

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Thamyres Sousa de Oliveira

COMISSÃO CIENTÍFICA

Debora Maria dos Santos
Edielson Teixeira Mota
Edvan Luiz da Silva
Iaquelly de Sousa
Jailson Dias de Oliveira
Jaqueline da Silva Torres Cardoso
Lana Krishna de Carvalho Moraes
Marco Antônio Tessarotto

NOSSOS HOMENAGEADOS

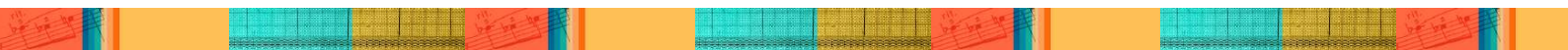
Concurso de Audiovisual Clebson Lustosa
Concurso de Fotografia Sávio Magalhães
Concurso de Reportagem Paula Monize
Concurso de Artigo científico Flávio Santana
Concurso de TCC Ruthy Costa

NOSSOS PALESTRANTES

Thiago Assunção
Lana Krishna de Carvalho Moraes
Gabriel Kafure
Daniel Freitas
Luan Matheus Santana
Marta Alencar
Hynayara Melo
Eulália Vasconcelos
Vinícius Coutinho

PARECERISTAS CONCURSOS ESPECIAIS

Adailson carvalho
Amanda Lais Pereira Noletto
Bruna Moura Fé
Carolina Reis
Emanoel Costa
Israel de Sousa Pereira
Jaqueline Figueiredo
Ohana Luize Alves Lima
Rosane Martins
Sheron Weide Alves Ferreira
Sônia Maria Dos Santos Carvalho
Verônica Maria Rufino de Sousa
Vitória Sousa Pilar



GRUPOS TEMÁTICOS

GT 1 - ESTUDOS DE JORNALISMO

Coordenadores: Prof Dr Marco Antonio Tessarotto e Jornalista Mestranda Iaquelly de Sousa

Discute as transversalidades dos produtos jornalísticos imersos em lógicas de plataformização, algoritmos e de transformações do campo jornalístico, como o webjornalismo; produção jornalística para plataformas; mercado, ética e valores-notícia na produção de conteúdo informativo; jornalismo e produtos informativos alternativos; os vínculos entre jornalismo e memória; a produção jornalística em múltiplas mídias: impressa, radiofônica, televisiva, online; história do texto, das práticas e dos modos de consumo jornalísticos.

GT 2 - PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO

Coordenadores: Profa. Dra. Jaqueline da Silva Torres Cardoso e Prof. Me. Jailson Dias de Oliveira

Abrange a grande área da comunicação, de forma geral, quanto às mensagens, linguagens, códigos trocados entre emissor e receptor, por qualquer canal e volta-se também para suas teorias; perpassa também pelas relações públicas, marketing e publicidade; aborda a comunicação como campo de saber científico e suas contribuições interdisciplinares; volta-se também para debates comunicacionais como a inclusão digital, políticas públicas de comunicação, regulação e outros.

GT 3 - PESQUISAS INTERDISCIPLINARES NO SERTÃO PIAUIENSE

Coordenadores: Profa. Ma. Lana Krishna de Carvalho Moraes e Prof. Esp. Edvan Luiz da Silva

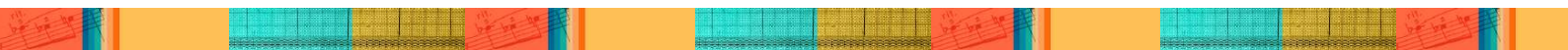
Recebe trabalhos que versam sobre o encontro de áreas, mas cuja abrangência geográfica seja o Sertão do Piauí, no campo das ciências humanas e sociais. A intenção é que estudos de diversas áreas dialoguem em busca de conhecimento e melhor convivência no sertão piauiense.

GT 4 - DIREITOS, POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Coordenadores: Profa Dra. Debora Maria dos Santos e Jornalista Mestrando Edielson Teixeira Mota

Recebe estudos de natureza teórica, analítica ou empírica e tem natureza interdisciplinar, uma vez que direitos, políticas públicas e desenvolvimento social devem acompanhar todas as áreas. Trabalhos que versem sobre ações afirmativas, meio ambiente, habitação, proteção de crianças e adolescentes, educação, participação social, saúde, pessoas com deficiência, questões fundiárias urbanas, migração, relações de trabalho, desenvolvimento humano e outros contemplam a proposta.

SUMÁRIO



Apresentação..... 13

Arthur Mariano

Camylla Silva

Luciana Primo

Rita de Cássia do Nascimento

Redefinindo Critérios: As implicações da ausência do diploma de Jornalismo na prática profissional 17

Jamile de Sousa Bezerra

Glenda de Sousa Leal

Nayara Kelly Paiva de Sousa

Israel de Sousa Pereira

Sensacionalismo, televisão e ódio: os casos de incitação ao ódio atribuídos ao apresentador Sikêra Júnior na lupa dos portais de notícias 33

Riquelmo Miranda Rodrigues

João Gabriel Esteves Chaves

Adão Francisco Matos do Nascimento

João Mikael dos Santos Lopes

Thamyres Sousa de Oliveira

Podcast como tendência contemporânea do jornalismo: o caso da Rádio Novo 46

Victória Souza Nascimento

Ruthy Manuella de Brito Costa

Análise Crítica da Representação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) pela Série "Pra onde, Brasil", do Profissão Repórter .. 62

João Mikael dos Santos Lopes

Ruthy Manuella de Brito Costa

Webjornalismo: reflexões sobre critérios de noticiabilidade e espaço supraterritorial da notícia 78

Clebson Lustosa Brandão Lima

Samantha Castelo Branco

A Ascensão do Podcast: Uma Análise do Papel do 'Morde & Assopra' no Cenário de Picos 94

Camylla de Sousa Silva

Luciana França Pereira Primo

Rita de Cássia Silva do Nascimento

Jailson Dias de Oliveira

Rádios Amplificadoras Luar do Sertão e Geraldo Pereira de Picos (PI): Memórias dos seus ouvintes 106

Jamile de Sousa Bezerra

Rawena Lúcia de Sousa Brito

Jailson Dias de Oliveira

O sensacionalismo como produto da indústria cultural: uma análise da TV Antena 10 e do repórter Tony Black 122

Maria Clara de Moura Leal

Vanessa Cristina Ferreira de Alencar

Jaqueline da Silva Torres Cardoso

Regionalização midiática, folkcomunicação e religiosidade: cobertura jornalística do portal Cidade Verde acerca das práticas de umbanda no estado do Piauí..... 135

Clebson Lustosa Brandão Lima

Samantha Castelo Branco

Desafios do Jornalismo no Combate à Desinformação: uso da Inteligência Artificial pelos Atores Sociais..... 146

Karen Miranda Rodrigues

Marco Antônio de Oliveira Tassarotto

Usos do Ciberespaço: a Diocese de Picos-PI e a sua página na Internet... 161

Luan Cardoso Silva

Victor Guilherme Sousa França

Jailson Dias de Oliveira

Desinformação e sensacionalismo nas redes sociais: o caso Choquei e Jéssica Canedo..... 172

Adão Francisco Matos do Nascimento

Brenda Ester da Silva Dantas

Jaqueline da Silva Torres Cardoso

Influência do Instagram e Whatsapp na comunicação interpessoal: conexão ou distanciamento?..... 185

Adriana de Souza Reis

Maissa Stefany Nonato Ribeiro

Maria Rita Leal Aguiar

Victória Souza Nascimento

Jaqueline da Silva Torres Cardoso

O Problema da Circulação das Imagens: caso dos incêndios no Brasil e na Califórnia 200

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto

O Rádio Como Companheiro do Homem do Campo no Sertão do Piauí. 214

Arthur Sousa Mariano

João Mikael dos Santos Lopes

Jailson Dias de Oliveira

Análise da Cobertura Midiática da Cidade de Bocaina (PI) pelo Portal de Notícias Cidades na Net 227

João Mikael dos Santos Lopes

Ruthy Manuella de Costa Brito

Democracia e políticas públicas: uma análise das interações e desafios para a consolidação do sistema democrático no Brasil..... 244

Lottar Matheus Rodrigues Barros

APRESENTAÇÃO

Arthur Mariano
Camylla Silva
Luciana Primo
Rita de Cássia do Nascimento

Apresentação

A 7ª Semana de Comunicação da UESPI de Picos foi realizada entre os dias 07 e 09 de abril de 2025. As atividades foram iniciadas no Dia do Jornalista, 7 de abril, data que celebra a relevância histórica e social da profissão. O evento busca discutir temas nas áreas de comunicação e jornalismo, por meio de atividades como palestras, minicursos e apresentações de artigos. Este ano, o tema escolhido foi: “Repensando o lugar do jornalismo: desafios éticos, tecnologias emergentes e a educação midiática”.

O público do evento foi composto por alunos, professores, pesquisadores e profissionais do mercado jornalístico. Esta diversidade de perfis procura promover reflexões sobre a formação e o papel do jornalismo como um campo em constantes mudanças. Todos colaboraram ativamente nas dinâmicas do encontro, seja por meio de palestras, ministrando minicursos ou participando de mesas-redondas.

A organização foi feita de forma colaborativa, com discentes e docentes do curso de jornalismo que foram divididos em comissões responsáveis por diversas frentes de trabalho, como recepção de convidados, produção de conteúdo para redes sociais, suporte na organização dos GTs e etc. Esse modelo colaborativo proporcionou aos alunos uma experiência prática em gestão de eventos acadêmicos, fortalecendo suas competências, bem como seu trabalho em equipe.

A convergência midiática, conceito desenvolvido por Henry Jenkins em seu livro *A Cultura da Convergência* (2006), foi um dos assuntos debatidos durante o evento. O poder que a convergência midiática exerce sobre a sociedade é extremamente grande e provoca mudanças constantes, sobretudo na forma como as pessoas consomem os meios digitais.

A necessidade de reinvenção diária do jornalismo tornou a discussão ainda mais relevante, pois envolveu reflexões sobre como a profissão deve lidar com as questões éticas que precisam estar sempre fortalecidas frente a tantas mudanças e diante da crescente onda de desinformação.

Assim, o evento proporcionou à comunidade acadêmica um espaço para pensar estratégias e caminhos para os futuros profissionais da área. Nesse contexto, a educação midiática, que também foi pauta dos encontros, se mostra essencial, pois o futuro do jornalismo depende da formação ética e crítica dos profissionais de imprensa, mas também da preparação do público para exercer sua cidadania.

A programação teve início no dia 7 com os Grupos de Trabalho (GTs), que contribuíram para a divulgação de pesquisas e o fortalecimento do conhecimento científico. Foram quatro GTs:

- GT 1 – Estudos de Jornalismo, coordenado pelo Prof. Dr. Marco Antônio Tessarotto e a mestranda Iaquelly de Sousa;
- GT 2 – Processos de Comunicação, sob coordenação da Profa. Dra. Jaqueline Torres e do Prof. Ms. Jailson Dias;
- GT 3 – Estudos Interdisciplinares do Sertão Piauiense, coordenado pela Profa. Ms. Lana Krisna e o Prof. Esp. Edvan Silva;
- GT 4 – Direitos, Políticas Públicas e Desenvolvimento Social, com a Profa. Dra. Débora Santos e o mestrando Edielson Teixeira.

Ainda no dia 7, foi realizada a mesa de abertura com o tema “Jornalismo e o uso de filtros de imagem nas redes”, com os professores Thiago Assunção, Lana Krisna e Gabriel Kafure, que discutiram os impactos éticos e sociais dos filtros nas redes sociais. Em seguida, a palestra de Daniel Freitas, fundador da Naativa Eventos e da Picos Pro Race, abordou as “Estratégias de Comunicação Esportiva”, destacando a importância do marketing esportivo em contextos regionais.

No dia 8, os GTs seguiram pela manhã. À tarde, houve o lançamento do livro “Jornalismo entre Picos: diário de memórias da UESPI”, produzido por membros da Liga Jornalismo, Educação e Memória- Joeme. A obra valoriza a memória e trajetória da graduação em Jornalismo no campus. Ainda no mesmo dia, foi realizada a Mesa II, com o tema “Jornalismo em Transformação: Independência, Curadoria e Checagem na Era da Desinformação”, com os jornalistas Marta Alencar e Luan Matheus.

O dia 9 foi dedicado à prática, com três minicursos:

- “Social Media: roteirização e edição no CapCut”, com Hynayara Melo;
- “Produção para o Audiovisual”, com Eulália Vasconcelos;
- “Jogo da Desinformação”, com o Prof. Me. Vinícius Coutinho.

No que se refere aos Grupos de Trabalho, os trabalhos do GT-1 – Estudos de Jornalismo receberam pesquisas sobre as novas produções jornalísticas e suas transformações. Entre os temas discutidos, destacaram-se a importância dos algoritmos, do webjornalismo, da memória e do avanço tecnológico a favor do jornalismo. Também foi abordado o uso de podcasts, os desafios enfrentados na produção deste formato e o espaço que o mesmo vêm ganhando gradualmente.

Já as pesquisas do GT 2 Processos de comunicação contam com discussões voltadas para publicidade, marketing, relações públicas, inclusão digital e muito mais. Com trabalhos que falam sobre inovação e como a comunicação é importante em outros segmentos, o GT também se destacou pela diversidade de olhares para a comunicação.

O GT-3 – Estudos Interdisciplinares do Sertão do Piauí recebeu pesquisas voltadas ao sertão piauiense, conectando diferentes áreas do conhecimento. O foco das análises recaiu sobre temas como o meio ambiente, o semiárido e a forma como os veículos de comunicação realizam a cobertura midiática nos portais de notícias piauienses.

Em contrapartida, o GT 4 Direitos, Políticas Públicas e Desenvolvimento Social foi pautado na discussão sobre democracia, políticas públicas e a consolidação do sistema democrático no Brasil. A palestra de encerramento, também ministrada por Vinícius Coutinho, trouxe o tema “De olho nas Representações: Ódio e Racismo contra Nordestinos nas Redes Sociais”. O pesquisador refletiu sobre os discursos de ódio e o papel da comunicação na desconstrução desses ataques.

Criado por discentes, feita para discentes e comunidade em geral, a Semana de Comunicação começou de forma, levemente tímida, mas, logo saiu dos corredores da universidade e ganhou voz, corpo, alma e reconhecimento entre os apaixonados pela área da comunicação. E é justamente por isso que o evento se faz tão importante. Ele representa a força da união entre os estudantes, docentes e demais comunicadores que esperam ansiosamente pelo encontro anual para trocas de experiência, compartilhamento de saberes e exposições de ideias.

Durante três dias, o campus da tão amada UESPI de Picos se transformou em palco de aprendizado e pertencimento. A cada novo encontro, ela ganha novos ares e personagens, levando a comunicação para além das fronteiras estaduais e atraindo novas pessoas a conhecerem e vivenciarem a experiência única que é participar do nosso evento. Por isso, convidamos vocês a conhecerem as pesquisas que foram apresentadas nos GTs desse evento grandioso. Além disso, você que expôs seu trabalho tem a chance de revê-lo e também contemplar as produções dos demais participantes.

Arthur Mariano
Camylla Silva
Luciana Primo

Rita de Cássia do Nascimento
Estudantes da Uespi de Picos e organizadores do evento

GT 01

Estudos de Jornalismo

Discute as transversalidades dos produtos jornalísticos imersos em lógicas de plataformização, algoritmos e de transformações do campo jornalístico, como o webjornalismo; produção jornalística para plataformas; mercado, ética e valores-notícia na produção de conteúdo informativo; jornalismo e produtos informativos alternativos; os vínculos entre jornalismo e memória; a produção jornalística em múltiplas mídias: impressa, radiofônica, televisiva, online; história do texto, das práticas e dos modos de consumo jornalísticos.

Coordenação

Prof Dr. Marco Antonio Tessarotto
Jornalista Mestranda Iaquelly de Sousa

Redefinindo Critérios: As implicações da ausência do diploma de Jornalismo na prática profissional

Jamile de Sousa BEZERRA
Glenda de Sousa LEAL
Nayara Kelly Paiva de SOUSA
Isael de Sousa PEREIRA

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, Picos, Piauí

RESUMO

Embora não seja um fenômeno restrito, o alto volume de informações e notícias na sociedade contemporânea demonstrou um aumento significativo de desinformação e prejuízos ao cidadão brasileiro. Traçando um paralelo com a ausência da obrigatoriedade da diplomação para o exercício da profissão de jornalismo, pauta de debates na categoria pela possível desvalorização, este presente artigo busca analisar como a não-obrigatoriedade do diploma de jornalismo implica em resultados negativos na produção noticiosa. Como metodologia, utilizamos pesquisa bibliográfica e explicativa, segundo Gil (2008), bem como a entrevista em profundidade na modalidade semiaberta. Nos resultados, foi possível concluir que, apesar da diferenciação dos profissionais não ser amplamente notada, o ingresso no ensino superior é defendido de forma unânime, além de que contribui para a diminuição da desinformação nos produtos jornalísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Diploma; PEC do Diploma; Comunicação

Introdução

No ano de 2009 foi decidido pelo Supremo Tribunal Federal (STF) que não há a necessidade da obtenção do diploma de jornalismo para o exercício da profissão, ainda, foi alegado por alguns ministros que a posse do diploma não possui o poder de barrar informações inverídicas, pois isso é propagado por desvios de conduta e questões éticas. A representante do Sindicato de Empresas de Rádios e Televisão do Estado São Paulo (Sertesp), afirmou no julgamento em argumentação contra a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que a obrigatoriedade do diploma vai contra os artigos da Constituição Federal que destacam a liberdade de manifestação do pensamento e o exercício da liberdade independente de qualquer censura.

No STF, o ministro Marco Aurélio foi o único que defendeu a necessidade do curso superior em jornalismo para o exercício da profissão, argumentando que a exigência existe há 40 anos e que as técnicas necessárias para entrevistar, editar ou reportar são fundamentais

para a formação do profissional, entretanto, o aval foi dado e a diplomação para o exercício profissional do jornalista deixou de ser obrigatória no ano de 2009.

Sobre isso, conforme destacado por Diniz (2001), “Independentemente das variações encontradas no fenômeno da organização profissional ao longo de distintos cenários históricos e geográficos, há uma característica unificadora: a necessidade da formação acadêmica de Nível Superior”. Porém, quando se trata do jornalismo percebe-se uma controvérsia, pois embora seja, de fato, uma profissão, não existe a exigência dessa formação acadêmica afirmada por Diniz (2001) e, dessa maneira, proporcionando uma determinada falta de credibilidade para a profissão.

Ademais, faz-se evidente a existência de determinadas ações que são tomadas no meio da comunicação para obter-se mais visibilidade que não são ações positivas e não seguem o que é aprendido na teoria ensinada durante a formação, como por exemplo, o sensacionalismo, usualmente efetuado por meio dos aparatos digitais, utilizados para propagar informações, verídicas ou não.

Seguindo essa perspectiva, é notório que existe a necessidade de se ter veículos que forneçam informações de cunho confiável, o que se pode cumprir com a atuação de profissionais formados na área, pois o embasamento teórico possui grande relevância para com a atuação no mercado de trabalho.

Sob essa ótica, vale evidenciar a necessidade de buscar respostas e desenvolver discussões com base na problemática ressaltada, haja vista que a profissão sofre com os empecilhos proporcionados por essa libertação na prática profissional, que por muitas vezes, acaba sendo desprovida de profissionalismo por decorrência da falta de diplomação.

De acordo com Benedite (2006), “o compromisso com uma informação de qualidade faz parte dos fundamentos conceituais e históricos da atividade jornalística”. Ou seja, sabendo a importância que o jornalismo possui para com a sociedade no quesito de informar sobre os assuntos de interesse público com veracidade, levanta-se a seguinte problemática sobre a atuação de jornalistas sem diploma: como a não-obrigatoriedade do diploma de jornalismo implica para resultados negativos na produção noticiosa? Tendo em vista a formulação desta questão, traçamos o seguinte objetivo geral: mensurar como a não-obrigatoriedade do diploma de jornalismo para exercer a profissão compromete os conteúdos noticiosos veiculados na mídia. De forma específica busca-se: entender pela perspectiva do(a) profissional com preparo superior, qual a frequência de implicações já identificadas no

batente ao lidar com jornalistas sem diploma; investigar por que o(a) jornalista não diplomado acredita ser correto atuar sem formação e como a população diferencia e des(credibiliza) ou não essas produções noticiosas advindas de ambas as partes; analisar os impactos da não obrigatoriedade do diploma na qualidade e credibilidade da produção noticiosa, considerando a perspectiva de diferentes agentes envolvidos no processo jornalístico.

Buscamos evidenciar, na prática, as diferenças percebidas no exercício profissional entre jornalistas diplomados e não diplomados, com foco nos seus depoimentos. A intenção é compreender como essas afetações impactam o fazer jornalístico cotidiano.

O tema relacionado às implicações da ausência do diploma de jornalismo na prática profissional foi escolhido por ser uma pauta quente entre acadêmicos e jornalistas e que está em constante debate nos âmbitos sociais, sejam eles virtuais ou presencialmente. Nessa concepção, ressalta-se que esse tema possui uma notória relevância social, haja vista que a prática do jornalismo, o ato de informar com transparência e veracidade, é um compromisso do jornalista para com a sociedade, e caso isso seja feito da forma indevida, existe a possibilidade de afetar diretamente o receptor da (des)informação.

Ainda, evidencia-se a relevância da temática para o meio acadêmico em si, visto que os alunos de jornalismo estão dedicando tempo e seguindo um processo de capacitação para adentrarem no mercado de trabalho, sendo assim, tratar dessa falta de seletividade no ambiente profissional é de extrema importância para uma maior visibilidade, não permitindo o esquecimento de algo tão importante. Por fim, o tema foi pautado, especialmente, pelas autoras serem estudantes do curso de jornalismo e possuírem a vontade de contribuir para a mudança dessa realidade dentro do ramo de atividades produtivas que, futuramente, será o meio no qual estarão inseridos.

Ao construirmos uma hipótese geral, acreditamos que o(a) jornalista formado(a) irá evidenciar a importância do diploma com argumentos cabíveis e irá relatar experiências negativas sobre a lida com profissionais atuantes não diplomados. Também acredita-se que o(a) comunicador(a) sem diploma irá alegar a possibilidade de uma boa atuação jornalística sem a formação superior. E, ainda, crer-se que ao entrevistar o(a) popular, ele(a) irá destacar que ao consumir uma notícia e considerá-la verdadeira, efetua um processo de checagem em algum veículo de comunicação que considera confiável.

Para destrinchar o debate do tema, a pesquisa será desenvolvida traçando discussões acerca da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) do diploma e o cenário atual dos

jornalistas enquanto profissionais diplomados e não diplomados, a atuação em si desses profissionais e como a comunicação se constrói na digitalização atual, ressaltando os prós e os contras acerca desse viés, para que, dessa maneira, seja possível haver um aprofundamento e maior entendimento acerca da indagação inicial responsável pelo desenvolvimento do estudo.

Pec do diploma

Com a chegada da família portuguesa no Brasil e posterior implementação de órgãos de imprensa, provocaram um movimento da sociedade em busca de independência. Para maior compreensão do período de transformações, Melo (2003, *apud* Hohlfeldt; Valles, 2008, p. 13) divide o período em cinco fases, sendo elas: desbravamento (1873-1922), tratando sobre os passos iniciais da comunicação; pioneirismo (1923-1946), começando o andamento das escolas de comunicação; fortalecimento (1947-1963), pautado no aumento das instituições de formação; consolidação (1964-1977), representando a figura da comunicação de massa; e institucionalização (1978-1997), isto é, intercomunicar-se.

O ensino das ciências da comunicação, no entanto, teve os primeiros passos apenas em 1935, no governo de Getúlio Vargas, com a criação da primeira Cátedra de Jornalismo, pertencente à Universidade Federal do Distrito Federal, mas posteriormente fechada. A consolidação de faculdades de jornalismo chegou em 1947, com a Escola de Jornalismo Cásper Líbero (Melo, 2003, *apud* Hohlfeldt; Valles, 2008, p. 15).

O longo processo para a instauração de uma escola de jornalismo e, posteriormente, a conquista do diploma, demonstrado pelas pesquisas de José Marques de Melo, em 2003, recebeu os primeiros entraves em 2009, com a derrubada da exigência do diploma para exercício da profissão de jornalista pelo STF. A decisão, obtida por oito votos a um, atendeu ao recurso protocolado pelo Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão no Estado de São Paulo (Sertesp) e pelo Ministério Público Federal (MPF), solicitando a extinção da obrigatoriedade.

É necessário, no entanto, compreender os caminhos para o parecer final do STF. Após o Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF-3) determinar a obrigatoriedade do documento acadêmico, o Ministério Público Federal entendeu que tal conclusão iria na contramão da Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, parágrafo IV, afirmando que "É livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato", além de ferir a

liberdade de imprensa e o direito à livre manifestação do pensamento inscrita no artigo 13 da Convenção Americana dos Direitos Humanos (1969).

As motivações para a decisão do STF contra a exigência do diploma contaram ainda com o voto do relator Gilmar Mendes. De acordo com o ministro, a profissão jornalística não é a única a estar passível de erros, além de que a diplomação não é obstáculo para tais, pelo contrário, representam desvios de conduta que a formação não impede (JUSBRASIL, 2009).

Outro ponto importante para a conclusão é o reconhecimento de que o decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, o qual dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, possui raízes no regime militar, considerando a sua criação no período de governo de Emílio Garrastazu Médici. Conforme o relator, o documento tinha como principal objetivo afastar intelectuais contrários ao regime da profissão, tornando a exigência inconstitucional, como consta nas informações ao JUSBRASIL (2009).

Em mobilização encabeçada pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a categoria dos jornalistas do Brasil busca diálogos com os parlamentares para a aprovação da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 2026/2012, que restabelece a obrigatoriedade do diploma. Conhecida como PEC do Diploma, o movimento reconhece a chegada de novos membros das comissões temáticas da Câmara e lideranças partidárias para buscar novas decisões.

Um dos principais argumentos para a retomada da diplomação é o alto volume de informações advindas das redes sociais digitais, resultando em múltiplas formas de desinformação. Conforme o deputado Orlando Silva (PCdoB/SP), relator do Projeto de Lei 2630/20 da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, todos observam o advento e crescimento das redes sociais e produção de conteúdo, mas nem tudo pode ser classificado como informação (Silva, 2023). A chave para o contribuir com o combate às *fake news* estaria no retorno da exigência do ensino superior para os comunicadores?

Atuação profissional do jornalista

Sabe-se que o curso superior tem como objetivo fornecer conhecimentos teóricos atrelados ao desenvolvimento das habilidades práticas de uma determinada área profissional, porém, o passe livre para a prática profissional do jornalismo sem curso superior segue ao

contrário disso, pois qualquer pessoa tem a liberdade de se intitular jornalista, mesmo não possuindo formação. Nesse sentido, Álvares (2005) ressaltou sobre a diferenciação entre a liberdade expressiva e a atuação do jornalista, destacando as especificações que devem ser seguidas na profissão do jornalismo:

Liberdade de comunicação não se confunde com a liberdade de profissão. Aquela é garantida a todos, protegida contra qualquer censura; esta é livre, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer. [...] Vale dizer que tal exigência [do diploma de jornalismo] não restringe o direito à comunicação, assegurado a todos, apenas exige determinada qualificação para o exercício da profissão de jornalista. Do contrário, a pretexto de usar da liberdade de comunicação, ou expressão, qualquer pessoa poderia requerer qualificação de jornalista, o que seria um absurdo ainda maior. (Álvares, 2005, p. 116)

Nessa perspectiva, torna-se explícito que existe a necessidade de haver uma delimitação de funções e qualificação para a prática jornalística, sem romper a liberdade expressiva dos demais indivíduos, mas proporcionando a devida valorização para a profissão e seus atuantes diplomados. Todas as profissões exigem um diploma para intitular o profissional como capaz de exercê-la, assim, com o jornalismo não deveria ser distinto, pois é uma profissão essencial para o exercício da sociedade.

Em sequência, é válido pontuar a questão da ética profissional que deve ser seguida pelos jornalistas. A Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 1985), em seu artigo 7, afirma que “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”, reforçando que há uma regulamentação a ser seguida e, dificilmente, alguém que não passa pela academia terá acesso às informações.

Implicações noticiosas potencializadas pelo ciberespaço

Com a chegada do mundo digital, as possibilidades de compartilhar informações foram potencializadas. Sob esse viés, de acordo com Lévy (1999), a chegada da internet provocou uma mudança drástica no corpo social, ampliando de forma significativa a habilidade de compartilhar informações, pensamentos e conteúdo visual em tempo recorde. Dessa maneira, essa autonomia da atuação como jornalista acaba sendo ainda mais facilitada com a chegada desse ciberespaço, pois a entrega é instantânea.

Diante disso, evidencia-se a necessidade de ampliar o acesso a fontes confiáveis, garantindo ao público o consumo de informações verídicas. Embora o ambiente digital não permite controle absoluto sobre o que é publicado, é possível investir na qualificação de profissionais por meio da formação acadêmica. Dessa forma, assegura-se que a apuração e a veiculação dos fatos sejam realizadas com responsabilidade, sem restringir a liberdade de expressão dos usuários das mídias digitais.

Ou seja, para obter-se uma linha correta da propagação noticiosa, é preciso haver todo um processo de seleção e composição, algo que, na maioria das vezes, não se realiza no campo das mídias digitais, que são ambientes revestidos de imediatismo e busca por visualizações a todo custo, a formação profissional é responsável por proporcionar essa segurança do conhecimento sobre a forma correta de se fazer jornalismo.

Perante os pontos mencionados, observa-se que a atuação de profissionais sem formação superior em jornalismo pode gerar impactos significativos, como a desvalorização daqueles que se dedicaram academicamente à profissão.

Metodologia

A pesquisa científica é fundamental para proporcionar um embasamento teórico sobre um determinado assunto, fornecendo informações comprovadas que acrescentam de forma relevante para o progresso do estudo. Sendo assim, vale ressaltar que o estudo tem, como um de seus procedimentos técnicos, a pesquisa bibliográfica, explorando fontes como autores familiarizados em assuntos relacionados, como Diniz (2001), Álvares (2008), Lévy (1999), De Masi (1999), Carvalho (2009), Gil (2008) e Bourdieu (1996), entre outros. Outrossim, o presente estudo também se enquadra na vertente de pesquisa explicativa, sendo as

Pesquisas que têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas (Gil, 2008, p. 28).

Para alcançar os resultados, a abordagem da pesquisa em questão é qualitativa. Segundo Vieira e Zouain (2005), a pesquisa qualitativa proporciona grande importância aos relatos das pessoas envolvidas na composição da pesquisa e o quesito descritivo fornecido por eles. Nesse viés, a pesquisa preza pelos detalhes que compõem os relatos, como a utilização de entrevistas, que é o método escolhido para este estudo, na busca de apurar

detalhes e singularidades nas experiências dos entrevistados em questão.

Como procedimento técnico principal, será utilizada a entrevista em profundidade, na modalidade semi aberta. Serão aplicadas perguntas previamente elaboradas, com abertura para novas indagações que possam surgir durante o diálogo. Para esta etapa da pesquisa, foram entrevistadas três pessoas: um jornalista diplomado em atuação no mercado, um profissional que exerce a função de jornalista sem diploma e um cidadão comum, representando a percepção do público.

As entrevistas foram feitas de maneira presencial, com um total de 6 perguntas para o jornalista formado, 5 perguntas para o profissional sem diploma com o acréscimo de mais uma pergunta que surgiu no decorrer da entrevista e 6 perguntas para o popular que consome as notícias, o intuito do questionário é analisar a linha de pensamento das fontes entrevistadas em relação ao assunto e os relatos de experiências vivenciadas no mercado de trabalho e no papel de receptor das informações.

Análises e discussões

Jornalista diplomado

Seguindo a linha variante dessa discussão relacionada ao exercício da profissão do jornalista, foi realizado o contato com um jornalista diplomado da cidade de Picos, no Piauí, cidade onde reside. Destaca-se, que, o profissional já atuou e atua em diversos meios de comunicação, como repórter na TV e portal de notícias, além de já ter sido assessor de empresas em redes sociais. Vale ressaltar, que o comunicador passou pelo processo de entrevista presencial com uma das pesquisadoras do presente estudo. Inicialmente, foi perguntado ao jornalista o que o levou a escolher o curso de sua profissão, obtendo-se a seguinte resposta:

Primeiro eu pensei em publicidade, que era onde eu mais me identificava ali dos cursos superiores, só que não tinha aqui por perto, e aí o local mais próximo que tinha pra eu fazer, o curso era em Picos, e dentro dos cursos de Picos, jornalismo foi o que eu mais me identifiquei, só que quando eu entrei no curso, eu acabei vendo que tinha muitas coisas em comum com a área que eu queria, e aí eu acabei gostando do curso (JORNALISTA, 2024).

Sobre essa vertente, nota-se que o curso de jornalismo não era uma das opções do profissional. Ao longo dos anos, o descrédito social com a profissão do jornalista corroborou

com uma trajetória profissional repleta de desafios, incluindo a não obrigatoriedade do diploma, o que pode ter contribuído para o desinteresse entre estudantes, segundo o site Observatório da Imprensa.

Em seguida, perguntamos ao comunicador a opinião sobre o exercício da profissão do jornalista por pessoas que não possuem formação. Neste ponto, o profissional considerou um passo essencial na construção do comunicador.

Eu não concordo, porque eu acho que o diploma é muito importante em qualquer área, porque quando você tem um diploma, além de você saber a prática jornalística, você também sabe a teoria, e isso acaba ajudando principalmente a questão da ética profissional, porque quando você não tem conhecimento da teoria, muitas vezes você acaba cometendo alguns erros dentro da profissão que pode acabar sendo prejudicial para as pessoas, para a sociedade que está recebendo aquela informação e também para os seus entrevistados e para todo mundo (Jornalista, 2024)

A partir disso, é possível notar o descontentamento do profissional em relação a prática jornalística por terceiros que não possuem a capacitação acadêmica, que ele, enquanto entrevistado, obteve para atuar na carreira da comunicação e ao papel da formação acadêmica na prática jornalística para a apuração de fatos, a checagem de fontes, a responsabilidade social e ética. Outrossim, foi indagado sobre a propagação de conteúdos noticiosos produzidos por pessoas não diplomadas, sobre isso, o profissional do jornalismo relatou:

Geralmente essas pessoas que não têm diploma escolhem um segmento específico para produzir. Mas acontece que nessa produção de um conteúdo específico, elas acabam implementando outras coisas que não tem nada a ver, como é o caso de muitas páginas de fofoca, isso aí acaba que não tem um aprofundamento da notícia. Muitas vezes essa notícia é dada só pelo que eles escolheram na internet e não têm um contato com autoridade, uma verificação da informação para saber se aquela informação é verídica ou não (Jornalista, 2024)

Logo, percebe-se, por intermédio da fala do jornalista, a falta de apuração, pois, segundo o Art. 2º do código de ética do jornalista “a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público”, entretanto, acaba-se observando uma controvérsia, pois essas pessoas que não possuem um preparo acadêmico podem, por vezes, confundir a produção noticiosa com a propagação de informações superficiais. Seguindo a vertente sob a ótica da população como receptora de

informações, foi perguntado ao profissional se ele acreditava que os cidadãos sabem diferenciar notícias de jornalistas formados e não formados, e apuramos o seguinte relato:

Para quem não é do meio, às vezes é difícil identificar o que é feito por um jornalista e o que não é. A pessoa tem notícias pela internet e acompanha só as redes sociais, não busca saber se foi um influenciador digital, alguém da sociedade ou um jornalista. Isso traz muita desinformação para as pessoas, além de que passam para frente achando que é verdade e que veio de um profissional realmente competente, quando às vezes não é o caso (Jornalista, 2024).

Perante a opinião do jornalista no decorrer da entrevista, foi possível entender a importância do conhecimento teórico e prático adquirido durante a graduação para o exercício ético e responsável da profissão. Acreditando que a formação acadêmica proporciona uma base social para compreender os princípios da profissão, incluindo a apuração de fatos, a checagem dos dois lados e a ética profissional. No entanto, para o jornalista diplomado, é frustrante perceber que, em alguns casos, profissionais sem formação específica em jornalismo estão ocupando espaços importantes, desvalorizando o piso salarial desses profissionais.

Esse sentimento de frustração por parte do jornalista diplomado evidencia uma tensão crescente no campo profissional: a disputa por espaço e reconhecimento com indivíduos sem formação específica na área. Quando profissionais não diplomados ocupam cargos relevantes, há uma desvalorização simbólica e material da profissão, afetando diretamente o piso salarial e a legitimidade do jornalista formado. Essa realidade impõe a necessidade de refletir sobre os critérios de contratação e sobre a valorização do saber técnico-científico, construído na formação universitária, como elemento essencial para a qualidade e a ética da informação.

Jornalista não diplomado

A profissão de jornalista existe no Brasil desde a época colonial, mas foi após o período militar que o diploma passou a ser exigido para atuar na área. Em 2009, houve um debate sobre a necessidade constitucional em que foi tratada a liberdade de expressão e como ela se aplicava aos jornalistas. É evidente que o assunto gera muita discordância, com diversos argumentos a favor e contra a obrigatoriedade do diploma em jornalismo até hoje.

Sob essa ótica, o entrevistado, que reside na região de Picos, possui outra formação superior que não é Jornalismo ou Comunicação Social. Contudo, atua na área por meio do

Jornalismo Online. Respondendo as primeiras perguntas do nosso questionário, o entrevistado explica o motivo de trabalhar e se intitular como jornalista sem a diplomação:

Quando terminei a faculdade, o mercado da minha profissão era um pouco incerto ainda, haja vista a realidade econômica pós-pandêmica que a gente se inseriu. Na época em que eu me formei, eu tive a necessidade de empreender na via do jornalismo, como criando um portal de notícias. Apesar de não ter a formação, mas já tinha o conhecimento de como era escrito, lia muitos portais, tenho amigos da classe que são formados em jornalismo. A partir dessa troca de experiências e essa experiência em si eu coloquei em prática. Eu resolvi empreender na via do jornalismo e há dois anos eu alimento, tenho meu próprio portal de notícias e tenho esse papel diário de estar escrevendo matérias de cunho próprio (Entrevistado, 2024)

Com base na resposta, pode-se refletir a necessidade de se sobressair após um momento difícil para sua carreira de formação, optando assim em atuar em outra profissão que não há relação com sua formação acadêmica, visando a lucratividade financeira. Ao perguntarmos se há diferença de conteúdos noticiosos por parte de jornalistas com e sem diploma, o advogado destaca um conceito mais relativo, mas ainda sim acredita que há diferença.

De acordo com um estudo da Comscore, o Brasil é o terceiro país que mais utiliza redes sociais em todo o mundo, superando os Estados Unidos, México e Argentina. No entanto, uma pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em 2022 (CGI.br), revela que quase metade dos 149 milhões de brasileiros usuários de internet não verificam se as informações propagadas dentro das redes sociais são verdadeiras ou falsas. Partindo dessa vertente, perguntamos ao entrevistado se os profissionais não diplomados poderiam contribuir para divulgação de fakes News e desinformação:

Sim, a gente tem que analisar principalmente a questão dessa temática que tá em alta que é a fake News. A regulação dos meios de comunicação parte também com essa premissa, a própria regulação da internet que, digamos, em alguns aspectos, é uma terra sem lei, o que abre brecha para pessoas que não têm o curso superior criar informações de qualquer nível, como também pessoas que têm formação cair na vulnerabilidade da internet por ser uma terra sem lei. É possível que contribua com o produzir conteúdo de forma errônea, porém eu discordo que ele seja oriundo dessa mudança da não exigência do diploma (Entrevistado, 2024).

A decisão do STF sobre a não obrigatoriedade da exigência do diploma para os profissionais da comunicação foi destacada entre as perguntas do questionário. O advogado

abordou duas vertentes: a desvalorização dos profissionais que passaram pela academia superior e a valorização para quem não passou.

O Brasil é um país capitalista e o mercado tem que cada vez mais abrir as portas para as oportunidades. Eu acho que foi uma decisão que, claro, impactou, mas eu não posso analisar ela de forma negativa. Ela foi negativa para quem está na academia ou tem formação na academia, como também foi positiva para aqueles que não têm o curso superior que puderam ou se permanecer ou pelo menos entrar no mercado de trabalho (ENTREVISTADO, 2024).

Outro aspecto que foi levado em consideração no decorrer das perguntas, foi a análise de como a sociedade pode credibilizar informações de jornalistas com diploma ou sem, e se realmente é possível perceber essa distinção por parte dos cidadãos. O entrevistado considera, a partir de suas percepções, que a sociedade não tem essa capacidade de percepção, e sim, só quem for do meio jornalístico. Além disso, o profissional da advocacia ainda explicou que tem vontade de realizar o curso superior de jornalismo futuramente para oficialmente tornar-se um comunicador.

Popular entrevistado

É fundamental para a manutenção de uma sociedade informada o desempenho do jornalista, por meio da disseminação de informações que sejam de interesse público, fiscalização do poder, além do compromisso de apresentar informações de maneira imparcial, abordando os dois lados, e sobretudo a ética. Quando há propagação de desinformação por parte de veículos de comunicação, essa ação pode causar danos irreparáveis para com a sociedade.

Seguindo esse viés, na busca de entender como a veiculação de notícias de pessoas diplomadas ou não como jornalistas, realizamos nossa pesquisa com um morador da cidade de Picos-PI, que é atento às informações e aos sites jornalísticos, onde acompanha com fidelidade a propagação de matérias. O popular relata que a desinformação é proposital de alguns meios de comunicação:

Acredito que desinformação seja quando propositalmente se manipulem as informações. Como, por exemplo, quando alguns meios de comunicação dão notícias com títulos deturpados. Isso faz com que o corpo da matéria diga uma coisa e o título diga outra. Sabendo que prioritariamente as pessoas leem só o título e tomam a informação a partir disso (Popular, 2024)

Assim, podemos constatar uma visão crítica do popular e receptor de notícias sobre a divulgação dessas informações. Ao constataremos o popular sobre conseguir diferenciar comunicadores com ou sem diplomação, o mesmo relata a dificuldade de distinguir através do consumo de produções jornalísticas: “é muito difícil saber, até porque as pessoas se apresentam como jornalistas, sem ter as credenciais de uma formação porque, principalmente tem gente que está na profissão por prática há muito tempo e que não tem formação em jornalismo.”

Apesar do popular não conseguir distinguir notícias de profissionais não diplomados e diplomados, o picoense salienta a necessidade da capacitação superior para um repasse ainda mais credibilizado:

Acho que hoje, sim, acho que hoje ele é muito necessário, até para que a gente tenha um filtro maior das informações. E que, por exemplo, as pessoas sem informação não pudessem usar o título de jornalista, pudessem usar algo como comunicador, como algo nesse sentido, mas que frisasse que não são jornalistas, mas infelizmente pessoas sem informação podem usar esse título (Popular, 2024).

Segundo o site UOL 2022, de acordo com o relatório sobre Notícias Digitais do mesmo ano, feito pelo Reuters Institute, a confiança da população brasileira na imprensa é maior do que a média mundial, atingindo 48%. Isto é considerado, pelo site UOL, um pouco acima da média global de 17%. O popular foi questionado sobre a confiabilidade em jornais como fonte principal da verdade e informação, onde o mesmo afirmou confiar, onde também destacou a tendência e interesses financeiros por parte de comunicadores:

Geralmente confio, mas sei que pode estar enviesado por algum viés político, que, aliás, toda e qualquer informação vai ser noticiada a partir de algum viés político ideológico, mas geralmente eu confio no que é noticiado por jornalistas, mesmo sabendo que, em alguns casos, há uma manipulação para favorecer quem paga a banda, como a gente chama, porque quem paga a banda escolhe a música (Popular, 2024).

O morador finaliza sua vertente opinativa ao ser questionado se o próprio consumiria conteúdos noticiosos por parte de profissionais sem formação na área:

Vai depender muito do que a pessoa já produziu. Hoje é muito difícil saber se uma pessoa jornalista. Mas, logicamente, os autodenominados jornalistas existem alguns que não se dão crédito para alguém, e outros que, pelo contato

com a formação, buscam, na medida do que lhe cabe, na medida do que é possível, dar informação com credibilidade (Popular, 2024).

Considerações finais

Para conclusão do artigo, é válido partir dos objetivos traçados no desenvolvimento da pesquisa. Em relação ao impacto da não-obrigatoriedade do diploma de jornalismo na produção noticiosa, foi observado que os três entrevistados acreditam que a ausência de um curso superior implique na falta de ética da profissão, seja no processo de apuração ou na desinformação aplicada em forma de sensacionalismo para buscar engajamento. O profissional não-diplomado, no entanto, não atribui a construção de notícias errôneas integralmente à derrubada da exigência de conclusão do curso, ainda que partilhe da vontade de passar pela academia.

De maneira específica, o artigo observou que o jornalista com formação entende a entrada de outros comunicadores de forma nichada inicialmente, porém os diferentes meios de comunicação abrem espaço para noticiar em diversos segmentos, afastando um dos princípios básicos: a checagem e apuração das informações para um bom retorno na sociedade. O mesmo é confirmado pelo comunicador sem a diplomação de jornalismo, considerando que entrou na área pela ausência de oportunidades no mercado de trabalho do direito. Mesmo possuindo conhecimento linguístico, o seu ingresso na categoria foi possibilitado apenas na troca de experiências de jornalistas formados e o seu entendimento do caráter íntegro e ético para o exercício da comunicação.

Por fim, a produção do artigo abriu espaço para compreender a perspectiva de três entrevistados em relação à ausência da diplomação, observando se existe postura crítica e analítica para diferenciação dos profissionais. Constatamos que, mesmo existindo a postura ativa na investigação de informações verdadeiras, o popular não consegue identificar as diferenças entre as duas categorias estudadas. No entanto, conhecendo o que é desinformação e a importância de ser seletiva nas suas fontes, o entrevistado contribuiu com o apoio de exigência do diploma ou categorização para que a sociedade saiba de quem está consumindo as produções jornalísticas.

Em síntese, pode-se destacar que todas as hipóteses apresentadas foram confirmadas, visto que o jornalista frisou a necessidade do diploma, o comunicador (jornalista não

diplomado) mostrou-se capacitado para a atuação e, por último, o popular procura veículos confiáveis para que o processo de consumo noticioso seja de qualidade. Considerando a atualidade da temática, pautada pelos debates da categoria e em meio aos poderes brasileiros, a pesquisa abre margem para novos estudos e discussões, além de enfatizar a notória importância de ampliar a mobilização para que a categoria seja vista de forma justa pela sociedade e valorizada em todos os meios. Dessa forma, será possível construir um ambiente com produções jornalísticas de qualidade.

REFERÊNCIAS

ÁLVARES, Manoel. **A conquista histórica no TRF – 3ª Região**. In: FENAJ: Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). Formação Superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade. Florianópolis: Ed. da Fenaj, 2008.

BENEDITE, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística: Uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004**. Dissertação. Universidade de Brasília, 2006.

BOURDIEU, Pierre. Razões Práticas. Campinas: Papirus, 1996c.

DE MASI, Domenico. **Competência criativa: o desafio da educação no novo milênio**. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/comiss%C3%B5es50/Eventos/1999/Palestras/991026_Domenico_De_Masi.htm. Acesso em: 03 de abril de 2024.

DINIZ, Marli. **Os donos do saber: profissões e monopólios profissionais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Revan, 2001.

“Erro do diploma nos cobra um preço nesse momento de disseminação de fake news”, afirma Orlando Silva. FENAJ, 2023. Disponível em : <https://fenaj.org.br/erro-do-diploma-nos-cobra-um-preco-nesse-momento-de-disseminacao-de-fake-news-afirma-orlando-silva/>. Acesso em: 17 jun 2024.

Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética do jornalismo no Brasil**. Rio de Janeiro, 1985. Disponível em: <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 03 de abril de 2024.

FENAJ retoma diálogo com parlamentares sobre a PEC do Diploma. FENAJ, 2023. Disponível em : <https://fenaj.org.br/fenaj-retoma-dialogo-com-parlamentares-sobre-a-pec-do-diploma/>. Acesso em: 17 jun 2024.

JusBrasil. **STF decide que diploma de jornalismo não é obrigatório para o exercício da profissão**. 2009. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/noticias/stf-decide-que-diploma-de-jornalismo-nao-e-obrigatorio-para-o-exercicio-da-profissao/1365753>. Acesso: 02 de abril de 2024.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Luiz Flávio. **STF decide que diploma de jornalismo não é obrigatório para o exercício da profissão.** JUSBRASIL, 2009. Disponível em:
<https://www.jusbrasil.com.br/noticias/stf-decide-que-diploma-de-jornalismo-nao-e-obrigatorio-para-o-exercicio-da-profissao/1365753>. Acesso em: 17 jun 2024.

HOHLFELDT, A. C.; VALLES, Rafael Rosinato. **Conceito e História do jornalismo brasileiro.** 1ª. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. v. 1. 86p.

INFORMAÇÃO, C. I.-D. D. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em:
https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 17 jun. 2024.

Mídias sociais e jornalismo: os perigos da desinformação - Notícias UFJF. Disponível em:
<https://www2.ufjf.br/noticias/2023/06/30/midias-sociais-e-jornalismo-os-perigos-da-desinformacao/>. Acesso em: 17 jun. 2024.

RATIER, R. Menos gente quer ser jornalista. O que o ensino tem a dizer sobre mais essa “crise”. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornalismo/menos-gente-quer-ser-jornalista-o-que-o-ensino-tem-a-dizer-sobre-mais-essa-crise/>. Acesso em: 17 jun. 2024.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e Prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005, p. 65

Sensacionalismo, televisão e ódio: os casos de incitação ao ódio atribuídos ao apresentador Sikêra Júnior na lupa dos portais de notícias

Riquelmo Miranda RODRIGUES
João Gabriel Esteves CHAVES
Adão Francisco Matos do NASCIMENTO
João Mikael dos Santos LOPES
Thamyres Sousa de OLIVEIRA
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

O presente trabalho busca investigar como as notícias sobre a incitação ao ódio relacionadas ao apresentador Sikêra Júnior são divulgadas nos portais UOL, Correio Braziliense e Rede Brasil Atual. Fundamentado em Cláudia Lago (2007) e Márcia Benetti (2007), o estudo adota a análise categorial para identificar e categorizar os discursos de ódio atribuídos ao apresentador, avaliar a abordagem adotada pelos portais, as fontes solicitadas e os pontos positivos e/ou negativos observados na cobertura. O artigo conclui que a mídia possui um papel central na disseminação do combate ao ódio, mas ainda constrói um debate que deixa a desejar na pluralidade de vozes e no esclarecimento do tema.

PALAVRAS-CHAVE: Disseminação do ódio; preconceito; mídia e Sikêra Júnior

Introdução

O aumento da disseminação de discursos de ódio nas sociedades contemporâneas é uma questão emergente, com a mídia sendo um dos veículos principais para essas narrativas. O presente trabalho busca investigar como as notícias sobre a incitação ao ódio relacionadas a Sikêra Júnior são divulgadas nos portais UOL, Correio Braziliense e Rede Brasil Atual. A pesquisa tenta analisar a incitação ao ódio na mídia da maneira mais abrangente possível, considerando os problemas por trás desse fenômeno complexo. Isso significa que a pesquisa está enraizada no quadro teórico que se estende da definição do conceito de ódio às consequências desse fenômeno na sociedade.

Para isso, nossos objetivos específicos são, identificar e categorizar os diferentes tipos de incitação ao ódio atribuídos ao apresentador, avaliar a abordagem das matérias, fontes utilizadas, pontos positivos e/ou negativos e compreender qual o papel da mídia diante da disseminação da incitação ao ódio.

Além disso, para fornecer a devida contextualização, outra parte importante será compreender o perfil do apresentador Sikêra Júnior e os episódios polêmicos em torno dele, uma vez que estas são as principais instâncias que envolvem a cobertura midiática a ser

analisada. Ao longo de sua carreira, Sikêra Júnior ocupou uma posição proeminente como um figura polêmica, somando vários casos controversos e acusações de discurso de ódio.

Para conduzir esta pesquisa, optamos pela análise de conteúdo categorial, uma técnica de análise que permite classificar, identificar e interpretar padrões discursivos nas reportagens analisadas. Seguindo os critérios propostos por Cláudia Lago (2007) e Márcia Benetti (2007), buscamos compreender não apenas o conteúdo explícito das notícias, mas também as estratégias utilizadas para enquadrar os episódios envolvendo Sikêra Júnior. A análise será pautada nas seguintes categorias: (1) identificação e categorização dos discursos de ódio atribuídos ao apresentador; (2) Avaliação da abordagem adotada pelos portais; (3) Fontes solicitadas pelos portais; (4) Pontos positivos e/ou negativos observados na cobertura. Estas categorias serão melhor detalhadas posteriormente.

Por fim, para atender os objetivos da pesquisa, em um primeiro momento, desenvolvemos uma reflexão teórica sobre incitação ao ódio na mídia, abordando conceitos essenciais e suas implicações no jornalismo contemporâneo. Em seguida, analisamos o perfil do jornalista e as principais polêmicas associadas ao mesmo e trabalhamos o conceito de ética jornalística. Por fim, nos debruçamos sobre a análise. Dessa forma, o estudo busca contribuir para uma compreensão mais ampla sobre o papel do jornalismo na disseminação do combate ao discurso de ódio.

Incitação ao ódio na mídia

O fenômeno da incitação ao ódio na mídia é complexo e apresenta grandes desafios na atual sociedade. O termo “discurso do ódio” refere-se conforme Brugger (2007, p.118), a “palavras que tendem insultar, intimidar ou assediar pessoas em virtude da sua raça, cor, etnia, nacionalidade, sexo ou religião, ou que têm a capacidade de instigar violência, ódio ou preconceito contra tais pessoas.” Tais discursos possuem o potencial de devastar a coesão social e fomentar polarizações profundas no corpo social.

Ademais, torna-se preocupante os impactos do discurso de ódio para a sociedade. A imprensa desempenha papel primordial na disseminação desse tipo de discurso dado seu grande poder de influência. Conforme aponta Menezes (2023), a propagação massiva de discurso de ódio pelos meios de comunicação molda a percepção popular, influencia comportamentos e afeta as decisões tanto em âmbito individuais quanto coletivos.

O alcance universal da mídia permite que suas mensagens cheguem a um grande

número de pessoas com pontos de vista diferentes. Isso torna a grande mídia um ponto primordial na propagação do ódio e de ideologias radicais. O poder de influenciar a opinião pública e moldar as atitudes sociais é inegável, mas também possui grande relevância em evitar disseminação desse tipo de discurso, como aponta Menezes (2023), que ressalta a necessidade da imprensa reconhecer tal poder e promover a cultura do respeito, tolerância e da diversidade.

Embora os casos de jornalistas que incitam ao ódio sejam frequentes, como exemplo podemos citar o jornalista Breno Altman que foi condenado pelo 16ª Vara Cível de São Paulo por discurso ao ódio, anti semitismo, e incitação à violência contra judeus e israelenses (Revista Oeste, 2024), o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros possui diretrizes claras para combater este tipo de discurso e incentiva um jornalismo humanizado e com responsabilidade, conforme aponta:

Os jornalistas têm por obrigação combater qualquer tipo de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental ou de qualquer natureza. Além disso, o jornalista é expressamente proibido de usar sua profissão para incitar o ódio, a violência, o arbítrio, a intolerância e o crime (FENAJ, 2007, p.12).

Freire (1983) coloca que a primeira condição para assumir um ato comprometido está em ser capaz de agir e refletir. Ao incitar o ódio, o jornalista age de maneira isolada, sem refletir nas implicações de sua fala e conduz o público a também observar o tema sob este prisma. Contudo, observamos que, cada vez mais, a audiência tem adotado um perfil questionador e crítico e os discursos de ódio propagados em outros meios de comunicação convencionais tem sido reverberados nas redes sociais, acompanhados de protestos, falas de conscientização e conduzem os jornalistas e veículos jornalísticos a revisitarem suas falas.

Dessa forma, compreendemos que a colaboração dos meios de comunicação é fundamental para aliviar os efeitos desse problema e assim contribuir na construção de um corpo social mais pacífico e inclusivo. A responsabilidade dos jornalistas em seguir os princípios éticos da profissão é essencial para construção de uma sociedade do respeito e da tolerância e ela também acontece com a fiscalização de suas próprias práticas. Compreendemos que a atividade jornalística, em sua maioria, acontece como atividade mercadológica, ligada às leis de mercado e concorrência, entretanto é necessária uma ação compromissada e o ódio pode até ser pauta, mas com a angulação de conscientização e de combate à incitação ao ódio.

Sikêra Júnior: Perfil e controvérsias

O apresentador Sikêra Júnior é popularmente conhecido por comandar diversos programas policiais em diversas emissoras de televisão no Brasil, com um estilo polêmico e sensacionalista. Deu início a sua carreira em uma rádio em Macéio, em seguida mudou-se para o telejornalismo, onde começou como repórter e posteriormente apresentador. Sua popularidade teve um aumento significativo a partir de 2016, por expressar opiniões fortes e portar uma personalidade excêntrica que gera inúmeros memes na internet. No ano de 2019, o apresentador foi contratado pela TV A Crítica, de Manaus, na qual apresentou o Alerta Amazonas, e no mesmo ano foi contratado pela Rede TV! para comandar o programa Alerta Nacional (Portal Uol, 2019).

A carreira de Sikêra Júnior é marcada por frequentes acusações de disseminação do ódio e da intolerância em seus programas. Especialistas em comunicação, como Silva, Oliveira e Assis (2019), apontam que os telejornais comandados pelo apresentador provocam sentimentos de ódio e promovem uma distorção exacerbada das notícias de maneira sensacionalista. Além disso, suas declarações são frequentemente associadas a preconceitos, sem demonstrar empatia com a dor humana e expondo situações constrangedoras.

¹O portal ISTOÉ, fez um histórico de polêmicas envolvendo Sikêra Júnior, entre as mais notórias polêmicas são a fala “praga” para se referir aos usuários de maconha proferida durante o programa “Plantão Alagoas”, em 2016, onde ele declarou que “maconheiros iriam morrer antes do Natal”. Outro episódio controverso ocorreu quando apresentou um caso de zoofilia ao vivo, onde o apresentador simulou a cena de forma humorística o que acabou gerando diversas críticas, por ativistas e pessoas do meio artístico. A incitação ao ódio também se deu no dia internacional do Orgulho LGBTQIAPN+, quando ele fez declarações homofóbicas, proferindo o termo “raça desgraçada” a homossexuais.

Estes acontecimentos nos intrigaram e nos fizeram questionar como o jornalismo tem abordado o tema, uma vez que é também dever do jornalismo avaliar suas práticas e num exercício de metalinguagem proporcionar um diálogo na contramão do ódio, primando pelo exercício ético.

Os limites éticos do jornalismo

No mundo jornalístico, a ética também representa um pilar fundamental para o exercício

¹ ISTOÉ. Relembre polêmicas envolvendo o apresentador Sikêra Jr. 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/relembre-polemicas-envolvendo-o-apresentador-sikera-jr/>. Acesso em: 06 jun. 2024.

correto da prática profissional, delimitando e orientando os princípios que regem a atuação dos jornalistas para com o corpo social. No entanto, em um cenário midiático inflado e competitivo, em busca pela audiência, muitas vezes a precisão e responsabilidade com a informação são deixados de lado e os limites éticos são postos à prova. Equilibrar liberdade de expressão, veracidade de informações e responsabilidade social torna-se um desafio recorrente no jornalismo contemporâneo.

De acordo com Eugenio Bucci (2000), o jornalismo deve primar pela transparência com o interesse público, evitando agir apenas em torno de seus interesses pessoais e de grupos que o mesmo representa. O autor enfatiza que:

A ética no jornalismo não é apenas uma questão de escolha individual do profissional, mas um imperativo da função social que a imprensa desempenha. Dessa forma, o jornalista não pode se eximir das consequências de seu discurso, pois sua produção influencia a formação da opinião pública e pode impactar diretamente a vida de indivíduos e grupos sociais (Bucci, 2000, p. 45)

No mesmo sentido, Cláudia do Lago e Márcia Benetti (2018) destacam que a espetacularização das notícias pode comprometer a integridade da informação e tornam o jornalismo um instrumento de reforço de estereótipos e discursos polarizados. Para as autoras:

Quando o sensacionalismo se impõe sobre o compromisso ético com os fatos, o jornalismo perde sua substituição e se transforma em um espetáculo que alimenta a desinformação e o ódio. Isso é evidente em programas que exploram tragédias, reforçam preconceitos e utilizam linguagem agressiva para capturar a atenção do público (Lago; Benetti, 2018, p. 89).

O impacto da escassez de ética no jornalismo é abordado por Nelson Traquina (2005), ao afirmar que a escassez de ética conduz à produção de um jornalismo intolerante e apenas reduzido à função de mercadoria.

O jornalismo, ao abandonar sua função de mediador crítico da realidade e tornar-se refém da lógica do espetáculo, contribui para a manipulação da esfera pública e para a difusão da intolerância. Quando a informação é moldada para chocar ou entreter, perde-se a essência do jornalismo como serviço público, diminuindo sua função ao mero produto de consumo (Traquina, 2005, p. 77).

Dessa maneira, a compreensão e a prática dos limites éticos do jornalismo é inegociável para a garantia de que a imprensa continue exercendo seu papel informativo sem se tornar um terreno fértil para a propagação de discursos nocivos. O compromisso ético com a verdade é

fundamental para o pleno exercício do jornalismo.

Apresentação das materialidades

Para atender aos objetivos da pesquisa, desenvolvemos uma análise de conteúdo com base na metodologia de análise categorial proposta por Cláudia Lago (2007) e Márcia Benetti (2007). Buscamos compreender não apenas o conteúdo explícito das reportagens, mas também as estratégias narrativas utilizadas na cobertura dos episódios envolvendo o apresentador Sikêra Júnior. Nossa análise foi estruturada em quatro categorias principais: (1) Identificação e categorização dos discursos de ódio atribuídos ao apresentador, observando a natureza das declarações e seus possíveis impactos sociais; (2) Avaliação da abordagem adotada pelos portais, verificando o enquadramento jornalístico e os posicionamentos implícitos ou explícitos das matérias; (3) Fontes solicitadas pelos portais, examinando a diversidade e seleção das vozes incluídas nas reportagens; e (4) Pontos positivos e/ou negativos observados na cobertura, considerando aspectos como contextualização, profundidade da análise e pluralidade de perspectivas. As matérias foram selecionadas com base na relevância jornalística, sem impacto de repercussão e no alcance dos portais analisados, priorizando veículos que cobriram o caso de forma significativa. Dessa forma, buscamos compreender como a imprensa molda a narrativa sobre discursos de ódio na mídia e quais os desafios éticos e comunicacionais envolvidos nesse processo. Na tabela 1, é possível acompanhar as matérias analisadas.

Tabela 1: Matérias jornalísticas analisadas

Ordem de análise	Veículo	Data
1ª 'Raça desgraçada': após ofensa a gays, Sikêra Jr perde patrocínios e se defende	Correio Braziliense	(29/06/2021)
2ª Sikêra Jr perde seguidores e patrocinadores após fala homofóbica	Rede Brasil Atual	(07/07/2021)
3ª Sikêra Jr: discurso homofóbico pregando ódio não é "excesso", é crime.	Portal UOL	(30/06/2021)
4ª O histórico de polêmicas de Sikêra Júnior na televisão	Portal UOL	(03/07/2021)
5ª Ministério Público pede prisão de Sikêra Jr. e multa por crime de racismo	Portal UOL	(02/02/2023)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A primeira reportagem analisada, do ²Correio Braziliense, intitulada *Raça desgraçada: após ofensa a gays, Sikêra Jr perde patrocínios e se defende* centra-se na fala homofóbica do apresentador Sikêra Júnior, destacando as consequências imediatas como a perda de dezenas de patrocinadores e a ação movida pelo Ministério Público Federal. A reportagem também inclui a defesa do apresentador, que pediu desculpas publicamente, mas manteve uma crítica à presença de crianças em publicidades relacionadas à pauta LGBTQIAPN+. A matéria traz pouca diversidade de fontes (as empresas que retiram os patrocínios, a defesa do apresentador e Ministério Público) e há uma grande falha em não incluir a voz da comunidade LGBTQIAPN+ e nem abordar o quão perigosa é a disseminação desse tipo de discurso para o corpo social, sobretudo para o público brasileiro. Segundo dados da Transgender Europe (TCU) (2021), o Brasil é o país que mais mata pessoas LGBTQIAPN+ no mundo.

A segunda notícia, da Rede ³Brasil Atual, que tem como título: *Sikêra Jr perde seguidores no instagram e patrocinadores no seu programa*. Tem como abordagem central a repercussão do caso de sua fala homofóbica quando se refere à comunidade LGBTQIAPN+ como raça desgraçada, a reportagem se debruça sobre a perda de seguidores nas redes sociais e as consequências para o apresentador, como a perda de 38 patrocinadores até a data da publicação da matéria, ou seja, enfatiza perdas financeiras para o produto jornalístico. A reportagem também enfoca o papel da campanha do *Sleeping Giants Brasil*, que visava desmonetizar e impulsionar internautas a deixarem de seguir o apresentador nas redes sociais nas redes sociais. O texto destaca as consequências jurídicas com a ação do Ministério Público Federal, traz de maneira positiva a voz da comunidade LGBTQIAPN+ através de movimentos ligados à causa e contextualiza que a homofobia é crime equiparado ao racismo após decisão do STF em 2019, mas falha ao não abrir espaço para a defesa do apresentador. Entendemos que é também dever do jornalismo abrir espaço para que o então acusado se pronuncie e até mesmo refaça sua fala.

² CORREIO BRAZILIENSE. 'Raça desgraçada': após ofensa a gays, Sikêra Jr. perde patrocínios e se defende. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2021/06/amp/4934433-raca-desgracada-apos-ofensa-a-gays-sikera-jr-perde-patrocínios-e-se-defende.html> Acesso em: 06 jun. 2024.

³ REDE BRASIL ATUAL. Sikêra Jr. perde anunciantes e Instagram após declarações homofóbicas. 2021. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/sikera-jr-homofobia-perde-instagram-anunciantes>. Acesso em: 06 jun. 2024.

A análise da terceira reportagem é da jornalista Nina Lemos do ⁴Portal UOL, denominada *Sikêra Jr: discurso homofóbico pregando ódio não é “excesso”, é crime*. É centrada na gravidade desse tipo de discurso de ódio contra a população LGBT, proferido pelo apresentador, que se categoriza como criminoso segundo a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de 13 de junho de 2019 que equipara os crimes de homofobia e transfobia ao de racismo segundo a lei Lei nº 7.716/1989 e não é simplesmente um excesso de expressão. A jornalista afirma que as falas incitam o ódio contra a comunidade LGBTQIAPN+ e como isso traz impacto tanto no âmbito jurídico quanto no social. A reportagem se destaca positivamente por apontar que a homofobia é crime, cuja pena pode chegar até cinco anos, e por promover a importância da luta contra a cultura e o discurso de ódio. Em contrapartida, não oferece uma diversidade de fontes. A limitação de fontes na reportagem enfraquece a amplitude do debate, pois não dá voz às pessoas diretamente afetadas pelo discurso de ódio. Esse recorte prejudica a abordagem, já que aqueles que sofreram a violência verbal de Sikêra Jr. pertencem a um grupo historicamente silenciado. Dessa forma, a ausência dessas perspectivas pode minimizar a dimensão do impacto social causado por essas falas.

Imagem 1: Sikêra Jr: discurso homofóbico pregando ódio não é "excesso", é crime.

Discurso de ódio a um grupo não pode
passar impune. E não passa, não hoje em
dia. No mundo que, para pessoas como
Sikêra ficou chato demais (eu acredito que
ficou melhor) existe uma sociedade
organizada que não aceita mais esse tipo
de coisa impunemente.

Fonte: Portal uol: [https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2021/06/30/sikera-jr-discurso-homofobi
i-co-pregando-odio-nao-e-excesso-e-crime.htm](https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2021/06/30/sikera-jr-discurso-homofobi-co-pregando-odio-nao-e-excesso-e-crime.htm)

⁴ LEMOS, Nina. Sikêra Jr.: discurso homofóbico pregando ódio não é excesso, é crime. *UOL*, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2021/06/30/sikera-jr-discurso-homofobico-pregando-odio-nao-e-excesso-e-crime.htm>. Acesso em: 10 jun. 2024.

A quarta reportagem, também do ⁵Portal UOL, com título: *o histórico de polêmicas de Sikêra Júnior na televisão*, oferece uma abordagem detalhada do histórico de polêmicas envolvendo as narrativas e incitação de ódio do apresentador contra mulheres, pessoas LGBTQIAPN+, dependentes químicos e animais, ou seja, oferece uma abordagem de cunho mais contextualizado, voltando-se para outros casos que também envolvem incitação ao ódio e enfatizando por meio do termo “histórico de polêmicas” que tem sido recorrente, por parte do apresentador, comportar-se de maneira intolerante e sua intolerância volta-se para vários setores da sociedade. Ela traz recortes de vídeos da internet, publicações do ⁶Instagram e hiperlinks. O texto enfatiza como essas atitudes podem gerar consequências para a carreira e a imagem pública do apresentador. Positivamente, a reportagem oferece uma contextualização que ajuda o público a ter uma melhor compreensão, trazendo diversas fontes (postagens no instagram, falas do apresentador, coletivos de mulheres e hiperlinks de outras reportagens), imagens para contextualizar e também para ajudar a entender que a propagação de discriminação por parte do apresentador não é um evento isolado, mas que faz parte de toda sua história profissional. É uma reportagem dinâmica e rica em informações.

Imagem 2: "Mulher que não pinta a unha é sebosa"

Em 2018, quando apresentava o programa "Cidade em Ação" na afiliada da RedeTV! na Paraíba, Sikêra disse que mulher que não pinta a unha é "sebosa". Ele mostrava uma mulher presa acusada de traficar drogas, e comentou: "Ela não pinta as unhas. Mulher que não pinta a unha é sebosa!"

Fonte: Portal UOL: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/03/sikera-junior-polemicas.htm>.

⁵ UOL. O histórico de polêmicas de Sikêra Júnior na televisão. 2021. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/03/sikera-junior-polemicas.htm>. Acesso em: 11 jun. 2024.

⁶ INSTAGRAM. Publicação de vídeo disponível em: https://www.instagram.com/tv/CGp_wBeg_9P/?igsh=eWF2anQ1Mzdya3ps. Acesso em: 7 de junho de 2024.

Imagem 3: "Praga" em quem fuma maconha

Foi uma polêmica que alçou o jornalista à fama nacional: no final de 2016, Sikêra virou meme ao "decretar" a morte de usuários de droga ao vivo no "Plantão Alagoas". Ao som da marcha fúnebre, ele disse:

“ Você, que fuma maconha. Você vai morrer antes do Natal. Você, maconheiro, não vai ver Papai Noel, não vai ver árvore de Natal. Vai para o inferno!

Fonte: Portal UOL: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/03/sikera-junior-polemicas.htm>.

Na quinta e última reportagem, da ⁷UOL, a abordagem é informativa, apresentando o pedido de prisão feito pelo Ministério Público Federal (MPF) contra o apresentador, acusado de propagar racismo em suas falas. A reportagem inclui detalhamentos sobre o contexto e as declarações envolvidas. O texto apresenta detalhes que auxiliam o leitor a compreender a situação, revelando outros episódios de discurso preconceituoso do apresentador, o que contribui para delinear seu modo de raciocinar e se portar. Porém, não há diversidade de fontes, como especialistas no combate ao racismo e ao feminismo para complementar uma análise aprofundada esperada do texto.

Imagem 4: Entenda o caso

- **O apresentador utilizou termos racistas e misóginos** contra uma jovem negra durante a apresentação do Cidade em Ação, da TV Arapuã, afiliada da RedeTV na Paraíba. O caso ocorreu em junho de 2018 e a denúncia foi protocolada na última segunda-feira (30).

⁷ UOL. MPF pede prisão de Sikêra Jr. por racismo. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/02/02/mpf-pede-prisao-sikera-jr-racismo.htm>. Acesso em: 08 jun. 2024.

Fonte: Portal UOL: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/02/02/mpf-pede-prisao-sikera-jr-racismo.htm>.

Em resumo, as notícias fornecem uma cobertura singular sobre o discurso de ódio de Sikêra Júnior, chamando a atenção para vários aspectos e consequências de tal comportamento. O Correio Braziliense recebe pontos pela imparcialidade; a Rede Brasil de Fato se destaca por fornecer a voz da comunidade LGBTQIAPN+, mas a profundidade da peça é uma questão; e o UOL se evidencia pela riqueza e dimensão da matéria, quase um chamado à ação social, mas é criticado pela falta de diversidade de fontes na cobertura. Dessa forma, a análise em questão aponta como crucial a necessidade de que a cobertura jornalística seja mais abrangente e equilibrada ao discutir um discurso de ódio, tornando evidente a necessidade de pluralizar as fontes e oferecer as mais diversas perspectivas possíveis na tentativa de possibilitar uma compreensão ampla e justa dos impactos na sociedade, seja no âmbito legal ou social.

Considerações

A pesquisa de análise midiática conseguiu compreender de fato como a mídia lida com discursos de ódio, mas enfrentamos empecilhos para se ter acesso a matérias encontradas no site UOL, no qual se tinha que fazer um pré-cadastro para a acessá-lo e ainda colocava um certo limite de tempo para um não assinante do portal poder ler a matéria. Já os dois outros portais analisados, Rede Brasil Atual e Correio Braziliense, foram mais fáceis de ter acesso pois eles não exigem cadastro prévio e nem assinatura.

Durante o estudo, achamos a abordagem dos portais bem incisiva quanto ao caso, mas podemos observar que houve a falta de diversidades de fontes para as matérias o que poderia comprometer o que era apresentado nas notícias. Podemos notar, que os veículos falharam em um ou outro ponto, por exemplo, em trazer mais a fala da defesa do apresentador, falas de integrantes ligados ao movimento LGBTQ+ para complementar os seus textos. Com as matérias, identificamos que os crimes de incitação ao ódio mais cometidos pelo apresentador foram contra mulheres, pessoas LGBTQIAPN+, dependentes químicos e animais, mas isso não significa que foram os únicos casos. Entendemos que tratam-se dos acontecimentos que o jornalismo resolveu selecionar.

Entendemos mediante a cobertura dada pelos portais que há falhas que deveriam ser corrigidas pelos mesmos, como trazer os dois lados da história, pois há portal simplesmente fazendo um recorte do caso. Com a ascensão das redes, observamos um aumento de discursos

de ódio que colocam em risco grupos vulneráveis e evidenciam manifestações de cunho preconceituoso.

REFERÊNCIAS

BRUGGER, W. **Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano.** Trad. Maria Ângela Jardim de Santa Cruz Oliveira. *Revista de Direito Público*, v. 15, n. 117, jan./mar. 2007.

BUCCI, Eugênio. *Ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 45.
CORREIO BRAZILIENSE. **‘Raça desgraçada’: após ofensa a gays, Sikêra Jr. perde patrocínios e se defende.** 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2021/06/amp/4934433-raca-desgracada-apos-ofensa-a-gays-sikera-jr-perde-patrocinius-e-se-defende.html> Acesso em: 06 jun. 2024.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Brasília, 2007. p. 12. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica/>. Acesso em: 6 jun 2024.

FREIRE, Paulo. O Compromisso do profissional com a sociedade. In: _____. **Educação e mudança**. 10.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

INSTAGRAM. Publicação de vídeo disponível em: https://www.instagram.com/tv/CGp_wBeg_9P/?igsh=eWF2anQ1Mzdya3ps. Acesso em: 7 de junho de 2024.

ISTOÉ. **Relembre polêmicas envolvendo o apresentador Sikêra Jr.** 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/relembre-polemicas-envolvendo-o-apresentador-sikera-jr/>. Acesso em: 06 jun. 2024.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. *Jornalismo e espetáculo: a fadiga da realidade*. Florianópolis: Insular, 2018. p. 89.

LEMONS, Nina. **Sikêra Jr.: discurso homofóbico pregando ódio não é excesso, é crime.** *UOL*, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2021/06/30/sikera-jr-discurso-homofobico-pregando-odio-nao-e-excesso-e-crime.htm>. Acesso em: 10 jun. 2024.

MENESES, T. M. **A participação dos meios de comunicação na manifestação do discurso de ódio:** impacto social e necessidade de regulação.

NATELINHA. **Tudo sobre Sikêra Júnior.** 2024. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/tudo-sobre/sikera-junior>. Acesso em: 07 jun. 2024.

REDE BRASIL ATUAL. **Sikêra Jr. perde anunciantes e Instagram após declarações homofóbicas.** 2021. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/sikera-jr-homofobia-perde-instagram-anunciantes>. Acesso em: 06 jun. 2024.

REVISTA OESTE. 1 nov. 2024. Disponível em: <https://revistaoste.com/brasil/jornalista-breno-altman-e-condenado-mais-uma-vez-por-discurso-de-odio-e-antisemitismo/>. Acesso em: 6 jun. 2024.

SILVA, A. C. S.; OLIVEIRA, V. E. da S.; ASSIS, C. L. **Telejornalismo paraibano e sensacionalismo: Considerações acerca do ‘Cidade em Ação’, da TV Arapuan.** (2019)

TRANSGENDER EUROPE. **Trans Murder Monitoring: Annual Report 2021**. 2021. Disponível em: <https://transrespect.org/en/tmm-update-tdor-2021/>. Acesso em: 06 jun. 2024.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005. p. 77.

UOL. **MPF pede prisão de Sikêra Jr. por racismo**. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/02/02/mpf-pede-prisao-sikera-jr-racismo.htm>. Acesso em: 08 jun. 2024.

UOL. **O histórico de polêmicas de Sikêra Júnior na televisão**. 2021. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/03/sikera-junior-polemicas.htm>. Acesso em: 11 jun. 2024.

Podcast como tendência contemporânea do jornalismo: o caso da Rádio Novelo

Victória Souza NASCIMENTO
Ruthy Manuella de Brito COSTA
Universidade Estadual do Piauí

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o conceito de narrativa jornalística abordado no episódio “Não no meu quintal, ato um: 500 metros”, da Rádio Novelo Apresenta, um podcast original da Rádio Novelo e como essa construção de produção pode abrir novos espaços para questionamentos pela sociedade. O objetivo geral do trabalho é analisar as narrativas e formas investigativas contemporâneas do jornalismo e em específico como essa nova direção e seus elementos podem ajudar na informação geral da sociedade através da forma de apuração feita pela reportagem. Trata-se de um estudo qualitativo com base em pesquisa bibliográfica dos autores Carvalho (2009), Castells (1999), Falcão e Temer (2019), Fuccio e Coimbra (2024), Gadini (2007) e Guedes (2007), bem como da análise do podcast escolhido. O estudo evidencia o jornalismo independente, seus benefícios e também os caminhos a serem seguidos para que se torne uma ferramenta acessível a toda população.

Palavras-chaves: Jornalismo Independente; Podcast; Narrativa Jornalística; Jornalismo; Rádio Novelo

Introdução

A produção jornalística vive um ciclo constante de mudanças, impulsionado pela rápida evolução das ferramentas tecnológicas. Essas transformações não apenas redefinem os formatos de distribuição, mas também reforçam a função social do jornalismo: informar a população sobre temas de interesse público — sejam econômicos, políticos, culturais ou ambientais. Como destaca Gadini (2007), a informação jornalística, ao "fazer sentido", agrega conhecimento e estimula o questionamento crítico das relações sociais, constituindo um espaço coletivo de reflexão na contemporaneidade.

O trabalho está organizado com a introdução à pesquisa e seguido por tópicos que procuram detalhar a tendência midiática do jornalismo relacionado ao podcast, as características narrativas abordadas para concretização do trabalho realizado pela Rádio Novelo Apresenta e a consolidação dessa nova modalidade de se fazer jornalismo no Brasil.

Nesse contexto, os podcasts jornalísticos emergem como uma das tendências mais relevantes, combinando profundidade investigativa e acessibilidade. É o caso do programa

Rádio Novelo Apresenta, produzido pela Rádio Novelo, que semanalmente aborda histórias pouco conhecidas, mas carregadas de relevância social. Este trabalho concentra-se na análise de um de seus episódios — "Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros" —, buscando compreender como suas estratégias narrativas e investigativas contribuem para ampliar debates sobre conflitos urbanos e a invisibilização de grupos marginalizados. A escolha desse recorte justifica-se pela capacidade do episódio de humanizar questões complexas, como o preconceito contra usuários de serviços de saúde mental, articulando-as ao papel do jornalismo independente na democratização da informação.

Sendo o podcast, enquanto jornalismo, um lugar de interlocução e diálogos com a sociedade, se configura como ponto principal de referência e argumentação para gerar debates no âmbito público. O podcast se configura, atualmente, como uma vertente forte do jornalismo visto que há uma acessibilidade facilitada em sua distribuição. A Rádio Novelo é uma das muitas produtoras brasileiras com caráter independente que hoje produz podcast noticiosos a respeito dos acontecimentos, seus recortes e também encontram uma nova forma de produzir história, criando sentido e levando ao público de forma abrangente algo que só estava restrito a um pequeno grupo.

É importante analisarmos quais são as estratégias narrativas e investigativas empregadas no episódio escolhido. Seriam elas uma nova tendência com impacto significativo para se perpetuar no mercado da construção da narrativa jornalística? E os elementos utilizados na apuração para formar a estrutura da história são bons o suficiente para que as técnicas investigativas sejam usadas como exemplo para demais jornalistas? Dessa forma, o trabalho parte do seguinte questionamento: Como o episódio "*Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros*"⁸, produzido pela Rádio Novelo, utiliza estratégias narrativas e investigativas para abordar conflitos socioambientais, e de que forma essas técnicas contribuem para engajar o público e promover reflexões sobre a ocupação do espaço urbano?

Para tanto, o objetivo geral é analisar as estratégias narrativas e investigativas empregadas no episódio "*Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros*", da Rádio Novelo, compreendendo seu impacto na construção da narrativa jornalística. Os objetivos específicos são: identificar os elementos narrativos utilizados no episódio, como estrutura da história, personagens e ambientação sonora; examinar as técnicas investigativas adotadas na apuração

⁸ Disponível em: <https://radionovelo.com.br/originais/apresenta/nao-no-meu-quintal/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

e construção do episódio; analisar o papel do material complementar publicados no site da Rádio Novelo e avaliar as estratégias de convergência midiática utilizadas.

Utilizando base teórica o trabalho busca entender as possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico no ramo dos podcasts, analisar a produção jornalística do podcast “Rádio Novelo Apresenta” e seu posicionamento na Teoria Construcionista do jornalismo contemporâneo. Para fundamentar esta pesquisa, mobilizamos aportes teóricos centrais: Enquadramento jornalístico: A partir de Carvalho (2009), investigamos como o podcast “Não no meu quintal” seleciona e organiza narrativas para construir significados sobre conflitos socioambientais. Jornalismo construcionista: Com base em Gadini (2007) e Guedes (2007), analisamos o papel do Rádio Novelo Apresenta na produção de sentidos sociais, entendendo o jornalismo como um processo dinâmico de negociação entre atores. Podcast como gênero jornalístico: Retomamos Falcão e Temer (2019) e Fuccio e Coimbra (2024) para discutir as especificidades narrativas e técnicas do formato.

A pesquisa está sendo realizada para esmiuçar as novas tendências narrativas e investigativas contemporâneas apresentadas no campo do jornalismo e busca entender como o cenário jornalístico pode sofrer alterações positivas na sua forma de apuração e alcance de história através de programas independentes como é o caso da Rádio Novelo. Esta pesquisa integra um projeto mais amplo vinculado ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC 2024-2025) da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), que investiga as transformações do jornalismo contemporâneo. Seu foco específico é esmiuçar as tendências narrativas e investigativas presentes em podcasts jornalísticos independentes, tomando como estudo de caso o programa Rádio Novelo Apresenta. Objetiva-se compreender como esse formato pode promover alterações positivas nos processos de apuração e ampliar o alcance de histórias marginalizadas, reconfigurando o cenário midiático atual.

A escolha do episódio “Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros” se deu por ser um episódio que traz uma história que seria pouco provável de estar sendo reproduzida em outros veículos que não independentes pelo teor da história. O episódio mostra as dificuldades do CAPS’ad (Centro de Atenção Psicossocial Álcool e Drogas) Alcenir Veras em se manter aberto devido ao preconceito dos vizinhos do entorno do local.

A metodologia permite a escolha do melhor caminho para o desenvolvimento do trabalho, tornando a pesquisa mais organizada e científica, além de estimular o pensamento crítico. Para o presente, a organização da metodologia escolhida foi a análise de conteúdo do

episódio "Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros", juntamente com pesquisa qualitativa. A metodologia deste trabalho articula três abordagens complementares: Análise de conteúdo (Bardin, 1995): Aplicada ao episódio "Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros", com foco nos elementos narrativos (estrutura, personagens, ambientação sonora) e técnicas investigativas. Estudo de caso descritivo: A Rádio Novelo e seu podcast são analisados como um caso emblemático de jornalismo independente, permitindo explorar as estratégias de produção e seu impacto social. Pesquisa qualitativa: Baseada em Cardano (2013), incluiu revisão bibliográfica e análise discursiva das entrevistas presentes no episódio, visando compreender as relações entre forma e conteúdo.

Essa triangulação metodológica busca garantir um olhar multidimensional sobre o objeto de estudo.

Segundo Bardin (1995) a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça e seguindo sua linha de raciocínio a pesquisa busca através da análise bibliográfica entender as circunstâncias que nos levaram ao cenário contemporâneo do jornalismo no que diz respeito a circulação dos programas de podcast.

Outro ponto da metodologia do trabalho caracterizado como científico e que diz respeito a análise de conteúdo é o levantamento bibliográfico do que já foi publicado a respeito do tema e até quais limites os assuntos foram apresentados conseguindo assim elaborar um “marco teórico de referência e sua abrangência em termos temporais” (Prodanov e Freitas, 2013, p. 131).

Para Cardano (2013) a utilização da pesquisa qualitativa se baseia na moldura da teoria da argumentação ocupando do discurso persuasivo que seria “a contraposta à demonstração, mas em um registro dialético que impõe específicas condições de razoabilidade à defesa dos próprios argumentos, que fazem do discurso argumentativo uma discussão crítica” (Cardano, 2013, p. 11). Ou seja, a utilização da pesquisa qualitativa serve como base de argumentação lógica para os pontos abordados durante a pesquisa, abrindo as discussões de forma racional e científica para que os objetivos sejam alcançados ao decorrer da procura.

O foco deste artigo é analisar a contribuição do podcast e seu enquadramento jornalístico para a sociedade bem como analisar e investigar possíveis mudanças no campo jornalístico assim como na sociedade em geral, por exemplo, no entendimento dos preconceitos enfrentados pelos usuários do CAPS’ad, a aceitação e também acolhimento desses na

sociedade, a partir da circulação de um de seus episódios, tendo sido escolhido para tal o episódio “Não no meu quintal, primeiro ato: 500 metros”, vinculado à plataforma Spotify e também ao site oficial da Rádio Novelo, em 10 de outubro de 2024.

Podcast jornalístico como tendência midiática

A distribuição de podcast ganhou força ao longo do período pandêmico do vírus COVID-19 devido a necessidade de quarentena e a impossibilidade de parte da sociedade circular em sua rotina normal, sendo necessário, dessa forma, produtos que se incluíssem na rotina e que trouxessem não só informações a respeito da evolução do vírus mas também alívio em forma de entretenimento, como por exemplo, em podcasts que contam histórias pouco conhecidas e abre abas para diálogos importantes dentro da nossa sociedade.

Segundo o relatório da empresa Voxnest (Fenaert.or.br, 2020) o Brasil se destacou durante o período da pandemia como o maior produtor de podcast durante os primeiros seis meses do ano de 2020, conseguindo ampliar a audiência e consumo da mídia sonora devido ao confinamento vivido na época.

Podcast é o nome do produto em áudio gerado a partir do podcasting, uma forma de produção sob demanda e distribuição de arquivos sonoros em plataformas online. (Fuccio e Coimbra, 2024, p 2). Segundo Falcão e Temer (2019), podcast é uma junção de “Pod”, de iPod6, cuja sigla significa *Personal on Demand*, ou “pessoal sob demanda” e *cast*, que vem de *broadcast*, ou “transmissão”.

As funcionalidades dos podcast estão atreladas a história do funcionamento das rádios, sendo eles uma espécie de rádio expandido porque circula para além de factuais, incluindo também reportagens e narrativas jornalísticas de investigação, como é o caso da Rádio Novelo. A partir de um conhecimento prévio a respeito dos episódios da Rádio Novelo Apresenta temos a construção de uma forma de jornalismo narrativo contemporâneo muito própria da nossa atual sociedade. O jornalismo narrativo advém de uma junção do jornalismo literário com o jornalismo factual (Fuccio e Coimbra, 2024, p. 3).

No podcast Rádio Novelo Apresenta, a estrutura narrativa divide-se em dois atos, recurso que revela conexões sutis entre temas aparentemente desconexos. Essa abordagem expõe relações sociais pouco exploradas – muitas vezes negligenciadas pelo senso comum – e articula de modo a provocar reflexão crítica. Ao apresentar perspectivas interligadas, o formato

não apenas evidencia a complexidade dos assuntos tratados, mas também sugere que soluções compartilhadas podem emergir de problemáticas distintas.

A informação jornalística institui, no processo de produção de sentido, um conhecimento que vai agregar, questionar ou negar a relação e comportamento que o usuário mantém no espaço coletivo das complexas sociedades contemporâneas. Em outros termos, o jornalismo conecta uma multiplicidade de vozes, sentidos e códigos diferenciados, os quais fazem, fizeram ou passarão a fazer parte do imaginário em que o mesmo se constitui (Gadini, 2007, p. 80).

Como demonstra Gadini (2007, p. 80), a informação jornalística não apenas produz sentidos, mas também "conecta uma multiplicidade de vozes" que conformam o imaginário social. Essa perspectiva alinha-se à teoria construcionista do jornalismo, que compreende as produções jornalísticas como processos contínuos de negociação de significados entre emissores e receptores. No caso do podcast Rádio Novelo Apresenta, essa dinâmica torna-se evidente: a divisão em dois atos e a ambientação sonora imersiva envolvem o ouvinte na realidade abordada, transformando-o em agente ativo da construção dos sentidos – não apenas consumidor passivo.

A teoria construcionista do jornalismo, quando aplicada a podcasts como o Rádio Novelo Apresenta, revela-se especialmente pertinente na medida em que esses formatos ampliam a negociação de sentidos entre produtores e audiência. Como destaca Traquina (2001), o construcionismo (ou etnoconstrucionismo) compreende o jornalismo como um processo dialético – não apenas os jornalistas, mas também os receptores participam ativamente da construção dos significados. Essa dinâmica é visível no podcast analisado: ao dividir episódios em atos que intercalam vozes de moradores, especialistas e a narração jornalística, a Rádio Novelo explicita essa corresponsabilidade na produção informacional. Num contexto democrático, tal mecanismo reforça o papel do público na formação de consensos sociais, indo além da mera transmissão de fatos.

Segundo Néveu (2001), [...] a função do jornalista nas sociedades que se apresentam como democráticas estaria vinculada em alguns pontos com a do educador, responsável por conceder uma certa orientação diante do caos dos acontecimentos, sem a imposição de uma determinada visão ou grupo majoritário, pelo menos numa perspectiva ideal. Dessa forma, a imagem do jornalista como um mediador neutro, a parte dos jogos sociais e da disputa de interesses, se encontra vinculada à busca de objetividade no exercício da profissão (Guedes, 2007, p. 10-11).

Essa corresponsabilidade na produção informacional ressignifica o papel do jornalista no contexto dos podcasts independentes. Néveu (2001) e Guedes (2007) oferecem uma chave de leitura para essa transformação: se, por um lado, o jornalista assume uma função próxima à do educador – "concedendo orientação diante do caos dos acontecimentos" (Néveu, 2001) sem impor visões majoritárias –, por outro, sua pretensa neutralidade é desafiada pelo próprio formato do Rádio Novelo Apresenta. Ao dar voz a atores marginalizados (como os usuários do CAPS'ad) e expor conflitos de interesse, o podcast revela que a "busca de objetividade" (Guedes, 2007, p. 10-11) não implica ausência de posicionamento, mas sim a explicitação ética desses lugares de fala.

O advento das tecnologias digitais e a democratização do acesso à internet potencializaram o jornalismo em suas múltiplas vertentes – factual, político, investigativo e ambiental –, ampliando a circulação de podcasts como o Rádio Novelo Apresenta. Contudo, mais do que veículos de informação, esses produtos assumem um papel dialógico central nas sociedades contemporâneas. Como destaca Guedes (2007, p. 2), os conteúdos jornalísticos consolidaram-se como "pontos de referência, informação e debate das questões sociais mais relevantes", operando na intersecção entre política, literatura e ativismos. Essa função de interlocução é especialmente visível nos podcasts independentes, que, ao abordar temas marginalizados (como no episódio analisado), transformam-se em espaços de negociação entre vozes hegemônicas e periféricas.

Contudo, a importância de olhar para o jornalismo como um lugar de interlocução e diálogo com a sociedade - muitas vezes em consonância com outros campos, especialmente o político e literário - reside no fato de que na contemporaneidade os produtos jornalísticos se tornaram um dos principais pontos de referência, informação e debate das questões sociais mais relevantes (Guedes, 2007, p. 2).

A produção da Rádio Novelo nos leva para reportagens bem elaboradas e com um tempo suficiente para que sejam investigadas e colocadas em formato de um grande mosaico de informações dispostos em diálogos entre o locutor, o entrevistado – majoritariamente as pautas abordadas nos episódios do Rádio Novelo Apresenta são indicações de ouvintes – e público alvo do produto sonoro final. Por estarem sendo dispostas como um mosaico costurado pela própria produção, não seria equívoco afirmar, como menciona Guedes (2007), que o aprofundamento dessas histórias se dá a partir de uma ótica própria dos produtores.

Dessa mesma forma temos a elaboração do jornalismo tradicional, veiculado em espaços de grande mídia sempre pautados por seus próprios interesses partindo seja da própria produção do programa televisionado, impresso ou de rádio ou ainda a partir dos interesses de seus patrocinadores e é aqui, teoricamente, onde se revela o novo formato de narração jornalística, afinal, ainda que as histórias abordadas no programa Rádio Novelo Apresenta sejam sim apresentados sob uma ótica própria, por se tratar de um jornalismo independente, conseguimos enxergar que essa produção abarca questionamentos e reflexões que não conseguimos atingir através da grande mídia na maior parte dos fatos noticiados.

Um ponto positivo da notícia veiculada através de podcast está no fato de haver possibilidade em receber a notícia e dar também atenção às outras demandas do dia a dia. O ouvinte pode se informar enquanto se dirige ao trabalho, enquanto organiza sua residência durante as tarefas domésticas e tantas outras possibilidades. O podcast consegue trazer a notícia e ainda a torna de fácil acesso, não limitando as ações do ouvinte para recebê-la.

Conforme Meditsch (2001), é o fato de que ele não exige atenção total e possibilita que o ouvinte realize outras tarefas enquanto ouve notícias, o podcast potencializa essa vantagem ao permitir que o ouvinte não apenas consuma a programação geral, mas escolha o que quer ouvir, na hora que quiser, otimizando o tempo à sua necessidade do momento (Falcão e Temer, 2019, p.3).

A inclusão digital proporcionada pelo podcast também é um ponto positivo a ser analisado visto que por ser veiculados em plataformas de áudio não há o fator da distribuição por localidade como acontecia anteriormente com as limitações das rádios. Por ter uma fácil distribuição e levando em consideração o mundo digital globalizado que enfrentamos hoje é mais fácil que qualquer pessoa que possua acesso à internet tenha também acesso às notícias e reportagens produzidas através dos programas de podcast como é o caso dos episódios da Rádio Novelo Apresenta.

Outro ponto importante que acompanha a Rádio Novelo e suas outras produções para além do programa semanal Rádio Novelo Apresenta, é que sendo um jornalismo independente investigativo o leque de histórias a serem contadas aumenta de forma significativa. A abertura a pautas sugeridas pelos ouvintes - que identificam histórias merecedoras de maior visibilidade - reforça a credibilidade do podcast junto ao público. Esse mecanismo contrasta com a crise de legitimidade que afeta o jornalismo tradicional, cuja desconfiança popular decorre, em parte,

da subordinação a interesses mercadológicos. Ao descentralizar a seleção temática, a Rádio Novelo não apenas amplia o espectro de vozes representadas, mas também restaura a função social do jornalismo como mediador democrático.

O episódio "Não no meu quintal", selecionado para esta análise, demonstra como narrativas individuais - quando amplificadas pelo jornalismo em podcast - podem promover três transformações sociais fundamentais: (1) a desconstrução de preconceitos arraigados; (2) o estímulo à empatia por vivências alheias; e (3) a disseminação de novos conhecimentos sobre questões marginalizadas. A história de Thayssa Rios e do CAPS'ad Alcenir Veras, por exemplo, ganha dimensão coletiva ao conectar ouvintes que vivenciam situações similares, seja diretamente ou através de seus círculos sociais.

Esta capacidade de dar visibilidade a histórias ignoradas pelo jornalismo tradicional revela uma das principais virtudes do podcast investigativo independente. Embora enfrentem maiores obstáculos no acesso a fontes e informações - justamente por desafiar narrativas estabelecidas -, produções como a Rádio Novelo Apresenta preservam uma fidelidade às histórias originais que raramente se encontra em veículos vinculados a interesses comerciais. A ausência de pressões mercadológicas permite que essas narrativas mantenham sua integridade, sem a necessidade de adaptações que atendam a patrocinadores ou agendas editoriais externas.

A rádio novelo e a consolidação do podcast jornalístico no Brasil

Ainda que a trajetória da Rádio Novelo e todos os seus programas sejam inspiradoras e tragam luz para histórias e pautas pouco abordadas, é necessário falar sobre como a acessibilidade que é facilitada para alguns devido à internet, não é um caso geral e existem ainda grande parte da população brasileira que não possui acessos básicos e muito menos a internet em suas residências ou regiões, o que nos remete a um nível de vulnerabilidade social muito grande e preocupante.

Se o jornalismo independente não alcança todos os lares brasileiros pode-se dizer que esses locais são assistidos pelo jornalismo mercadológico que acaba por enquadrar notícias que lhe são proveitosas ou ainda apenas aquelas que foram aprovadas anteriormente por seus superiores, patrocinadores etc. e isso acaba resultando na falha da execução do papel

jornalístico básico que é de informar a sociedade sobre assuntos em geral que sejam de interesse público.

O enquadramento às vezes aparece como o simples resultado das escolhas isoladas, ou marcadamente institucionais - no sentido de estarem submetidas unilateralmente às políticas editoriais dos veículos - que jornalistas e veículos fazem do tratamento dado a um determinado acontecimento transformado em narrativa noticiosa (Carvalho, 2009, p. 2).

Uma problemática desse enquadramento mercadológico são as interpretações de mundo que a sociedade como um todo passam a criar sobre determinados assuntos e algumas vezes a forma como se dá essa interpretação leva ao enraizamento de preconceitos e inverdades que prejudicam ainda mais essas pessoas que estão em estado de vulnerabilidade.

A interpretação é o que está em jogo quando pensamos em enquadramento jornalístico. Por essa razão, narrar um acontecimento transformado em notícia, dando-lhe um enquadramento, consiste, à primeira vista, na seleção de aspectos que deem à narrativa sobre ele inteligibilidade, a partir de estruturas cognitivas e quadros de referência que conduzirão a uma determinada visão, dentre uma série de outras possíveis, relativamente ao que é apresentado ao consumidor da informação daí resultante (Carvalho, 2009, p. 6).

O episódio analisado originou-se de uma pauta sugerida por Thayssa Rios, ouvinte da Rádio Novelo, que compartilhou seu drama pessoal: a perda do pai para o alcoolismo, agravada pela falta de conhecimento sobre os serviços do CAPS'ad Alcenir Veras. Em seu relato, Thayssa enfatiza como o acesso tardio às informações sobre o centro - que oferecia estratégias de redução de danos e apoio psicossocial - privou sua família de recursos que poderiam ter melhorado a qualidade de vida do pai e adiado o desfecho trágico. Este caso emblemático não apenas humaniza os desafios enfrentados por dependentes químicos e seus familiares, mas também introduz a discussão sobre a função social do jornalismo independente, tema que desenvolveremos no próximo tópico ao examinar a atuação da Rádio Novelo.

Quando grande parte da população não tem acesso às informações básicas, sejam elas oriundas de quaisquer meios de comunicação, há negligência do Estado em proporcionar vida digna e os direitos básicos para seus cidadãos e pior, cria-se um ciclo desinformativo. Levando em consideração que vivemos atualmente em uma sociedade em rede, onde tudo é crível se está na internet e onde a maioria das pessoas se baseia para obter conteúdo é injusto que existam pessoas que são marginalizadas a ponto de não possuírem esses acessos.

Castells (1999) argumenta que as tecnologias digitais inauguraram uma revolução informacional na última década, transformando radicalmente diversos aspectos da vida social. Essa transformação não apenas reconfigurou os sistemas econômicos, mas também alterou dinâmicas culturais: ao mesmo tempo que fortalece expressões culturais marginalizadas, a sociedade em rede pode igualmente acelerar processos de homogeneização cultural. Isso ocorre porque, como mencionado anteriormente, a digitalização eliminou fronteiras tradicionais, criando um espaço globalizado onde culturas distintas coexistem e competem por visibilidade – frequentemente em condições desiguais.

Por falar em culturas, Castells (1999) também aborda as redes interativas que começam a se formar dentro dessa nova sociedade emergente de tecnologias e aqui podemos incluir a produção e distribuição do nosso material de estudo: os podcasts. Uma rede interativa onde histórias são contadas a fim de levar os atores a repensar alguns pré-conceitos e adquirir novas interpretações sobre determinados temas.

A exclusão digital reforça ciclos de desigualdade social ao ampliar disparidades econômicas, regionais e raciais preexistentes. Como alerta Castells (1999), em uma sociedade cada vez mais estruturada em redes digitais, a falta de acesso à tecnologia não apenas marginaliza grupos vulneráveis no presente, mas compromete seu desenvolvimento futuro. A educação, em particular, torna-se um direito ameaçado: sem inclusão digital efetiva, as novas gerações permanecerão à margem das oportunidades criadas pelo mundo hiperconectado, aprofundando divisões sociais já consolidadas.

Para nivelar o acesso de toda população brasileira ao jornalismo independente, a acesso à internet e outros meios de comunicação que circulam fora da grande mídia é necessário que se invista cada vez mais na democratização do acesso à informação. Como aponta Castells (1999), é preciso que haja investimento em infraestrutura tecnológica para que haja boa conectividade e também disponibilização de dispositivos para a parte marginalizada que não possui condições financeiras para adquirir um aparelho novo – que diga-se de passagem fica cada vez mais caro com as oscilações atuais da economia.

Ainda que plataformas de streaming como Spotify ofereçam interfaces intuitivas, torna-se necessário desenvolver estratégias de letramento midiático que capacitem usuários com menor familiaridade tecnológica¹. Essa formação deveria abranger: (a) técnicas de busca e curadoria de conteúdos; (b) identificação de fontes confiáveis; e (c) acesso a produções independentes que contestam narrativas hegemônicas - condição fundamental para verdadeira

inclusão digital. Essa necessidade dialoga com os princípios da educomunicação (SOARES, 2020), que compreende a educação midiática como ferramenta de emancipação cidadã.

Características do jornalismo narrativo no podcast

O episódio escolhido para análise foi veiculado na plataforma de áudio Spotify e o material visual foi colocado no site da Rádio Novelo em 10 de outubro de 2024. A pauta é oriunda da indicação da ouvinte Thayssa Rios, que é entrevistada e conta sua história durante o episódio para a jornalista Bia Guimarães no primeiro ato da produção sonora.

“Não no meu quintal, ato um: 500 metros”, se trata da discussão da locação do CAPS’ad (Centro de Atenção Psicossocial Álcool e Drogas) Alcenir Veras, em Niteroi, em uma vizinhança hostil pautada pelo preconceito, desconhecimento das atividades do CAPS’ad e a sua função social para os pacientes que precisam ser assistidos de perto por profissionais da área da saúde. O maior argumento dessa vizinha é a presença do Centro em um local onde há condomínios e escolas no entorno, o que pode gerar problemas de segurança para os moradores e frequentadores do bairro.

Em um diálogo entre Thayssa Rios e Bia Guimarães o ouvinte é apresentado ao ambiente do CAPS’ad Alcenir Veras e suas atividades. A primeira interação se dá com os funcionários do local fazendo uma espécie de levantamento dos pacientes que estão frequentando regularmente, estão pegando sua medicação e seguindo com o tratamento de forma contínua e também levantando o nome daqueles que não estão. Esse primeiro contato já nos causa certa estranheza se tivermos o mínimo de conhecimento do funcionamento dos CAPS (Centro de Atenção Psicossocial) brasileiros em sua maioria.

Os usuários do sistema de CAPS enfrentam significativas barreiras de acesso, mesmo considerando a distribuição geográfica planejada desses serviços. Dificuldades na obtenção de atendimento, agendamento de consultas e acompanhamento contínuo revelam lacunas na implementação da política pública de saúde mental, que deveria garantir atendimento integral conforme diretrizes do SUS (BRASIL, 2001).

O CAPS'ad Alcenir Veras, embora compartilhe alguns desses desafios estruturais comuns, destaca-se pela eficácia de seu modelo de gestão participativa. A atuação conjunta de profissionais e usuários na organização das atividades demonstra potencial para superar limitações institucionais, conforme observado nas práticas de acolhimento noturno e nas

oficinas terapêuticas. Essa experiência bem-sucedida sugere a viabilidade de replicação do modelo em outras unidades, desde que adaptado às realidades locais.

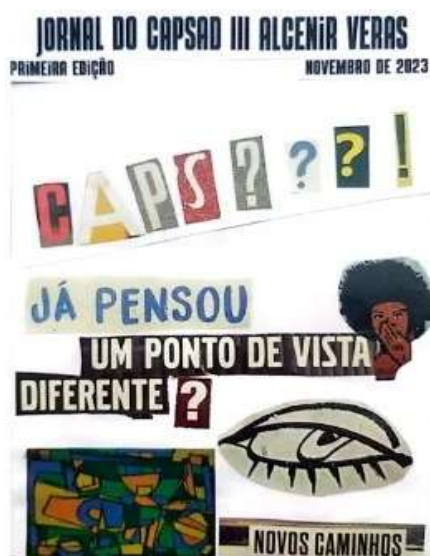
No local são feitas atividades imersivas com os pacientes para além do tratamento do vício que possuem em álcool e drogas, é também tratado o lado emocional, afetivo e tudo isso feito de uma forma socioeducativa com a finalidade que os mesmos possam retornar para o convívio em sociedade normal, em tratamento de seus vícios em busca de uma redução de danos para que se possa diminuir as chances de recaídas.

São essas atividades as rodas musicais, rodas de conversa juntamente com a família, atendimento psicológico regular e ainda existe o acolhimento dos pacientes que não possuem mais vínculos com seus familiares independente do motivo. Existe o acolhimento noturno onde leitos são disponibilizados para que os pacientes possam dormir em um local seguro, banheiros para que possam tomar banho, fazer suas necessidades básicas com dignidade e há funcionários em serviço de atenção e prevenção de fugas e suicídios em situações mais graves.

Por não conhecerem as atividades do CAPS'ad Alcenir Veras e pelo preconceito enraizado na nossa sociedade que pouco sabe sobre socioeducação, a vizinhança se opôs ao estabelecimento do Centro, organizou um abaixo-assinado e chegou a conseguir que a obra de reforma da casa que abriga hoje o Alcenir Veras fosse embargada durante duas semanas.

Na Câmara Municipal de Niterói, o projeto de lei de autoria do vereador Douglas Gomes, propôs a restrição de instalação de quaisquer unidades de CAPS num raio de 500 metros de instituições educacionais. A justificativa apresentada no documento legislativo alegava preocupações com segurança pública, embora não apresentasse estudos técnicos ou evidências epidemiológicas que correlacionassem a presença desses serviços com aumento de riscos à comunidade escolar.

Pensando na boa convivência com a vizinhança e buscando entender também o lado de quem não conhecia os trabalhos do CAPS'ad Alcenir Veras e a finalidade de suas atividades o Centro juntamente com seus pacientes formularam o seu próprio jornal, que até a veiculação do episódio já continham 3 edições, para espalhar pela vizinhança informações e convidar que fossem conhecer e visitar as instalações afim de ver de perto o seu funcionamento.

Figura 01 - Jornal do CAPS'ad Alcenir Vera⁹

Fonte: Reprodução site Rádio Novelo

Ainda que existam esforços por parte dos usuários do CAPS'ad e da própria instituição para que haja um bom convívio, o preconceito fala ainda mais alto e o que se nota a partir das falas dos usuários nas reuniões de redução de risco e acolhimento, por exemplo, é que para além de um preconceito contra seus vícios – o álcool e as drogas – coexiste preconceitos muitos maiores: o racial e o de gênero. Majoritariamente os usuários do CAPS'ad são homens negros.

Durante a reportagem são entrevistadas pessoas que são residentes do entorno. O síndico de um condomínio de classe média alta reclama da possibilidade dos usuários causarem problemas com os moradores e também se mostra insatisfeito com a fila que forma em dias de consulta no CAPS'ad Alcenir Veras. Os pais e funcionários de uma escola particular do entorno reclamam de supostos assédios promovidos pelos usuários, pelo encontro frequente de medicações que são retiradas no Centro e descartadas da rua.

Quando a reportagem se direciona à escola pública do bairro, o cenário e as palavras a respeito do Centro são completamente diferentes. Não só relatam uma convivência tranquila com relação aos usuários, como também não possuem histórico algum de importunação por parte dos mesmos e ainda fazem atividades com seus alunos de forma conjunta com o Centro, afinal de apresentar e explicar para seus alunos a função social exercida pelo CAPS'ad Alcenir Veras.

⁹ Disponível em: <https://radionovelo.com.br/originais/apresenta/nao-no-meu-quintal/>. Acesso: 10 de jan de 2025.

A dinâmica levantada pela reportagem da Rádio Novela Apresenta faz indagações a respeito das visões de mundo que cada indivíduo possui e como, muitas vezes, essas são recheadas de preconceitos raciais, de gênero, vícios e até mesmo sobre a questão de vulnerabilidade social que, infelizmente, muitos ainda se encontram no Brasil.

É necessário que mais histórias como essa circulem em veículos de comunicação, melhor ainda seria se pudessem alcançar veículos da grande mídia, para que essas pessoas que são constantemente marginalizadas possam ter seu lugar de fala e espaço de dignidade para se viver e buscar apoio de instituições como o CAPS'ad Alcenir Veras, que lhes são de direito.

Considerações finais

A análise do episódio "Não no meu quintal" do podcast Rádio Novelo Apresenta permitiu compreender como o jornalismo narrativo independente vem se reinventando frente ao sistema mercadológico das grandes mídias. Através de uma investigação minuciosa que combinou análise de conteúdo e estudo de caso, foi possível identificar as estratégias específicas que tornam essa produção um exemplo paradigmático do gênero. A estrutura em dois atos, que alterna depoimentos pessoais como o emocionado relato de Thayssa Rios - "Meu pai morreu sem conhecer o CAPS'ad que poderia ter ajudado ele" - com contextualização jornalística, cria uma narrativa imersiva que humaniza a discussão sobre saúde mental e redução de danos.

O estudo revelou como os preconceitos estruturantes da sociedade brasileira - especialmente de classe, raça e gênero - manifestam-se na resistência à instalação de serviços como o CAPS'ad Alcenir Veras. A fala de um morador do entorno - "Isso aqui é um bairro residencial de famílias tradicionais" - exemplifica a estigmatização que acompanha os usuários desses serviços, conforme discutido por Souza (2020) em seus estudos sobre marginalização territorial. Paradoxalmente, enquanto o podcast democratiza o acesso a essas informações, a exclusão digital impede que parte significativa do público-alvo dessas políticas - justamente os mais vulneráveis - tenha acesso a esses conteúdos.

Esta pesquisa cumpriu seus objetivos ao descrever os elementos narrativos característicos do formato, analisar as técnicas investigativas empregadas e avaliar o material complementar disponibilizado no site da Rádio Novelo. Contudo, reconhece-se como limitação a ausência de entrevistas com os produtores do podcast, o que poderia enriquecer a compreensão do processo criativo. Sugere-se que pesquisas futuras possam mensurar o impacto concreto dessas

narrativas na formação de opinião pública e nas políticas de saúde mental, aprofundando assim as importantes questões levantadas por este estudo pioneiro.

REFERÊNCIAS

AMORIM, A. de L. T. de; Araújo, M. J. da C. G.. **Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid-19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais.** v.7, n. 3, 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1995, p. 232

CARVALHO, C. **Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico.** Contemporânea, v. 7, n. 2, dez. 2009.

CARDANO, M. **Manual de Pesquisa Qualitativa: A contribuição da teoria da argumentação.** Petrópolis: Editora Vozes, 2017, p. 17

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FALCÃO, B; TEMER, A. O podcast como gênero jornalístico. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p. 1–14, Belém, set. 2019.

FUCCIO, G; COIMBRA, M. **A construção da narrativa no Rádio Novelo Apresenta: imersão e recursos digitais.** Revista Foco, v.17, n. 9, p. 1-9, 2024.

GADINI, S. **Em busca de uma teoria construcionista do jornalismo contemporâneo: a notícia entre uma forma singular de conhecimento e um mecanismo de construção social da realidade.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, n. 33, ago. 2007, p. 79-88.

GUEDES, N. **Jornalismo e Construção Social da Realidade: Uma reflexão sobre os desafios da produção jornalística contemporânea.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p. 1-15. Curitiba, set. 2007

PEREIRA, A. A. S; MONTEIRO, J. C. **A convergência do rádio: o podcast como proposta para o jornalismo em aplicativos de streaming.**v. 7. n. 1 (2020): Revista Comunicação, Cultura e seus desafios. dez. 2020, p. 117-129

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2013, p. 277

RÁDIO NOVELO. **Não no meu quintal - Rádio Novelo Apresenta.** Rio de Janeiro: Rádio Novelo, 10 de out. de 2024. Disponível em: [Não no meu quintal - Rádio Novelo Apresenta | Podcast on Spotify](#). Acesso: 10 de jan de 2025.

Análise Crítica da Representação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) pela Série "Pra onde, Brasil", do Profissão Repórter

João Mikael dos Santos Lopes

Ruthy Manuella de Costa Brito

Universidade Estadual do Piauí

RESUMO

O presente trabalho tem como intuito analisar criticamente a representação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) pela série "Pra onde, Brasil" durante os seus cinco episódios, destacando a importância da inclusão do jornalismo de soluções em pautas ambientais. Para isso, foi estabelecido os objetivos específicos: investigar as estratégias narrativas e visuais utilizadas pela produção para abordar problemas ambientais e esforços para alcançar as metas da ONU e examinar como a série equilibra a exposição de problemas com a apresentação de soluções e iniciativas locais relacionadas aos ODS. Ademais, o estudo utilizou autoras como Girardi (2012) e Loose (2015) para fundamentar teoricamente sobre jornalismo ambiental e o autor Simões (2022) nos estudos sobre jornalismo de soluções. Como abordagem metodológica, foi empregada a análise de conteúdo para decodificação dos sentidos presentes nos episódios, juntamente com análise crítica. Como resultados, foi apontado que a série "Pra onde, Brasil" é um grande aliado do jornalismo ambiental e dos ODS, tendo em vista o seu empenho em expor os desafios e apontar soluções.

Palavras-Chave: Jornalismo Ambiental; ODS; Jornalismo de Soluções; Profissão Repórter.

Introdução

A garantia de uma vida com qualidade torna-se um desafio, levando em consideração a formação de barreiras de acessibilidade a itens essenciais para os seres humanos, como água e alimento, principalmente diante da realidade em que o meio ambiente vem sofrendo ameaças crescentes, com climas desfavoráveis para os seres vivos. Nessa perspectiva, enquanto grande parte dos profissionais de comunicação enxerga a definição de notícia somente pelo aspecto negativo e que "o que deu errado", o jornalismo de soluções pauta que notícias centradas em respostas a problemas também deve estar presente nos noticiários, priorizando uma cobertura sistêmica de soluções (*Solutions Journalism Network*, 2025).

Como forma de erradicação e prevenção de problemáticas socioambientais, emergem medidas cultivadas diariamente, com efeitos positivos a longo prazo, como os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis formulados pelas Nações Unidas (ODS). Os objetivos estabelecidos no ano de 2015, com agenda até 2030, são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade.

Como afirma Clóvis Cavalcanti, ações de sustentabilidade são a forma de se obterem continuamente condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoas e seus sucessores em dado ecossistema (Cavalcanti, 2003). Para a concretização e prática de tais ações, é necessário que o corpo social tenha acesso à realidade de determinados locais e de que forma organizações, juntamente com o Estado, estão trabalhando para a contribuição de resoluções. E uma das formas mais efetivas de dar visibilidade às ações, é através da propagação realizada pelo jornalismo, em especial, o jornalismo ambiental.

Nesse sentido, a partir da observação dos desafios que os ODS enfrentam para alcançar as suas metas até 2030, o programa jornalístico da TV Globo, o Profissão Repórter estreia a temporada de 2023 percorrendo cinco regiões do Brasil com a série especial “Pra onde, Brasil”. O objetivo do especial é visitar em cada episódio a realidade do centro-oeste, norte, sul, sudeste e nordeste, retratando os desafios e medidas adotadas de cada local para ser alcançado os ODS relacionados a saúde pública, ecossistema e economia.

Portanto, a pesquisa indaga o seguinte ponto: como a série "Pra onde, Brasil" do Profissão Repórter representa os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU em suas reportagens regionais, e de que maneira essas representações contribuem para fortalecer a legitimidade do jornalismo ambiental?

Diante disso, o presente artigo buscou analisar criticamente os cinco episódios da série "Pra onde, Brasil", identificando como cada região (Centro Oeste, Norte, Sul, Sudeste e Nordeste) é representada em relação aos ODS, e consequentemente, dissertar sobre os seguintes objetivos específicos: investigar as estratégias narrativas e visuais utilizadas pela produção para abordar problemas ambientais e esforços para alcançar as metas da ONU e examinar como a série equilibra a exposição de problemas com a apresentação de soluções e iniciativas locais relacionadas aos ODS.

Como fundamentação teórica, se utilizou obras das autoras Girardi (2012) e Loose (2015), que apresentam ricas pesquisas sobre jornalismo ambiental, especialmente sobre seus conceitos, função social e componentes necessários para ser realizado de fato uma comunicação responsável. Para a estruturação teórica e científica relacionada ao jornalismo de soluções, foi buscado obras do autor Simões (2022), um dos poucos estudiosos brasileiros que possuem acervo sobre a temática.

Dada a natureza exploratória do objetivo estabelecido, a pesquisa adotará uma abordagem metodológica que inclui análise de conteúdo, com a codificação dos episódios

lançados no respectivos dias: 11/04/2023 (Centro-oeste), 18/04/2023 (Norte), 23/05/2023 (Sul), 30/05/2023 (Sudeste) e 06/06/2023 (Nordeste), para identificar temas, enquadramentos e estratégias de narrativa relacionados aos ODS. Também será desenvolvida uma análise crítica, com a aplicação de teorias de crítica da mídia e jornalismo ambiental para interpretar os resultados da análise.

Dessa forma, o trabalho foi estruturado inicialmente dissertando sobre conceito e contextos dentro do jornalismo ambiental e a importância que o mesmo possui para a sustentabilidade a partir das suas abordagens. Posteriormente, foi debatido sobre o jornalismo de soluções, detalhando como ele se difere dos demais e como ele é fundamental para mudanças, além de discutir como o jornalismo de mudança está ligada na cobertura dos ODS. Por fim, foi analisada como a série “Pra onde, Brasil” apresenta os ODS dentro dos seus cinco episódios.

Jornalismo ambiental e o compromisso com a sustentabilidade

Devido a vasta diversidade de temáticas, o jornalismo tem diversos campos de especialidade, para assim, o seu trabalho se tornar mais aprofundado ao abordar um assunto. Quando se trata de questões ambientais, se faz necessário, em destaque, a atuação do jornalismo ambiental, entretanto, a prática não pode ser limitada apenas como uma especialização, sua atuação não é centrada somente no ambiental e expande os debates das causas de forma extensiva, conforme aponta Girardi (2012):

O jornalismo ambiental, partindo de um tema específico (mas transversal), visa ser transformador, mobilizador e promotor de debate por meio de informações qualificadas e em prol de uma sustentabilidade plena. Para sua concretização é necessário buscar respaldo em olhares mais abrangentes, que possibilitem ver as conexões, superar a fragmentação reiterada. Fundem-se, desta forma, a natureza do jornalismo especializado com as demandas socioambientais que acabam por compor o horizonte de reflexão dos paradigmas emergentes (Girardi et al., 2012, p. 148).

Para Bacchetta (2000), o jornalismo ambiental pode ser definido como uma prática que visa potencializar o discernimento das pessoas sobre sua atuação na sociedade, refletindo como podem tomar decisões que os tornam cidadãos comprometidos com o planeta. O jornalismo ambiental se diverge dos demais pela sua ponderação dos efeitos da atividade humana em âmbitos como ciência, planeta e humanidade, (Bacchetta, 2000), o autor complementa que para

um jornalismo especializado na questão ambiental carece fomentar a propagação de temáticas complexas, onde desenvolva uma visão sistêmica das relações entre meio ambiente, política, o social, a cultura e a ética.

Construir um jornalismo ambiental da forma correta exige que o profissional seja capacitado para dar o direcionamento necessário, onde para uma reportagem ser enquadrada como jornalismo ambiental, é preciso ter alguns componentes, Girardi (2018) aponta os traços fundamentais:

Para que uma reportagem seja considerada Jornalismo Ambiental deve apresentar algumas das seguintes características: mostrar uma visão sistêmica dos fatos; dar conta da complexidade dos eventos ambientais; contemplar a diversidade dos saberes e não ser refém de fontes oficiais; defender a biodiversidade e vida em sua plenitude, o que significa deixar de ser imparcial; assumir seu papel educativo, cidadão e transformador. Tais aspectos também podem ser contemplados ao longo de uma série de reportagens (Girardi, 2018, p. 19-20).

Considerando essa análise, percebe-se como o comprometimento em trazer tais componentes para um conteúdo jornalístico, permite que as pessoas enxerguem além do fato ou notícia, e que o jornalismo ambiental cresça nos debates. Tal crescimento de coberturas de temáticas ecológicas é de suma importância, tendo em vista que a comunicação possui a potencialidade de propagar formas de desenvolvimento sustentável, que desencadeiam na avaliação de comportamento e ações efetivas do corpo social (Oliveira, 2007). Portanto, o destaque midiático centrado na sustentabilidade, fomenta o ponto de vista sistêmico e opinativo dos cidadãos.

A construção desses sentidos para a sociedade é resultado de um compromisso profissional em dar relevância para as pautas ambientais. A autora Oliveira (2007) aponta que a mídia estabeleceu formas de disseminar com maior agilidade o entendimento sobre a problemática ambiental, com o notável crescimento da produção e divulgação de discussões sobre a temática. Esta expansão e velocidade possui o seu valor, entretanto, além disto, carece que o conteúdo possua aprofundamento e discussões que sejam compreendidos pelo público.

Sob essa perspectiva, é pertinente discutir a função social do jornalismo ambiental, onde uma das suas vertentes promove influências para os cidadãos, de acordo com Loose e Girardi (2017).

O jornalismo tem um papel social a cumprir: o de empoderar os cidadãos por meio de informações qualificadas. Mesmo reconhecendo-se os limites dos efeitos do jornalismo, acredita-se que existe uma potencialidade na sua prática em razão de sua legitimidade e vasto alcance (Loose e Girardi, 2017).

Partindo dessa pontuação, essa capacidade de empoderamento através de dados conceituados fomenta mudança de perspectivas que podem estar sendo vistas de sem um conhecimento aprofundado ou invisibilizado. Diante desse princípio, pode-se fazer uma conexão da função social do jornalismo ambiental aliado aos desafios globais representados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), explanando especificamente o 15º objetivo, centrado na Vida Terrestre, onde, de acordo com a ONU Brasil¹⁰, busca “reforçar o apoio global para os esforços de combate à caça ilegal e ao tráfico de espécies protegidas, inclusive por meio do aumento da capacidade das comunidades locais para buscar oportunidades de subsistência sustentável”.

Cabe destacar o jornalismo ambiental como um dos possíveis aliados desse reforço de apoio para a esfera, já que o mesmo é um meio mobilizador que visa o benefício do ecossistema, como pontua Girardi et al. (2012) “[...] visa ser transformador, mobilizador e promotor de debate por meio de informações qualificadas e em prol de uma sustentabilidade plena” (Girardi et al., 2012, p. 148). Portanto, o desencadeamento de debates em massa gera uma visibilidade em torno da questão ambiental, uma vez estando no ponto central de discussões, pode-se gerar uma maior conscientização de ações sustentáveis.

Jornalismo de soluções e a cobertura de iniciativas locais

Como previamente pontuado no presente trabalho, o jornalismo possui capacidade de gerar sentidos, dependendo da construção noticiosa adotada. A notícia sendo disseminada em um modelo que vise ser centrada somente na perspectiva negativa da sociedade, sem apontar caminhos para a reversão do fato pode gerar impactos danosos, assim como explica a organização *Solutions Journalism Network* no seu plano trienal de 2015-2017.

A notícia se concentra no que está dando errado no mundo, mostrando problemas, mas muitas vezes omitindo respostas que mostram resultados. Este modelo de feedback negativo não tem intenção, mas sérias consequências para a sociedade. A Rede de Jornalismo de Soluções (SJN)

¹⁰ Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/15>. Acesso em 15 mar. 2025.

aborda isso, espalhando uma nova abordagem inovadora de jornalismo de soluções em busca de reverter esse cenário surge o jornalismo de soluções.

Em contrapartida, como o objetivo de atuar de forma diferente do conceito anteriormente exposto ou do jornalismo *hard news*, que “constrói majoritariamente uma realidade social baseada em episódios negativos, sejam eles assassinatos, corrupção, catástrofes, entre outros problemas sociais” (Lucena e Simões, 2023), manifesta-se o jornalismo de soluções (JS), como uma forma do jornalismo construir exposições mais profundas, para assim, se debruçar além das problemáticas e apontar dados e resoluções (Lucena e Simões, 2023). O autor Simões (2022), aponta a contribuição social e informativa do jornalismo de soluções (JS).

O jornalismo de soluções emerge como algo central para lidar com essa sociedade complexa, em que as pessoas necessitam de um jornalismo que possa apontar soluções; um jornalismo que esteja no centro das discussões-chave do mundo (crise ambiental, refugiados, pandemia, colapso econômico, etc.) (Simões, 2022, s.p.).

É necessário entender que o JS, não pode ser reduzido ao conceito de um canal informativo que explana notícia positivas, o meio contribui para excelência do jornalismo e promove a inclusão dos cidadãos, segundo o autor Simões (2022, s.p.): “É uma alternativa que promete melhorar a qualidade do jornalismo e ajudá-lo a sair de uma crise que parece não ter fim, pois vai além do simples relato de problemas, foca no detalhamento das soluções e promove o engajamento da audiência.”

Conforme demonstrado por Simões (2022), pesquisas apontam que uma forma de despertar o engajamento e interesse do público sobre ocorrências, é a disseminação de relatos concentrados em soluções. Uma vez tendo acesso a tais resultados, o corpo social pode buscar colaborar para a iniciação de uma corrente de mudança, para isso, é necessário que abordagens nessa vertente sejam cada vez mais frequentes, para que os esforços comunitários, locais e regionais possam se envolver em pautas relacionadas à sustentabilidade, cidadania, igualdade, entre outras.

Por conseguinte, explorando a missão do *Solutions Journalism Network*³, que destaca os princípios e potencialidades do jornalismo de soluções, percebe-se como este âmbito comunicacional é uma abordagem com potencial na cobertura dos ODS, já que:

A missão é transformar o jornalismo para que todas as pessoas tenham acesso a notícias que as ajudem a imaginar e construir um mundo mais justo e sustentável. Bem feitas, as histórias de soluções fornecem insights valiosos que ajudam as comunidades com o difícil trabalho de lidar com problemas como falta de moradia ou mudança climática, preços de moradias em alta ou baixa participação eleitoral. Também sabemos por pesquisas que as histórias de soluções podem mudar o tom do discurso público, tornando-o menos divisivo e mais construtivo. Ao revelar o que funcionou, essas histórias levaram a mudanças significativas (*Solutions Journalism Network*, 2025).

Portanto, ambos centram-se na resolução da ausência de moradias e das mudanças climáticas, equilibrando a exposição de problemas e demonstrando perspectivas de conversão. O Jornalismo de Soluções, ao ter seu discurso voltado para a propagação de narrativas solutivas, fortalece a conexão com o jornalismo local e regional, pois amplia a visibilidade de iniciativas comunitárias e políticas públicas que dialogam diretamente com as metas dos ODS, promovendo transformações sociais e ambientais alinhadas às realidades específicas de cada território.

Partindo desse panorama, como acentua Souza (2017, p. 13) , o jornalismo de soluções atende a certas dificuldades trazendo os indivíduos como norte principal da construção noticiosa, para assim, fomentar a proximidade entre profissional meio e comunidade retratada. A autora complementa como a atuação do jornalismo de soluções desencadeia uma discussão pública de forma ciente.

Por meio de uma cobertura em profundidade dos problemas sociais e das soluções encontradas, objetiva munir os cidadãos com conhecimentos para promover um debate público instruído e para habilitar os indivíduos a encontrarem soluções para os problemas de suas comunidades (Souza, 2017, p. 13).

O cidadão incluso na cobertura, sendo ela ligada às metas da ODS ou outras temáticas sustentáveis e igualitárias, se torna uma possibilidade de realizar de fato um jornalismo de soluções e trazer uma história impactante, identitária e resolutiva.

Objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) e a série “Pra onde, Brasil”, do Profissão Repórter

O programa dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, após um longo processo de articulações e negociações, foi iniciado oficialmente em setembro de 2015. Segundo as

Nações Unidas do Brasil, as ODS “são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade”.

O projeto conta com 17 Objetivos e 169 metas, envolvendo diversos eixos temáticos relacionados às pessoas, planeta, prosperidade, parceria e paz. Os 17 objetivos se distribuem da seguinte forma: 1. Erradicação da pobreza, 2. Fome zero e agricultura sustentável, 3. Saúde e Bem-Estar, 4. Educação de qualidade, 5. Igualdade de gênero, 6. Água potável e saneamento, 7. Energia limpa e acessível, 8. Trabalho decente e crescimento econômico, 9. Indústria, inovação e infraestrutura, 10. Redução das desigualdades, 11. Cidades e comunidades sustentáveis, 12. Consumo e produção responsáveis, 13. Ação contra a mudança global do clima, 14. Vida na água, 15. Vida terrestre, 16. Paz, justiça e instituições eficazes e 17. Parcerias e meios de implementação.

As metas buscam ter êxito até 2030, todavia, o cumprimento desse pacto global é um grande desafio. Uma maneira de dar destaque para as ações e retratar a realidade dos brasileiros, é o jornalismo, portanto, o Profissão Repórter, programa jornalístico da Tv Globo, criou a série "Pra onde, Brasil", para expor através de reportagens o contexto que as regiões do Brasil se encontram e quais soluções as localidades junto com o poder público e instituições estão adotando para atingir as metas.

Através disso, o Profissão Repórter produziu cinco episódios, com narrativas centradas respectivamente no Centro-Oeste, Norte, Sul, Sudeste e Nordeste. Mantendo a característica itinerante que marca o programa desde sua criação, a equipe percorreu diferentes regiões do país para acompanhar de perto as realidades locais. Com o jornalista Caco Barcellos como repórter-líder, as equipes adotaram uma abordagem imersiva, viajando pelo Brasil para registrar os desafios enfrentados por cada comunidade, como a ausência de moradias adequadas e os impactos das mudanças climáticas, sempre em diálogo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Como critério de análise de cada episódio, será identificada a construção da narrativa jornalística, a forma como os ODS são apresentados, os recursos audiovisuais utilizados e a relação entre a reportagem e os temas abordados. Além disso, serão analisadas as fontes consultadas, as perspectivas exploradas e o equilíbrio entre a exposição de problemas e soluções.

Centro-oeste

O primeiro episódio da série estreou na região centro-oeste do Brasil, especificamente nos estados do Mato Grosso e do Pará, indo ao ar no dia 11 de abril de 2023, com 40 minutos de duração. Por duas semanas, os jornalistas e repórteres cinematográficos, Caco Barcellos, Sara Pavani e Chico Bahia seguiram de perto o trabalho dos agentes ambientais do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) em áreas de difícil acesso durante uma operação na Amazônia.

A série durante o seu episódio destaca a riqueza ambiental em torno da região, que possui áreas extensas de unidades ambientais, além de ser a residência de diversos povos originários. Entretanto, a preservação dos pontos possui desafios, devido a atuação de garimpos, que contaminam o solo, a água e ameaça os indígenas, além do massivo desmatamento ilegal de diversas áreas ambientais, para a comercialização da madeira e transformação dos locais em pastagem para a criação de gados. A utilização de recursos visuais como mapas da extensão da região e imagens aéreas para visualização do impacto dos locais desmatados permitem que o telespectador entenda as dimensões das áreas afetadas, o que desencadeia em um discurso alarmista sobre a situação.

É notável que os principais problemas ambientais e sociais que são destacados estão em torno da preservação ambiental e mãos de obra exaustivas que a população da região tem que submeter para a sua sobrevivência. Essa percepção, além dos recursos visuais e de dados levantados, se dá pela presença de fontes como populares que prestam serviços no desmatamento e a principal fonte norteadora dos fatos; os profissionais que fazem parte do ICMBio.

Diante desse cenário, algumas metas dos ODS se relacionam diretamente com a realidade retratada, especialmente a 8ª — Trabalho Decente e Crescimento Econômico. Esse objetivo busca promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, garantindo emprego pleno, produtivo e trabalho digno para todos. A narrativa jornalística, por meio de textos e imagens, evidencia que grande parte da população retratada não deseja se submeter a atividades altamente degradantes para o ecossistema e perigosas para os próprios trabalhadores, como o garimpo. Além disso, o material expõe a ausência de políticas públicas eficazes que promovam alternativas de inclusão produtiva para esses cidadãos.

Como também o 15º objetivo-Vida terrestre, centrado em proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, já que os mesmos vistam diversas unidades de conservação, como de Tapajós, no oeste do Pará, a mais desmatada do Brasil, e o

ICMBio atua de forma ferrenha para encerrar as atividades de exploração ambiental e trabalhar com o reflorestamento da região.

Indo além da exposição dos problemas, o programa aponta soluções para mudar esse cenário para o alcance das metas da ONU e ressalta histórias de pessoas que hoje trabalham com material sustentável, como a atividade desempenhada pela Unidade de conservação mais antiga, localizada na Floresta Nacional dos Tapajós, que realiza o manejo das árvores de forma legal, com a retirada das árvores de forma controlada, ordenada, com impactos mínimos, gerando renda para cerca de 1000 famílias.

É ressaltado pelo jornalista Caco Barcellos que para cumprir com os objetivos de desenvolvimento em regiões como o centro-oeste, é necessário a fiscalização das áreas de proteção e o trabalho de exploração consciente da floresta, onde este manejo comunitário é a saída para a preservação e gerar renda para a população.

Norte

O próximo episódio, dia 18/02/2023, o “Pra Onde, Brasil”, vai até a região norte, no Amapá, com o trabalho de André Neves Sampaio, Nathalia Tavorieri e Gabi Vilaça, que construíram uma reportagem de 38 minutos. Segundo a repórter Nathalia Tavorieri, a escolha do Amapá se deu por ser o estado com menos acesso a saneamento básico do país.

Com destino no Arquipélago do Bailique, a reportagem evidencia os vários problemas enfrentados pelos moradores da região, principalmente na ausência de saneamento básico, negligências governamentais, falta de energia e como esses pilares afetam o desenvolvimento econômico, social e comunicacional da população. Com uma construção visual que permite uma imersão do telespectador nesses pontos, há gravações no período noturno que ressaltam a realidade dos moradores, além de registros de resíduos prejudiciais à saúde expostos sobre a água que é utilizada para o consumo.

Tais dificuldades que a população enfrenta fazem parte do seguintes pontos que os ODS buscam diminuir até 2030: 3º- Saúde e Bem-Estar, centrado em garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades; 6º-Água potável e saneamento, para garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos; 7º-Energia limpa e acessível-, que visa garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos.

A partir das vertentes anteriormente apontadas, o Profissão Repórter tem como estratégia narrativa dar protagonismo aos cidadãos da cidade e os seus relatos de como a ausência dos componentes impacta diretamente na sua qualidade de vida, seja na proliferação doenças ou no baixo rendimento econômico que poderiam ser mudados uma vez alçando serviços básicos como energia. Tal posicionamento é de suma importância, pois, como descreve Souza (2017), o cidadão como centro da notícia aproxima o jornalista com a comunidade que está retratando.

Além do relato dos moradores, a reportagem busca especialistas, como biólogos e profissionais da saúde, o que permite um panorama científico dos efeitos da ausência de água tratada e saneamento básico. Ademais, o episódio apresenta um caráter crítico relacionado ao baixo comprometimento e intervenção do poder público nas problemáticas das localidades.

Buscando apresentar caminhos que podem contribuir para o combate das problemáticas da região norte, é divulgado relatos de iniciativas que foram responsáveis pela melhora da sua comunidade, como uma cooperativa de colheita sustentável de açaí, atuação de uma empresa social em Macapá que para fornecer água tratada para locais que se encontram em vulnerabilidade e insalubridade e iniciativas de populares que fazem reciclagem do lixo descartado em lagos. Como argumentado na base teórica, o compartilhamento de relatos nessa vertente não apenas expõe problemáticas, mas também estimula a participação ativa de órgãos públicos, entidades e cidadãos na busca por soluções. O Jornalismo de Soluções se diferencia ao ir além do simples relato de problemas, aprofundando-se na análise de respostas concretas e em seus impactos. Dessa forma, ao detalhar soluções eficazes e acessíveis, esse modelo jornalístico não apenas informa, mas também inspira ações e promove um engajamento mais efetivo da audiência na transformação da realidade.

Sul

Em mais uma reportagem da série 'Pra Onde, Brasil', no dia 23 de maio de 2023, o Profissão Repórter vai à região Sul, onde Caco Barcellos, Danielle Zampollo e Alex Gomes produziram um material de 37 minutos sobre saúde, bem estar e malefícios de agrotóxicos para a sociedade.

Inicialmente, é destacado sobre como a região tem uma grande incidência de casos de câncer de pele, em destaque Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Como forma de fomentar essa realidade do sul, é recorrido a dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Câncer (INCA),

onde foi exposto que na região para cada 100 mil habitantes, são registrados 150 casos de câncer de pele, uma taxa de quase 50% maior do que a média nacional. Tais números reforçam a importância da atuação do episódio no local, tendo em vista que para ser atingido as metas da ONU, relacionado ao bem-estar, o Brasil teria que reduzir em $\frac{1}{3}$ da letalidade de doenças não transmissíveis, como o câncer.

O motivo dos números da condição pode estar ligado à realidade de jornada de trabalho na região, que compõe o contato sem proteção com raios solares de forma contínua, juntamente com a exposição a agrotóxicos utilizados nas plantações de tabacos, por exemplo. Para reforçar a ligação entre câncer de pele, exposição ao sol e agrotóxicos, a construção de narrativa trabalha com fontes que são trabalhadores da roça que estão tratando câncer de pele. A grande parte tinha longas jornadas de trabalho e utilizava venenos nas plantações.

A partir dessa definição de ocorridos que se sobressaíam no sul e que irão ser pautadas pela série, pode-se analisar como os ODS relacionadas a saúde e Bem-Estar (3º), trabalho decente e crescimento econômico (8º), e o consumo e produção responsáveis para a garantia de padrões de consumo e de produção sustentáveis (12º), são os principais pontos para serem cumpridos até em 2030 no sul.

Sendo assim, observando tais problemáticas, o Profissão Repórter traça construções visuais que possam auxiliar tal mudança até lá, como a utilização de imagens dos pacientes que foram afetados pelo câncer de pele e perderam partes do rosto. Durante a construção da reportagem, é ressaltada tanto pelos profissionais de saúde entrevistados, como de comunicação, a importância de trazer esses relatos e visibilizar. A exibição de imagens e relatos é uma forma de alertar a população sobre os riscos, causadores da doença e como tentar buscar políticas públicas de amparo, pois como disserta Berger (2003) a notícia “tem o poder de produzir sentidos, projetá-los e legitimá-lá”.

Entre os episódios já analisados, este se faz com menos apresentações de soluções para os pontos. Contudo, uma forma de promover iniciativas locais relacionadas aos ODS e de amparo, está com divulgação do Instituto Camaleão, que tem como objetivo produzir próteses gratuitas para pacientes que tiveram partes do corpo mutiladas devido ao câncer, devolvendo a autoestima e tornando a peça funcional para o corpo, juntamente com a conscientização massiva dos fatores causadores de câncer de pele.

Sudeste

O quarto episódio, lançado no dia 30 de abril de 2023, Guilherme Belarmino, Eduardo de Paula e Erik Von Poser percorrem durante 37 minutos os territórios do sudeste, visitando Minas Gerais e Espírito Santo com o intuito de abordar os impactos gerados a partir do rompimento da barragem de Mariana que ocorreu no ano de 2015 que é considerada o maior crime ambiental do país e a barragem da Mina Córrego do Feijão em Brumadinho, que aconteceu no ano de 2019.

A partir do desastre na região, a segurança alimentar é um desafio, afetou a rotina dos pescadores e comunidades quilombolas, contaminou a água e lançou rejeito de minérios. Levando em consideração esses pontos, o episódio tem como norte dois ODS: 14º-Vida na água, que visa conservar e usar de forma sustentável os recursos aquáticos e o 16º- Paz, Justiça e Instituições Eficazes, que busca promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos.

Para entender os desafios enfrentados na região para que os ODS sejam atingidos, o episódio percorre a região em busca de moradores das cidades e comunidades quilombolas que tiveram sua vida afetada pelo rompimento das barragens, sua principal estratégia narrativa é notavelmente apontar como era a vida dessas pessoas antes, durante e após o ocorrido. A partir disso, é desencadeado um discurso alarmista sobre os perigos perante a negligência estrutural e fiscalizadora em projetos de barragem. A utilização de acervo de imagens feitos pelo próprio programa na época do rompimento das barragens são responsáveis de recapitular o ocorrido e que o telespectador entenda os impactos avassaladores no Sudeste.

Como apontado, os moradores afetados estão constantemente sendo postos na reportagem, entretanto, não é a única fonte de informação presente, há um grande número de exposições de notas informativas de empresas responsáveis pelas barragens, como a Vale S.A. Quando são divulgadas as notas, há a construção narrativa de mostrar logo em seguida a realidade a partir de imagens em loco e relatos populares, podendo ser considerado uma forma de criticar e fiscalizar, podendo ser considerado uma forma de criticar e fiscalizar as informações divulgadas pela empresa em comparação com a realidade concreta no momento.

Em meio aos impactos e problemas expostos, é relatado projetos e iniciativas que em torno das diversidades, estão ativamente buscando soluções e direitos para a sua comunidade. Uma das ações positivas no Sudeste é o Projeto Piloto, que tem como missão trazer segurança alimentar e ser uma alternativa de renda. O projeto tem apoio, mesmo que às vezes falho, como

destacado, do Instituto Federal do Espírito Santo, como uma tentativa de reparação, já que o rio ficou inviável para o uso.

Para as comunidades quilombolas atingidas, a alternativa encontrada para acesso a água de qualidade e estabelecimento de paz e instituições eficazes, foi a implantação de associações que lutam pelo reparo dos danos causados, com auxílio técnico e que atuam na esfera social, cultural e ambiental. A partir da atuação de uma associação quilombola, em Degredos, foi concedido indenização cinco vezes maior do que em outros locais atingidos pelo rompimento, o que fomenta a formação de associações como essa para o público.

Nordeste

Encerrando a série no dia 06 de junho de 2023, os jornalistas Thiago Jock, Julia Sena e Eduardo de Paula viajam para o Alagoas, Pernambuco e Piauí para acompanhar a estrutura das localidades. O episódio tem 38 minutos de duração.

No entorno de Alagoas, é abordado como a cidade enfrenta problemas estruturais nas residências devido a exploração de sal-gema, feito pela empresa petroquímica Braskem. Outra faceta em Alagoas, é a falta de água, onde os moradores se submetem a longas distâncias para serem abastecidos. Em território piauiense, assim como em Alagoas, há uma carência de distribuição de água, com taxas de pobreza em algumas cidades.

Tendo em vista esses pontos e desafios das cidades retratadas, os ODS que irão ser trabalhados durante a reportagem são três: 1º-Eradicação da pobreza, 6º-Água potável e saneamento e 11º-Cidades e comunidades sustentáveis, que visa tornar as cidades e comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis.

O episódio tem uma estratégia narrativa de expor polaridades, enquanto em uma comunidade de Petrolina não tem acesso a água, o que impede a produção agrícola, outra possui e consegue até mesmo realizar irrigação de plantações. No Piauí, duas cidades vizinhas têm realidades distintas, em Caracol há um grande índice de pobreza e ausência de água, enquanto o município de Guaribas cessou esses pontos em grande escala, a partir da chegada de projetos sociais que fazem distribuição de refeições nas escolas públicas.

Os cidadãos, novamente tem um grande protagonismo na reportagem, nos casos de dificuldade de acesso à água, há um acompanhamento dos longos percursos para se obter o recurso essencial. Nas cidades em ruínas devido a exploração de minérios, há imagens aéreas que apontam as inúmeras casas desocupadas.

Nessa perspectiva, pode-se considerar que o episódio tem um tom de discurso crítico e denunciativo. Todavia, não se limita a isso, tendo em vista que constantemente aponta projetos de sucesso para o combate à pobreza e de acesso a água, com lacuna somente a caminhos para cidades sustentáveis. Ao adotar essa vertente de propagar o que funcionou, essas histórias levaram a mudanças significativas (*Solutions Journalism Network*, 2025)

Dentre essas soluções, é reportado a como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) é um aliado para moradores do semiárido e dos ODS, já que ela criou uma forma de estocar água, através de barragens subterrâneas. Em relação ao combate à pobreza e garantia de alimentação, é relatado como atuações de centros de apoio podem mudar a realidade de famílias em vulnerabilidade social, através da busca ativa dessas famílias, como o impacto de programas sociais como Bolsa Família.

Considerações

Assim evidencia-se, que a série “Pra Onde, Brasil” durante os seus cinco episódios se consolida como um instrumento comunicacional e social, de caráter educativo, de suma importância para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável proposto pela ONU, tendo em vista que durante a sua construção narrativa, o programa busca conscientizar o corpo social e poder público de medidas que podem ser adotadas para a mudança de realidades árduas, como desmatamento, pobreza, insegurança alimentar e falta de dignidade trabalhista.

Tendo em vista a análise e codificação dos episódios, a série se faz além do crítico e exposição de problemas, o protagonismo dos cidadãos e de projetos eficazes perante os desafios, fomentam a necessidade da comunicação que também apontam uma diversidade de perspectivas e de soluções.

Em meio aos desafios e problemáticas da sociedade, o Jornalismo de Soluções se apresenta como uma alternativa para fortalecer e legitimar o jornalismo ambiental. Na série Pra Onde, Brasil, essa abordagem é evidenciada ao destacar iniciativas do Terceiro Setor que buscam mitigar os impactos ambientais e sociais nas regiões retratadas. Entretanto, é necessário que haja mais estudos científicos e práticas jornalísticas voltadas a essa vertente, uma vez que ainda há um número reduzido de produções que têm o Jornalismo de Soluções como foco principal.

Referências

BACCHETTA, Victor. El periodismo ambiental. In: BACCHETTA, Victor (Org.). **Ciudadanía planetaria**. Montevideo: IFEJ/FES, 2000. p. 18-21.

CAVALCANTI, Clóvis. (org.). **Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 2003.

GIRARDI, Ilza et al. Caminhos e descaminhos do jornalismo ambiental. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, n. 1, p. 132-152. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

GIRARDI, Ilza; MORAES, Cláudia Herte de; LOOSE, Eloisa Beling; BELMONTE, Roberto Villar (org.). **Jornalismo Ambiental: teoria e prática**. Porto Alegre: Editora Metamorfose, 2018.

LUCENA, Gabriela; SIMÕES, Antonio. Desafio em pauta: como um tema negativo pode ser trabalhado com base no jornalismo de soluções. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46. 2023, Belo Horizonte. **Anais** [...] Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2023.

SIMÕES, Antonio. **Jornalismo de soluções**. Curitiba: Editora Appris Ltda, 2022.

SOUZA, Mariana Goelzer de. **Jornalismo de soluções: um caminho possível**. 2017. 81f. Trabalho de Conclusão de Curso- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

OLIVEIRA, Poline Almeida de. **Uma análise da cobertura socioambiental**. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: fev. 2025.

LOOSE, Eloisa Beling; GIRARDI, Ilza. O Jornalismo Ambiental sob a ótica dos riscos climáticos. **Interin**, v. 22, n.2, p.154, 2017.

Webjornalismo: reflexões sobre critérios de noticiabilidade e espaço supraterritorial da notícia

Clebson Lustosa Brandão LIMA
Samantha CASTELO BRANCO
Universidade Federal do Piauí

RESUMO

As relações interpessoais e os processos comunicacionais ganham novos contornos com o advento da internet e o surgimento de portais de notícias e redes sociais digitais. Nesse cenário, Scholte (2002; 2005; 2007) faz uso do termo supraterritorialidade para se referir a acontecimentos que, impulsionados pelas tecnologias, não se prendem a fronteiras, transitando mundialmente numa espécie de ausência de limites físicos e geográficos. Nesse sentido, as discussões deste artigo se voltam à compreensão acerca da divulgação de informações pelo webjornalismo na atualidade, que possibilita a um fato de ordem local ou regional o alcance de públicos no âmbito nacional e global. Para concretização da proposta, recorre-se a autores que discutem os critérios de noticiabilidade (Erbolato, 2002; Traquina, 2022; 2008), o webjornalismo (Recuero, 2009, 2011; Wolton, 2012; Ferrari, 2004; Palacios, 2002) e a ideia de supraterritorialidade (Scholte, 2002; 2005; 2007).

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo; Notícia; Critérios de Noticiabilidade; Supraterritorialidade.

Introdução

Historicamente, os veículos midiáticos inserem-se no cenário mundial da comunicação desde a circulação dos primeiros jornais impressos no século XVII. Seja o fato de cunho global, nacional, regional ou local, para ser veiculado pela imprensa é necessário que observe determinados aspectos que justifiquem sua divulgação. No âmbito jornalístico, os acontecimentos são avaliados sob a ótica dos critérios de noticiabilidade, que abarcam exatamente os motivos que determinam sua veiculação midiática.

Nessa discussão, o fator proximidade sempre foi considerado, uma vez que o público costuma demonstrar interesse por acontecimentos em seu entorno. O local adquire, nesse sentido, certo relevo, assim como os fatos regionais.

No entanto, os contornos trazidos pela globalização geram novas reflexões acerca das demarcações ou subdivisões que o espaço territorial assume por conta das tecnologias, fazendo com que acontecimentos locais ou regionais, por exemplo, sejam acompanhados em larga escala.

Nesse cenário, este artigo se propõe a refletir sobre a ideia de supraterritorialidade no webjornalismo, conceito concebido por estudiosos do fenômeno da globalização para esclarecer que, na era global, as relações não ocorrem somente em sua territorialidade, ou seja, campo geográfico/relevo físico.

As relações interpessoais e os processos comunicacionais expandem-se e ganham novos contornos, especialmente com a internet, os portais de notícias e as redes sociais digitais. Scholte (2002; 2005; 2007) faz uso do termo supraterritorialidade para se referir aos acontecimentos que não se prendem a fronteiras e que transitam mundialmente numa espécie de ausência de campo geográfico/ relevo físico, impulsionados pela força tecnológica.

Desse modo, as discussões deste estudo se voltam à compreensão acerca da divulgação de informações pelo webjornalismo na atualidade, o que exige revisitar a literatura sobre critérios de noticiabilidade, acrescentando a noção de que a veiculação de conteúdos jornalísticos por portais e sites de notícias tem o potencial de alcançar não apenas um público local ou regional, mas também nacional e global.

Recorre-se, para concretização da proposta, à revisão de literatura considerando autores que abordam conceitos de critérios de noticiabilidade, como Erbolato (2002); Traquina (2022, 2008); webjornalismo (Recuero, 2009, 2011; Wolton, 2012; Ferrari, 2004; Palacios, 2002) e supraterritorialidade (Scholte, 2002; 2005; 2007).

A notícia no âmbito global

A notícia corresponde à socialização de informações verídicas dotadas de embasamento real que comprove o fato referenciado na mídia (Lage, 2006). Essa situação significa que nem toda informação divulgada poderá ser idônea, mas, no jornalismo, a notícia necessita do pressuposto da verdade para que seja veiculada, pois basta um noticiamento falso e/ou equivocado para ir a abaixo a credibilidade ética e profissional do jornalista e da empresa de comunicação responsável pela mídia que socializou o fato (Silva, T.; Oliveira, 2019).

Jornalismo, notícia e verdade diz respeito a uma tríade que não pode ser desfeita e/ou alterada, pois em um deslize e a função social jornalística se perde (Medischt, 2007). Nesse contexto, explica-se que conforme Medina (1982) a função social do jornalismo refere-se ao fornecimento social de notícias pautadas na verdade dos fatos que possuam interesse público dando voz aos envolvidos e direito de respostas aos apontados pautando-se em pressupostos

democráticos da livre expressão, opinião e inclusão cidadã dos acontecimentos e nichos populacionais envolvidos.

A notícia sendo matéria-prima do jornalismo (Erbolato, 2002) possui uma responsabilidade e representação ímpar na sociedade, não podendo sua produção ser descomprometido com as transformações sociais (Medischt, 2007).

Contudo, a medida dessa responsabilidade social do jornalismo está atrelada a, entre outros aspectos, aos interesses dos proprietários dos meios de comunicação e a questões comerciais, pois, segundo Souza (2019), notícia e jornalismo na esfera global, em uma percepção majoritária, caracteriza-se fortemente pelo discurso hegemônico ditado pelos detentores do poder, da mídia e do conhecimento.

Isso ocorre porque, conforme o autor citado, os jornalistas – profissionais da construção da notícia – não são os proprietários dos meios, mas, sim, funcionários de empresas de comunicação, sendo eles políticos, economistas, empresários ou líderes religiosos que fundam empreendimentos de comunicação e jornalismo com determinadas metas. Assim, a transformação socioinformativa a ser gerada acaba sendo submetida ou formatada a partir desses interesses mercadológicos, empresariais, ideológicos ou políticos e não exatamente em sintonia com os anseios sociais (Soares, 2015).

Ainda assim, a notícia jornalística no espaço global possui uma importância grandiosa para o cumprimento da função informativa junto à sociedade e, quando essa missão deixa de ser cumprida, as consequências são sentidas, como assinala Romanet (2013, p. 53): “Costumamos pensar que os meios de comunicação são essenciais à democracia, mas atualmente, eles geram problemas ao sistema democrático, pois não funcionam de maneira satisfatória para os cidadãos”.

A percepção do autor remete a crise entre o jornalismo real e o de mercado, com a função social do jornalismo em ameaça. Assim, Traquina (2008, p. 207-208) ressalta que:

O poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e, também, por partes das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias de uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio.

Mesmo com as preocupações acima, o jornalismo não pode abandonar os princípios formativos da profissão, pois sua função social é o pilar do exercício da profissão, devendo ser

considerada quando da análise da transformação de um fato em notícia a ser veiculada pela mídia.

Critérios de noticiabilidade no jornalismo

No âmbito jornalístico, a noticiabilidade de um fato vai depender de critérios que, segundo Franciscato (2003, p. 171), “são um conjunto de referências estáveis na rotina jornalística de trabalho que, analisadas em sua regularidade, revelariam a noticiabilidade de um evento”. Os critérios que pautam a notícia funcionam com uma “fórmula” que conforme Traquina (2002, p. 203) “são elementos básicos da cultura jornalística, partilhados pelos membros da comunidade interpretativa”.

Devido ao fato dos critérios serem consequência da comunidade interpretativa, a literatura sobre o assunto aponta diversos posicionamentos sobre uma variedade de tipologias de critérios de noticiabilidade que podem ser usados como referências para o jornalista, como traz o quadro a seguir:

Quadro 1 – Diversificação dos critérios de noticiabilidade

Autores	Critérios de Noticiabilidade Descritos
Stieler	Novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo
Lippman	Clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
Bond	Referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); consequências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
Galtung e Ruge	Frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo
Golding-Elliot	Drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
Gans	Importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
Warren	Atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.
Hetherington	Importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual / crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito / atrativo.
Shoemaker	Oportunidade, proximidade, importância / impacto, consequência, interesse, conflito / polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade / curiosidade / raro.
Wolf	Importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.

Erbolato	Proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura, conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo, idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa, suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas, invenções, repercussão e confidências.
Chaparro	Atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
Lage	Proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.
Traquina	Morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia e infração ou escândalo.

Fonte: Silva, G. (2018, p. 11).

A sintetização oferecida acima na intenção de se repensar os critérios de noticiabilidade e suas variações leva à constatação de que há classificações mais amplas e outras mais enxutas, havendo, em alguns casos coincidência de critérios idênticos na proposta de diferentes autores, como proximidade, atualidade, impacto e importância.

Já Sousa (2002) opta por reduzir os critérios de noticiabilidade a previsibilidade e imprevisibilidade dos fatos. Assim, os acontecimentos possíveis de serem noticiados jornalisticamente são vistas do seguinte modo:

Quadro 2 – Previsibilidade e imprevisibilidade dos fatos a serem pautas para notícia

FATOS PREVISÍVEIS VERDADEIROS ACONTECIMENTOS	ACONTECIMENTOS IMPREVISTOS COMO CATÁSTROFES E FENÔMENOS NATURAIS
Pseudoacontecimentos	Acontecimentos provocados e fabricados com o objetivo de se tornarem objeto de discurso, obviamente, acontecimentos previsíveis
Acontecimentos mediáticos	Acontecimentos previamente planejados para se tornar notícia e que independem, inclusive, da presença dos meios de comunicação, como eventos de Estado, jogos ou festividades de caráter esportivo, como Copas do Mundo ou Jogos Olímpicos.
Mega-acontecimentos	Acontecimentos de grande dimensão, muitas vezes custosos de catalogar visto seu largo alcance, sendo autenticamente possível nomeá-los dessa forma.
Não acontecimentos	Notícias construídas, produzidas e divulgadas com suporte em relatos de fatos que sequer estavam previstos para acontecer, quer dizer, não havia previsão de determinado fato, mas a não previsão não impediu que este fato se revertisse em acontecimento, nesse caso, ocasionando um ‘não acontecimento’
IMPREVISIBILIDADE DOS FATOS EM FUNÇÃO DO TEMPO	ACONTECIMENTOS QUE NÃO ESTAVAM SENDO ESPERADOS
Pré-determinados	Acontecimentos ‘pré-determinados’, sendo assim intencionais e anunciados.
Acontecimentos em desenvolvimento	Acontecimentos que se encontram em fase de prosseguimento.

Fonte: Sousa (2002, p. 209-210).

É importante ressaltar que, embora sistematizados, os critérios podem sofrer algumas variações na literatura e, especialmente, em sua aplicação no fazer jornalístico. Também é importante a compreensão de que, independentemente da notícia ter caráter global, regional ou local, a mesma acaba por obedecer a determinado(s) critério(s) de noticiabilidade. Nesse sentido, a atividade jornalística se assemelha aos trabalhos mercadológicos, quando o produto necessita seguir determinados parâmetros para ser disponibilizado (Medina, 1988).

No caso dos fatos que se tornam notícias, eles seguem esses chamados critérios de noticiabilidade, como coloca Rodrigues (1993, p.27): “o acontecimento jornalístico é, por conseguinte, fato de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pelas leis da probabilidade”.

Os critérios de noticiabilidade levam em conta acontecimentos com características de excesso, falha e inversão, ou seja, que possuam o valor-notícia. De acordo com Nelson Traquina (2008), os valores-notícia são divididos em valores de seleção e de construção. O primeiro resulta em normas utilizadas pelo jornalista ao preferir acontecimentos em relação aos outros. Enquanto isso, os valores-notícia de construção designam o que será destacado no texto, o enfoque, ou então, o que deve ser omitido e priorizado no momento de construção da notícia.

Nessa perspectiva:

[...] a construção da narrativa jornalística assume papel fundamental durante a composição das notícias. Além da representação factual, o modo como o jornalista encara a realidade e molda sua percepção influencia no produto final. As narrativas são elaboradas através de metáforas, exemplos, frases feitas e imagens, ou seja, símbolos de condensação (Traquina, 1993, p.169).

Os critérios de noticiabilidade são utilizados com o intuito de sustentar os pilares do Jornalismo, como a neutralidade, objetividade, imparcialidade e verdade. Esses conceitos prezados pela prática jornalística têm a proposta de manter o status de verdade adotado pela atividade.

Segundo Arendt (2014, p. 322), “a prática do dizer a verdade no jornalismo ultrapassa a função de informação diária, tendo sobretudo a utilidade de orientar as pessoas em um mundo de constante transformações, assim como fazer encontrá-las em um lugar social”. Os critérios

de noticiabilidade regem, de certo modo, a produção do jornalismo. Ao entrar em contato com as narrativas, os acontecimentos são apresentados ao leitor como se ocorressem ao mesmo tempo. Mas, além disso, há um processo de rememoração e expectativa, ou seja, a narrativa leva o leitor a se voltar para o espaço- tempo passado e presente.

Assim como justifica Antunes (2007, p. 09) “a notícia não trata de uma retrospectiva de acontecimentos históricos, mas necessariamente orienta sua co- temporalidade entre acontecimento e circulação do acontecimento, não os privando e sim os orientando por linhas de fuga que figuram representações de passado e futuro”.

Os critérios de noticiabilidade são essenciais para compreender o acontecimento e realizar produção do material jornalístico, contudo é preciso haver uma regulação interna que organize o trabalho do jornalista, logo que uma série de interferências agem durante as etapas deste ofício.

Sendo assim, em detrimento do exposto da notícia jornalística no âmbito global e seus critérios explana-se a seguir o sentido contrário da temática que refere-se ao regionalismo noticioso que atua como um meio de romper os padrões excludentes da globalização no campo geocomunicacional e jornalístico. A essa assertiva, refere-se regionalização e discute-se, a seguir, esse amplo assunto.

Webjornalismo: espaço supraterritorial da notícia

No espaço global, as relações e a comunicação expandiram-se devido à tecnologia e à internet e essa nova peculiaridade denomina-se supraterritorialidade (Scholte, 2002; 2005; 2007). Nesse campo de estudo, não há apenas essa palavra para se referir aos acontecimentos sem fronteiras permitidas pela internet na globalização, pois Haesbaert (2016) utiliza o termo desterritorialização, ou seja, ausência de campo geográfico/ relevo físico. Desse modo, explana-se que ambas as palavras são sinônimas mas, usa-se, neste estudo a denominação de Scholte¹¹ referente à supraterritorialidade das relações no mundo global, inclusive, sobre a notícia.

¹¹ Scholte é Doutor em estudos da globalização. Pesquisador do Centro para o Estudo da Globalização e Regionalização (CSGR). Escritor de vários livros sobre globalização, mudança social, governo policêntrico, legitimidade na governança global, democracia global, sociedade civil na política global e governança da Internet. Seus livros são conhecidos e traduzidos mundialmente (Universidade de Leiden, 2022).

Sendo assim, explica-se que consumir informação nos tempos de relações supraterritoriais não é apenas entrar em contato com certas áreas do conhecimento, como economia, política, cultura, entre outros domínios, mas é ter interesse pela informação propriamente dita e pelos processos comunicacionais que envolvem a produção de uma notícia (Ramonet, 2013).

Desse modo, com o surgimento da internet e a criação das redes sociais, a produção de informação passou a ser sem barreiras. Conforme pontua Almeida et al. (2013, p.13):

Os dispositivos móveis são propulsores de um novo ciclo de inovação, porque vão reconfigurar a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. E, ao mesmo tempo, implicarão também em mudanças nas rotinas das redações e em novas habilidades para o profissional atuar nesse ecossistema, do qual emergem os aplicativos (apps) jornalísticos, em especial os produtos autóctones – apps originais para tablets – criados de forma nativa com material exclusivo e tratamento diferenciado.

Com o advento dos computadores e o surgimento da internet no seio familiar veio por modificar as relações sociais e, conseqüentemente, a atividade jornalística. Anteriormente, quando um tema não entrava em discussão através da mídia tradicional terminava por ser silenciado e esquecido. Nesse sentido, a internet passou a ser usada com a função de conceder voz a movimentos que geralmente são negligenciados pela grande imprensa. Os burburinhos gerados nas plataformas, atualmente, servem de termômetro para a produção de notícias.

De acordo com Bartkowiak et. al. (2017), compreende-se que os cidadãos foram grandes responsáveis pela divulgação dos acontecimentos através das mídias sociais, que possibilitaram a propagação dos levantes populares. O uso das redes sociais proporcionou a potencialização das demandas da massa. Considerando a nova dinâmica de globalização, atores não estatais adquirem a capacidade de estimular mudanças na estrutura Estatal, com a formação de movimentos sociais.

Tal discussão permite entender o lugar central em que a mídia se insere na sociedade, além da capacidade das ferramentas de comunicação interativas criarem novas possibilidades para os indivíduos se engajarem em comunicação.

A mídia é, ao mesmo tempo, parte do tecido da sociedade e da cultura e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua. A dualidade desta relação estrutural

estabelece uma série de pré-requisitos de como os meios de comunicação, em determinadas situações, são usados e percebidos pelos emissores e receptores, afetando, desta forma, as relações entre as pessoas (Hjarvard, 2012, p. 54-55).

Essa função que a internet assume em suscitar discussões de caráter social desponta, conforme Recuero (2011, p. 07), “em serviços informativos modificando os fluxos informacionais também no ciberespaço. Os laços sociais que interconectam os indivíduos na sociedade são também canais de informação que possibilitam que essas circulem dentro dos diversos grupos”.

Assim nesse aspecto, a internet proporcionou que no âmbito das redes sociais, haja a criação de espaços mais amplos com uma variedade maior de conexões e discussões. São vias de informação permanentemente abertas.

Outra característica notória é o contato estabelecido na maioria das vezes entre pessoas que são desconhecidas uma das outras. Essas relações também possuem impacto na disseminação de informações. “Quanto mais laços fracos mais acesso às informações um mesmo ator tem. Assim, a tecnologia auxilia no suporte ao recebimento da informação, mas igualmente, na produção e circulação das mesmas” (Recuero, 2011, p. 08).

A efervescência de informação nas redes sociais faz com Recuero (2009) sistematize três relações possíveis entre as mídias e o jornalismo. Os vínculos são: produção de informação, filtros de informação e reverberação de informações.

Na lógica da autora, na internet o ponto de partida para uma notícia quando uma discussão surgida na rede acaba recebendo atenção da mídia. Isso acontece, quando acontecimentos que tomam proporção nas redes sociais alimentam pautas para os veículos jornalísticos. Portanto, na internet “enquanto circuladora de informação, pode-se gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida em que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais” (Recuero, 2009, p. 47).

Entretanto, o volume de discussões e pessoas interagindo no âmbito digital sinaliza também atenção. Segundo Zago (2011), a estrutura descentralizada do ciberespaço possibilita, ao menos em teoria, que qualquer usuário se converta em fonte potencial para o jornalismo. A internet diversifica as fontes – o próprio usuário passa a poder ser fonte, recorre-se não apenas a fontes oficiais. Isso também aumenta a responsabilidade dos usuários como fontes para jornalistas. Por isso, aparece a necessidade de encontrar critérios próprios para avaliar a condição das fontes.

Além disso, as redes também acabam por se confundir com as mídias tradicionais em determinados momentos. Pode-se mencionar situações em que políticos e famosos utilizam o twitter para postar alguma frase que trata de trabalho ou opinião. Observando, a mídia social não se diferenciou de uma cobertura convencional da imprensa. “Foi a reprodução das práticas e rotinas de produção da notícia, porém, agora, sem a necessidade de fazer perguntas antes de obter as respostas” (Vieira; Cervi, 2010, p. 12).

Em linhas gerais, a troca entre internet e jornalismo emerge de diferentes utilidades. Enquanto pode ser cenário de discussão, pautar a grande imprensa, assim como comentar e levar a discussão do que já é notícia para as mídias tradicionais; as redes sociais possuem uma função convencional que seria associada, por exemplo, a uma assessoria de imprensa. Falas e depoimentos de pessoas públicas corresponderiam a um release ou nota veiculada no site institucional da figura em questão.

O conceito refere-se ao uso da internet para organização e divulgação de movimentos politicamente motivados, neste caso o ativismo negro. Eles são propostos com o objetivo de alcançar tradicionais metas ou lutar contra injustiças que podem suceder na própria mídia (Gurak; Logie, 2003).

Assim, segundo Santos (2011, p.3):

O ciberativismo chega ao Brasil em meados de 1990, com o avanço da internet e a entrada de ativistas políticos, sociais e ambientalistas na rede. Para os ciberativistas o uso da internet é um meio de “driblar” os meios de comunicação tradicionais, que na maioria das vezes não oferecem espaço para que a opinião pública se manifeste. Com isso a rede se torna um espaço “público” em que os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas ideias. Apesar de parecer muito simples, e de depender apenas de um clique, o ciberativismo - que nasce com a entrada de ativistas na rede -, vem com uma proposta de conscientização através da internet. Na maioria dos casos uma movimentação que começa na internet e acaba nas ruas. E para isso não basta apenas o ciberativista, mas o ativista “real” também.

Com a disseminação de informações e a articulação proporcionada pela internet, o ciberativismo vem tomando maiores frentes e, conseqüentemente, consegue agir de uma forma maior no mundo real. Portanto, um assunto que anteriormente seria silenciado consegue voz na internet e palco para discussão. Hoje a internet permite “o enfrentamento do monopólio da comunicação pelas corporações e grupos econômicos, gerando estratégias sociocomunicacionais imprevistas” (Paiva, 2013, p. 3).

Então, esse espaço supraterritorial da notícia no espaço virtual que se expandiu pelo uso da tecnologia foi denominado de webjornalismo e tem início em 1995, nos Estados Unidos, com a popularização da internet no país. Essa nova modalidade de trabalho jornalístico foi criada visando a um novo alcance das notícias buscando quebrar/romper as barreiras estatísticas da distância dos públicos e, assim, o jornalismo ultrapassou as limitações de suas fronteiras geográficas (Wolton, 2012).

Contudo, destaca-se que a capacidade ampla de divulgar a notícia não implica, necessariamente, que o webjornalismo tem por missão, por assim dizer, noticiar assuntos globais, mas, segundo Wolton (2012), o jornalismo on-line trouxe a capacidade ímpar de tornar mundialmente conhecimento fatos regionais de uma sociedade específica.

O jornalismo virtual tem a capacidade de disponibilizar uma notícia a um público amplo no contexto global, pois o webjornalismo corresponde, metaforicamente, à um terreno fértil para se informar (Ferrari, 2004). Os sites ainda oferecem um material dinâmico, atualizado e a notícia é veiculada de forma diversificada, pois, além do texto, ainda se pode trabalhar com imagens, vídeos, animações, infográficos, hipertextos “constituindo uma estrutura plural que explora os diferentes sentidos da percepção humana” (Ataíde, 2010. p. 5).

Os portais de notícias também atuam com a ideia de espaço e tempo diferentes das mídias clássicas como, por exemplo, jornal impresso, rádio e TV, que muitas vezes ficam limitados à quantidade de folhas a serem impressas ou aos minutos que podem ficar no ar. Na contramão de tudo isso, os sites podem ir além, pois contam com “um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso (sob os mais variados formatos mediáticos)” (Palácios, 2002. p.6).

Fora isso, no jornalismo on-line acervos informacionais são criados quase que de forma “espontânea”, dados compilados e recortes se juntam em arquivos na rede e, assim, “o volume de informações já publicadas nos portais pode ser diretamente disponível ao usuário, através dos arquivos, que ficam armazenados” (Ataíde, 2010. p.07).

Desse modo, o jornalismo na web proporciona mecanismos e ferramentas para levar informação de forma rápida favorecendo até a melhor absorção desse conteúdo por quem ler. Algo que pode, inclusive, ajudar no processo de acesso a conteúdo de coberturas regionais. O processo de produção e veiculação da notícia no webjornalismo não se difere, essencialmente, das demais modalidades jornalísticas, pois o lead ainda continua como pilar da escrita da

informação jornalística, porém para agregar o diferencial insere-se algumas particularidades que somente é possível no jornalismo digital como, por exemplo, o hipertexto (Ferrari, 2004).

A internet tornou-se um espaço democrático, por assim dizer, onde a publicação é livre, mas, porém, há um grande problema com responsabilidade e ética. Conforme Ramonet (2013, p. 52), as questões de responsabilidade e ética estão no “centro da preocupação dos jornalistas, pois a industrialização da informação reclama dela uma rentabilidade imediata. O aparecimento de novas tecnologias que transformaram a atuação profissional”.

É com essa preocupação, que ocorre a criação dos códigos deontológicos relacionados aos primeiros congressos de imprensa, como em Chicago nos Estados Unidos no ano de 1893.

Durante as reuniões se discutiam temas como a imprensa e a moral pública e a imprensa como defensora dos direitos humanos. “No Brasil, o primeiro congresso de jornalistas aconteceu em 1908, no Rio de Janeiro, e teve a ética jornalística como um dos temas principais. No entanto, o primeiro código deontológico só foi formalizado no meado do século” (Deolindo, 2013, p. 04).

A primeira versão do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros data de 1949, com o respaldo da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), entidade criada em 20 de setembro de 1946. A segunda versão vigorou de 1968 a 1986 e terceira, de 1986 a 2008. A última versão foi desenvolvida após reunião em Vitória (ES), em agosto de 2007, jornalistas representando empresas e sindicatos de todo o Brasil votaram favoravelmente ao novo texto, que já vinha sendo trabalhado há três anos.

O Código dispõe as regras da prática jornalística em cinco capítulos Deolindo (2013, p. 05):

O direito fundamental do cidadão à informação é declaradamente a base do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. O documento enfatiza o papel do jornalista como mediador entre os fatos e as instituições públicas e privadas e o interesse público, defendendo o acesso irrestrito do profissional da notícia às fontes e às informações verazes, em nome da obrigação social dessas mesmas instituições detentoras das informações e promotoras dos fatos e em nome da responsabilidade social do jornalista, que é informar o público sobre o que é relevante e de seu interesse. Quaisquer obstáculos à obtenção da notícia ou à sua veiculação, segundo o código, devem ser denunciados ao conselho de ética da categoria e combatidos.

É preciso ressaltar ainda que o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros não é o único documento ou parâmetro que regula a atuação dos jornalistas. A Lei Nacional de Imprensa Nº

5.250, de 9 de fevereiro de 1967, por exemplo, que vigorou durante o regime militar no Brasil consiste em uma tentativa de regular o trabalho da imprensa. Além disso, instituições de mídia também possuem um código específico como a Associação Nacional dos Editores de Revista, a Associação Nacional de Jornais e a Associação Brasileira de Representantes de Veículos de Comunicação. Outras entidades, como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, a Associação Brasileira de Rádio e Televisão e a Associação Brasileira de Jornalismo Científico, para citar algumas, orientam seus trabalhos por um estatuto social, que possui ao lado das descrições burocráticas, algumas diretrizes éticas (Deolindo, 2013, p. 05).

Sendo assim, é mister frisar que o trabalho jornalístico com a supraterritorialidade da notícia não está isento das mesmas responsabilidades, pois, como salienta Dalmonte (2010, p. 329), o jornalismo “dá a forma, são traçados os contornos de um acontecimento, ele ganha cor e profundidade; articula-se à vida do destinatário que, por sua vez, se vê ligado ao mundo que o circunda.

Considerações finais

A divulgação de notícias por meio da internet trouxe a possibilidade de tornar mundialmente conhecido um fato de ocorrência local ou regional. O webjornalismo pode tornar-se uma notícia conhecida amplamente com a difusão pela rede mundial de computadores. Além desse aspecto, o jornalismo digital acumula atributos que permitem a divulgação de forma diversificada, pois, além do texto, comporta imagens, vídeos, animações, infográficos, hipertextos, abarcando diferentes sentidos da percepção humana.

Atuando em espaço e tempo diferente das mídias clássicas, os portais oferecem conteúdos jornalísticos a partir da ideia de supraterritorialidade e, ainda que esses recebam uma abordagem local ou regional, têm o potencial de alcançar públicos no cenário global, existindo, então, condições para que o mundo tenha conhecimento acerca de fatos que rompem o estabelecimento de limites físicos e demarcações geográficas.

Nesse contexto, fatos que historicamente estiveram restritos ao conhecimento de moradores de determinados bairros, cidades ou regiões encontram na supraterritorialidade da internet a oportunidade de serem informados a um maior número de pessoas. Se, por um lado, essa possibilidade de ampliação de públicos teoricamente disponíveis ao acesso a uma notícia coloca em cheque o caráter local ou regional de um fato, podendo a ele dar uma amplitude global, por outro traz uma necessidade de reafirmação do fazer jornalístico comprometido com

aspectos éticos, com abordagem humanizada e, ainda, contextualizada, propiciando clareza nas informações.

Nesse cenário, princípios como a responsabilidade no processo de apuração dos fatos, o compromisso com as fontes ouvidas, o respeito à dignidade da pessoa humana e à diversidade cultural, além da garantia ao direito das pessoas à informação verdadeira e autêntica devem ser perseguidos tanto pelos que dirigem os grupos de mídia como por aqueles que atuam diretamente no fazer jornalístico. Afinal, o webjornalismo é, precipuamente jornalismo.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Yuri. et. al. A atuação jornalística em plataformas móveis: Estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. **Brazilian Journalism Research**. Volume 9, Número 2: 2013.
- ANTUNES, Elton. Acontecimento, temporalidade e a construção do sentido de atualidade no discurso jornalístico. **Revista Contemporaneidade**, Salvador, v. 6, n. 1. Junho de 2007.
- ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2014.
- ATAÍDE, Alidiane Emanuela dos Santos. **A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba**. 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/r23-1406-1.pdf>. Acesso em: 09 jul.2022.
- BARTKOWIAK, J. Z. Primavera árabe e as redes sociais: O uso das redes sociais nas manifestações da Primavera Árabe nos países da Tunísia, Egito e Líbia. **Cadernos de Relações Internacionais**, v. 10, n.1, 2017.
- DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Regras da casa**: Elementos para uma historiografia do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. IN IX Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto/MG. Anais do IX Encontro Nacional de História da Mídia.
- ERBOLATO, M. L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição de jornal diário. Ática, 2002.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. 120p.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Salvador, 2003. 336 p. Tese (doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6056/1/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2022.
- GURAK, L. J.; LOGIE, J. Internet protests, from text to web. In: MCCAUGHEY, AYERS, M.D. (ed.). **Cyberactivism**: online activism in theory and practice. London: Routledge, 2003.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

HJARVARD, S. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, 5(2), 53-91. 2012.

LAGE, N. **Estrutura da notícia**. 6.ed. São Paulo: Ática, 2006.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: Jornalismo na sociedade urbana industrial. 2.ed. São Paulo: Summus, 1988.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista**: responsabilidade social. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1982.

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

PALACIOS, Marcos. **Convergência e memória**: jornalismo, contexto e história. São Paulo – Brasil, 2010.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória**: apontamentos para debate. 2002. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2020.

PAIVA, C.C. **O julgamento do mensalão e as redes sociais de interpretação. Pistas para uma hermenêutica da comunicação e cultura midiática compartilhada**. Salvador: COMPÓS, 2013.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 2013.

RECUERO, R. Deu no Twitter, alguém confirma? Funções do jornalismo na era das redes sociais. **Anais do 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**. Rio de Janeiro: 2011.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

SCHOLTE, J. A. Definindo a Globalização. **Clm.economía**. v. 10, n.1, p. 15-63. 2007. Disponível em: <http://www.clmeconomia.jccm.es/pdfclm/scholte.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2022.

SCHOLTE, J.A. **Globalização**: uma introdução crítica. 2. ed. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2005.

SCHOLTE, J. A. **O que é globalização? A questão da definição, novamente**. Centro para o Estudo da Globalização e Regionalização Documentos de Trabalho, n. 109/02. WarwickUniversity/ESRC. 2002.

SILVA, Gislane. **Valores-notícia**: atributos do acontecimento (Para pensar critérios de noticiabilidade I). UFUSCAR. Santa Catarina. 2018.

SILVA, Thiago Dias.; OLIVEIRA, Luciana Duarte. O monopólio da verdade na era das FAKE NEWS. **Revista Ratio Juris**, v. 14. n.28, p.109-126, 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7103326.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **A utilização de fontes anónimas no noticiário político dos diários portugueses de referência**: Um estudo exploratório. Portugal, Lisboa. BOCC. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedrouutilizacao-fontes-anonimas.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2023.

SOUZA, T. S. M. **O jornalismo econômico e a cobertura da previdência nos anos de discussões das reformas**. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade - PPGCOM) - Universidade Federal do Tocantins. 2019.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Conselho Nacional de Geografia. 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **O que é Jornalismo**. Lisboa: Quimera Editores. 2002.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **As notícias**. In: TRAQUINA, Nelson (org). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

VIEIRA, J. F.; CERVI, E. U. O Twitter como pauta no jornalismo político do Paraná. In: XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo, 2010, Novo Hamburgo. **Anais**. Novo Hamburgo, 2010.

WOLTON, Dominique. **Internet e Depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Tradução de Isabel Crossetti. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ZAGO, Gabriela da. O twitter como fonte para o jornalismo. **R. Interamericana de Comunicação Midiática**. V. 10, n. 20, 2011.

A Ascensão do Podcast: Uma Análise do Papel do 'Morde & Assopra' no Cenário de Picos

Camylla de Sousa SILVA
Luciana França Pereira PRIMO
Rita de Cássia Silva do NASCIMENTO
Jailson Dias de OLIVEIRA
Universidade Estadual do Piauí

RESUMO

Meios de comunicação, como podcasts, estão cada vez mais presentes na sociedade. O presente artigo aborda o crescimento desse formato, com foco na cidade de Picos, onde se localiza um dos maiores entroncamentos do Piauí e tem uma significância imensa no ramo da comunicação. Tendo como principal objeto de análise o "Morde & Assopra", integrante do podcast "Pod Morder", um programa leve e dinâmico transmitido pela Rádio Cidade Modelo. A problemática central é: como esses podcasts são produzidos, seus custos e a importância para a mídia local. O presente trabalho analisa o novo protagonismo desse modelo de comunicação, alinhado à era digital. Por fim, conclui-se a importante contribuição dos podcasts para a mídia local, pois é considerado um meio mais acessível e melhor custo-benefício. No entanto, ainda há um longo percurso a ser percorrido para que esse meio de comunicação, em Picos, alcance uma maior diversidade de temas e uma abrangência mais significativa. A metodologia adotada neste estudo consistiu na coleta e análise de dados, tendo como base os estudos de autores importantes. Destacam-se Lemos (2024), para a definição do que é podcast, e Silva e Santos (2020), para pesquisas sobre a popularidade, os formatos e os conteúdos dos podcasts. Os resultados mostram que o podcast "Morde & Assopra" é relevante para o cenário de Picos. Além disso, evidenciam que, apesar das dificuldades e desafios na produção desse formato, ele vem ganhando espaço gradualmente. No entanto, o foco principal continua sendo o entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: Podcasts; Picos; mídia regional; comunicação.

Introdução

O podcast tem se popularizado cada vez mais e, com a evolução da internet, vem trazendo inovações constantemente. A palavra "podcast" é derivada da junção de "iPod", reprodutor de mídia da Apple, e "broadcast", que significa transmissão e disseminação de conteúdo. No Brasil, surgiu no final de 2004, e tornou-se uma forma de transmissão de conteúdos cada vez mais essencial. O primeiro podcast no Brasil foi o Digital Minds, criado por Daniel Medeiros, que teve seu lançamento em 21 de outubro de 2004 (Portal da Comunicação, 2024). Em 2006 surgiram outros Podcasts, o Nerdcast e o Café Brasil (Spotify, 2023). Os podcasts oferecem formas de acesso mais simplificadas e não exigem investimentos

muito altos. Além disso, existe uma grande variedade de plataformas disponíveis para a sua disseminação, entre elas o Spotify, Deezer, Apple Podcasts e Google Podcasts.

O podcast, enquanto ferramenta de comunicação e entretenimento, tem se consolidado como uma alternativa prática e acessível para a produção e consumo de conteúdo, especialmente com a evolução da internet. Sua popularidade deve-se, em grande parte, ao baixo custo de produção e à facilidade de acesso em plataformas diversas, permitindo que produtores independentes abordem temas variados e alcancem públicos específicos.

Na cidade de Picos, localizada no interior do Piauí é reconhecida como um polo econômico regional, a presença de podcasts reflete a adaptação da comunicação local às novas formas de mídia. Entre essas produções, destaca-se o “Morde & Assopra”, programa pertencente ao podcast “PodMorder”, transmitido pelo canal no YouTube. Embora não trate diretamente do tema cultural da cidade, o programa tem foco no entretenimento local, trazendo conversas descontraídas e conteúdos que dialogam com o público regional, fortalecendo a dinâmica de interação digital.

A construção de um podcast envolve uma série de etapas que vão desde a escolha do tema até a edição e publicação dos episódios. Diferentemente de outros formatos, ele se destaca pela flexibilidade e pela proximidade com os ouvintes, muitas vezes adotando uma linguagem mais informal e interativa. Ferramentas simples, como microfones acessíveis, softwares de edição gratuitos e plataformas como o YouTube, tornam o processo mais viável, especialmente para produtores de regiões interioranas.

A análise do “Morde & Assopra” como um podcast local permite observar a relevância do formato em cidades como Picos, evidenciando o papel da mídia digital na criação de conteúdos voltados para o entretenimento e a aproximação entre criadores e ouvintes.

Podcast: o novo protagonista na era digital

No início do primeiro semestre de 2020, com o confinamento causado pela pandemia de COVID-19, o boom dos podcasts teve um aumento significativo. O isolamento social levou as pessoas a consumirem mais conteúdos informativos e de entretenimento. Esse fenômeno resultou em um crescimento massivo da audiência, com altos números de ouvintes e o surgimento de ainda mais podcasts. Segundo Paisana e Martins (2021), pesquisas realizadas em Portugal sobre o consumo de podcasts durante a pandemia apontaram um aumento no consumo de notícias. Os resultados obtidos pelo *Projeto Pandemia e Consumo de Mídia*

identificaram as mesmas tendências em outros países. No entanto, com o passar do tempo, esses conteúdos voltaram a se estabilizar em níveis próximos aos registrados no período pré-pandemia. Lemos (2024) define que:

O podcast é assim um sistema de produção e difusão de arquivos sonoros que guardam similitudes com o formato dos programas de rádio. O sistema funciona da seguinte forma: com um computador doméstico equipado com um microfone e softwares de edição de som, o usuário grava um programa (sobre o que quiser), salva como arquivo de som (MP3, por exemplo) e depois torna-o disponível em sites que são indexados em agregadores RSS (Really Simple Syndication). O usuário baixa o arquivo para o computador e daí para seu tocador de MP3. O sistema, criado pelo ex-VJ da MTV americana Adam Curry, pressupõe a cadeia completa de produção e de distribuição. Podcasting é esse conjunto de tecnologias para produção e distribuição de conteúdo sonoro. (Lemos, 2024, p.3)

Lúcio Luiz, Pablo de Assis, Déborah Salves e Gustavo Guanabara (2010) discutem que o podcast tem ganhado cada vez mais espaço na internet, graças à sua facilidade de criação e distribuição. Eles ainda acrescentam que:

Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio, cuja principal característica é o formato de distribuição que os diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de audioblogs e similares, o podcasting. Também há os chamados “videocasts”, programas audiovisuais que utilizam a mesma forma de distribuição de dados dos podcasts, embora menos difundidos que os programas exclusivamente de áudio. (Luiz; Assis; Salves; Guanabara, 2010)

Ainda segundo os autores (Luiz et al., 2010), "embora faça referência direta ao iPod, o podcasting não ficou limitado a esse reproduzidor de mídia digital, sendo desenvolvidas posteriormente formas de associá-lo a quaisquer tocadores." Com isso, esses programas passaram a ser denominados podcasts. Eles ressaltam que, para ser considerado um podcast, não basta apenas publicar um áudio em uma página na internet. Todo o processo exige um conjunto de fatores para funcionar, mesmo com a existência de edições e periodicidade.

Silva e Santos (2020) realizaram pesquisas para analisar os podcasts mais populares no Brasil e nos Estados Unidos no ano de 2019. No Brasil, o critério de análise foi baseado nas plataformas Spotify e Apple. A pesquisa incluiu os 20 podcasts mais populares do país. O Nerdcast ficou em primeiro lugar, seguido pelo Mamilos em segundo e pelo Primocast em terceiro, entre outros. Segundo Silva e Santos (2020), os "formatos e conteúdos mais

explorados pelos podcasts" são: jornalismo, storytelling, entrevista, debate, crime, humor, política, rádio, comentários, ciência, educativo, monólogo e quiz. Eles também concluíram que:

No Brasil, o formato que se consagrou como o mais popular entre os podcasts analisados, com pelo menos nove ocorrências, é aquele que prioriza o debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais. Esse formato é bastante livre, podendo ter características diferentes a cada programa, e independe do tema ou temas discutidos, além de se mesclar ao formato das entrevistas (Silva; Santos, p.61).

Os podcasts também exercem influência no setor comercial. As possibilidades de divulgar produtos e empresas por meio desse formato representam uma importante forma de geração de renda para seus criadores. Silva e Santos (2020), ao abordar as pesquisas realizadas nos Estados Unidos e no Brasil, relataram que “a publicidade, a venda de produtos relacionados, o financiamento coletivo, a venda de assinaturas com recompensas exclusivas se mostraram as principais formas de viabilizar financeiramente as produções nos dois países.”

Outro fator importante diz respeito ao consumo dos telespectadores. Com a crescente ascensão dos podcasts e das novas formas de exibição, como os videocasts, observa-se um aumento no consumo sob demanda. Além disso, os conteúdos nichados dessas plataformas permitem ao público maior possibilidade de escolha. Segundo Medeiros (2005), "com o Podcasting, o ouvinte não fica à mercê da indústria sendo obrigado a ouvir aquela programação pensada e formulada para favorecer uma gravadora ou artista." Ele também acrescenta que:

Os usuários agem na rede de forma diferenciada assumindo papéis que vão desde receptores de conteúdo até emissores ou produtores de conteúdo. Não são apenas leitores, são também consumidores, redatores, ouvintes, espectadores. O “poder de emissão”, que emanava centralizado nas mídias convencionais, hoje, está nas mãos dos usuários da rede. Eles determinam o que vão ler, ouvir, ver e, ao mesmo tempo, podem interagir enviando críticas, sugestões, opiniões, não mais em tempo diferido, como eram as cartas enviadas para as redações dos jornais algumas décadas atrás (Medeiros, 2005, p.4).

A mídia não detém mais o poder centralizador na produção de conteúdo. Com o surgimento do podcasting, o próprio ouvinte assume o "poder de emissão", produzindo seu próprio conteúdo (Medeiros, 2005, p.5).

Mídia regional: a potencialização dos podcasts nos locais

A evolução significativa da internet contribui diretamente para o surgimento de novas formas de comunicação, possibilitando ao público o acesso aos conteúdos oferecidos pela mídia. Nesse contexto, a mídia regional exerce um grande poder de impacto sobre aqueles que estão inseridos em um determinado ambiente, promovendo identificação e proximidade com a comunidade local. Segundo Carneiro:

A mídia local ou regional existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa. Essa ideia remete a uma comunicação baseada em informação de proximidade, ou seja, a produção e a exibição do assunto pautado estão geograficamente próximas ou no seu raio de alcance. Essa comunicação remete aos fatos cotidianos das cidades, no interior, no mundo, sendo uma forma de interação social, de comunicação (Carneiro, 2022, p.18).

A autora ainda acrescenta que, na sociedade contemporânea, a internet implementou um novo modelo de comunicação, caracterizado pela propagação “de muitos para muitos” (Carneiro, 2022). Esse ciclo torna-se cada vez mais essencial, rompendo limitações e aumentando a aproximação entre os indivíduos.

Com a crescente onda de podcasts, surgem variadas formas de consumo para os espectadores. Quando um novo podcast é lançado, a audiência gerada por esses espectadores é o que permite a continuidade dos programas. Assim, o público exerce uma influência significativa. Na mídia regional, a participação da população é crucial, assim como foi no surgimento do rádio e permanece até os dias atuais. A população desempenha um papel fundamental na manutenção desses veículos informativos. No entanto, a criação de podcasts exige menos demandas em comparação aos meios radiofônicos, como destaca Murta.

Os podcasts assim como blogs, wikis e redes sociais remetem a uma dimensão de horizontalização da mídia. Não é mais necessário ter uma concessão do estado, como acontece com as rádios convencionais, ou das grandes instituições para produzir e distribuir conteúdo. Com a internet, esse sistema de comunicação está baseado na liberação de quem emite e recebe conteúdo, dependendo primordialmente da conectividade entre as pessoas para acontecer, o que reconfigura a paisagem midiática contemporânea. Desse modo, o fato de não estar ligado às grandes corporações e empresas e sistemas governamentais produz uma discussão interessante que engloba a construção de subjetividades mediadas pelos dispositivos e interfaces digitais que se configuram em padrões baseados nas redes (Murta, 2016, p.4-5).

Carneiro (2022) ressalta que “a emissão dos podcasts também é um diferencial quanto à radiodifusão. O rádio possui uma limitação territorial de alcance quando é sintonizado por meio analógico das ondas hertzianas.” A autora também destaca as vantagens que o formato oferece aos seus usuários por estarem hospedados na internet, o que não acontece em outros meios de comunicação, como o rádio, onde o ouvinte só pode escutar a programação quando ela é transmitida, de forma simultânea. Os podcasts permitem uma forma mais fácil de acessar o conteúdo, mesmo após a exibição dos episódios. Ela afirma que isso se tornou uma vantagem, pois o público pode acessar tanto conteúdos antigos quanto novos, quando quiser, independentemente do horário.

Essa questão norteadora levanta outro ponto sobre a indústria cultural: o fato de a mídia tentar manter o público refém de suas programações. Embora permita que os usuários escolham o que e quando vão assistir, essa liberdade não é completamente do usuário, pois o padrão imposto pela mídia ainda busca, de alguma forma, manter o público preso às suas programações. Adorno e Horkheimer (1947) analisam a Indústria Cultural como um sistema em que os conteúdos são padronizados e impostos pelo capitalismo. Filmes, programas de televisão e outros meios de comunicação são produzidos de maneira uniforme, seguindo um modelo que se repete continuamente. Essa padronização torna o público refém desse modelo, consumindo os produtos de forma passiva e simultânea, o que, por sua vez, garante a continuidade desses serviços. Os autores argumentam que essa manipulação cria uma relação de dependência do público em relação ao conteúdo e à mídia, consolidando o ciclo de dominação cultural.

Os podcasts, mesmo quando centrados no regional, fazem parte de um meio comunicativo que ultrapassa barreiras geográficas. Enquanto muitos deles, especialmente os produzidos em grandes metrópoles, têm um direcionamento voltado para o público nacional, aqueles criados em cidades com populações menores tendem a abordar questões mais específicas da cultura local. Esses podcasts, por exemplo, destacam músicas regionais e outros aspectos culturais que aproximam o público local e incentivam uma maior participação. Em contraste, ouvintes de outras regiões, com culturas e costumes diferentes, tendem a não se conectar da mesma forma com essas programações. Ainda assim, o formato do podcast, por estar disponível em plataformas digitais, permite o consumo de qualquer conteúdo independentemente da localização do público, mesmo que a proximidade cultural e geográfica desempenhe um papel importante no engajamento com determinados programas.

Ao abordar a mídia regional e local, Cecília Peruzzo (2005) destaca a importância do contexto local. Ela ressalta que, na maioria das vezes, os programas produzidos nessas regiões possuem um caráter predominantemente jornalístico, retratando a realidade e os acontecimentos locais. No entanto, alguns desses programas também exploram outros gêneros, como debates e documentários. A autora também discute os limites de tempo da programação local em relação aos grandes veículos. Os meios de comunicação locais, geralmente, possuem horários reduzidos na programação nacional, com alguns programas sendo exibidos em horários tardios, como à noite ou de madrugada. Além disso, há uma exigência por mudanças nos padrões de expressão, o que acaba invisibilizando a cultura e os sotaques de determinadas regiões.

Por outro lado, os podcasts não possuem as mesmas limitações que a mídia televisiva em algumas regiões, onde há poucos espaços disponíveis. Sendo independentes, eles não dependem da grande mídia para alcançar diferentes localidades, já que a internet facilita o acesso aos conteúdos desses programas, sem barreiras ou interferências significativas. Diferentemente dos grandes veículos de comunicação, que têm como foco principal o jornalismo, os podcasts exploram outros gêneros, como entrevistas, bate-papo, storytelling e monólogos. No entanto, mesmo com essa diversidade de formatos, também é possível encontrar matérias informativas, embora em menor quantidade em comparação com a mídia tradicional. Além disso, os podcasts contribuem para a representatividade de minorias e oferecem maior acessibilidade às pessoas com deficiência auditiva, principalmente por meio de transcrições e legendas.

Pesquisas realizadas pelo Kantar IBOPE Media (2024) revelam que 91% dos brasileiros consomem algum tipo de áudio no dia a dia. O estudo Inside Audio 2024 aponta que nove a cada dez brasileiros escutam alguma plataforma de áudio, seja streaming, rádio ou podcast. O rádio continua se destacando nesse cenário, alcançando 79% da população. As pesquisas locais demonstram que 69% dos ouvintes preferem o rádio por trazer informações locais. Os podcasts também têm conquistado seu espaço. A pesquisa revela que, nos últimos três meses, 43% dos ouvintes de rádio escutaram podcasts, sendo que 48% consomem esse formato semanalmente. O Kantar IBOPE Media (2024) ressalta que, “os conteúdos mais populares nos podcasts e no rádio são: comédia (31%), música (31%), esportes (24%), educação (22%) e notícias (22%).”

Essa preferência por conteúdos em áudio, como o podcast, deve-se à facilidade de acesso e à diversidade de temas oferecidos. Cada vez mais popular, o formato tem alcançado

uma parcela significativa da população e atraído investimentos, graças aos seus conteúdos que abordam desde política e economia até entretenimento. Essa diversidade proporciona ao público a possibilidade de escolha, tornando essas plataformas ainda mais atrativas.

Podcast “Podmorder”: análise do programa “Morde & Assopra” em Picos-PI

Os podcasts têm se tornado cada vez mais populares no Brasil, sendo uma das principais formas de consumir conteúdo em áudio. Em Picos, cidade com cerca de 83 mil habitantes, o formato também começa a ganhar espaço, mas ainda de forma lenta e tímida. A maioria dos podcasts locais está concentrada em temas de entretenimento, com poucos programas voltados para explorar aspectos culturais, históricos ou educativos.

Um dos exemplos mais notáveis dessa nova onda de podcasts na cidade é o “PodMorder”, produzido pela Rádio Cidade Modelo. Com uma proposta descontraída, o programa “Morde & Assopra”, pertencente ao podcast, aposta em temas variados, mas sempre voltados para o entretenimento. A programação inclui discussões sobre música, cultura pop, curiosidades e assuntos leves do cotidiano. Essa abordagem tem conquistado um público fiel, especialmente entre jovens e adultos que buscam conteúdo acessível e divertido.

O diferencial do “Morde & Assopra” está na sua linguagem moderna e dinâmica, que facilita a conexão com o público. O programa também marca presença no YouTube, o que amplia seu alcance e permite que os ouvintes acompanhem os episódios a qualquer momento.

A escolha de temas atuais, como tendências musicais e questões noticiosas, ajuda a manter a audiência engajada, enquanto a abordagem leve transforma o podcast em um espaço para conversas espontâneas e descontraídas. Apesar de ser um exemplo de sucesso, o programa reflete um cenário em que a maioria dos podcasts de Picos ainda se concentra em conteúdos de entretenimento. Poucos programas locais exploram a cultura, a história ou a identidade da região, o que representa um desafio, mas também uma oportunidade. Uma das possíveis razões para essa falta de diversidade temática é a dificuldade de produzir um podcast, especialmente em cidades menores como Picos.

Produzir um podcast pode ser mais complicado e caro do que parece. Para alcançar um bom nível de qualidade, é necessário investir em equipamentos como microfones, fones de ouvido, interfaces de áudio e computadores com programas de edição. Embora seja possível começar com recursos simples, como o próprio celular, a qualidade do áudio pode ser comprometida, o que muitas vezes desanima os criadores, especialmente em um mercado cada

vez mais exigente. Além disso, há os custos recorrentes, como o pagamento de plataformas para distribuir os episódios em aplicativos de áudio. Criadores iniciantes, sem apoio financeiro ou patrocínios, enfrentam dificuldades para manter a produção no longo prazo.

Em cidades menores, como Picos, onde a cena de podcasts ainda é recente, esses desafios podem ser ainda maiores, já que os criadores muitas vezes não têm acesso a cursos ou a recursos que facilitem o aprendizado técnico necessário para produzir e divulgar um podcast.

Outro ponto importante é o tempo e o planejamento que um podcast exige. É necessário escolher temas interessantes, criar roteiros, gravar e editar os episódios, além de divulgar nas redes sociais para alcançar um público maior. Tudo isso demanda esforço e dedicação, o que nem sempre é fácil para quem já tem outras ocupações. Muitos projetos acabam sendo abandonados por falta de tempo ou por não terem o retorno esperado.

Apesar dessas dificuldades, o “Morde & Assopra” mostra que é possível superar esses desafios com criatividade e estratégia. A presença no YouTube, por exemplo, permite alcançar um público além dos aplicativos de podcast, ampliando a visibilidade e o alcance do programa. A escolha de temas voltados para o entretenimento, como música e cultura pop, também ajuda a atrair ouvintes que buscam conteúdos leves e descontraídos. Esse cenário reflete o potencial que os podcasts têm para crescer em Picos, especialmente se mais iniciativas seguirem o caminho de explorar diferentes temas e linguagens. A cidade tem uma rica cultura e muitas histórias para contar, e o formato de podcast pode ser uma ferramenta poderosa para dar visibilidade a essas tradições.

Considerações finais

A popularização dos podcasts ganhou ainda mais força com o avanço da internet. Esse meio de comunicação, baseado no entretenimento e na informação, atrai multidões e está disponível em diversas plataformas, tanto para áudio quanto para vídeo. Em Picos, essa tendência também se manifesta, consolidando o podcast como ferramenta importante para a mídia local.

O formato se destacou especialmente durante a pandemia, quando muitas pessoas, em isolamento social, buscaram os podcasts como uma fonte de informação e entretenimento acessível. Além disso, as empresas perceberam a necessidade de integrar esse recurso às suas estratégias de comunicação. Porém, a construção de um podcast exige planejamento e etapas bem estruturadas, desafiando a criatividade mantendo consistência e relevância.

O programa “Morde & Assopra”, um dos destaques em Picos, demonstra o potencial dos podcasts em aliar diversão e descontração. Entretanto, nota-se que os conteúdos produzidos em Picos ainda apresentam limitações no que se refere à valorização da cultura e da identidade regional. Apesar da cidade ser uma das maiores cidades do Piauí, com uma ampla rede de comunicação, esses aspectos culturais merecem maior exploração, principalmente por meio de temas e nichos com maior impacto social.

O formato também se destaca pela flexibilidade, oferecendo acesso a episódios sob demanda, permitindo que o público consuma o conteúdo no momento mais conveniente. Além disso, o alcance dessa estratégia ultrapassa as barreiras geográficas, atingindo audiências muito além da população local. Exemplos como influenciadores, jornalistas e até políticos mostram como os podcasts podem conquistar públicos diversos, adaptando-se a diferentes contextos e interesses.

O estudo do IBOPE, apresentado na análise do artigo, destaca o crescente consumo de áudio no Brasil e como os brasileiros estão cada vez mais adeptos a essa mídia devido à sua facilidade e flexibilidade. Considerando o tamanho da população nacional, esse é um dado significativo para a exploração de diversos nichos, mostrando que há público para temas variados. No entanto, interrupções podem ocorrer quando esses veículos estão situados em determinados contextos, como locais sujeitos a interferências políticas, que acabam limitando os temas abordados. Em razão disso, muitos podcasts e outros veículos ligados, direta ou indiretamente, a empresas privadas frequentemente anulam o verdadeiro sentido de oferecer informação de qualidade e interesse social.

Por fim, este artigo destaca que, embora o processo de criação de um podcast seja relativamente simples, mantê-lo ativo e relevante é um desafio. A sustentabilidade e a ampliação de temas são fundamentais para fortalecer esse formato como um veículo de comunicação duradouro. Comparando-o com outros meios, o podcast representa um avanço significativo, especialmente quando usado para beneficiar as comunidades em que está inserido. No entanto, é essencial que esse meio continue evoluindo, tornando-se cada vez mais alinhado às demandas da população e promovendo um diálogo genuíno com o público local.

REFERÊNCIAS

ABPod – Associação Brasileira de Podcasters. Guia para Iniciantes em Podcast. Disponível em: <https://abpod.org.br/>. Acesso em: 15 dez. 2024

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. 1. Ed. 1947. P. 57.

CARNEIRO, Maria Tereza Lemes Moreira. **A categorização do podcast regional: uma análise do conteúdo produzido no Tocantins**. Palmas (TO), 2022. p. 18, 77-80.

KANTAR IBOPE MEDIA. **91% dos brasileiros consomem algum conteúdo de áudio no dia a dia**. Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/91-dos-brasileiros-consomem-algum-conteudo-de-audio-no-dia-a-dia/>. Acesso em: 17 dez. 2024.

LEMONS, André. **Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura**. Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 15, n. 01, p. 3, jan./abr. 2024.

LUÍZ, Lucio; ASSIS, Pablo de; SALVES, Déborah; GUANABARA, Gustavo. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 5., 2010, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2010. p. 2-4.

MEDEIROS, Marcello Santos de. **Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXVIII Congresso de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. p. 2-5.

MORDE & ASSOPRA. *Morde & Assopra made in Piauí*. YouTube, 2019. Disponível em: https://youtube.com/channel/UCrn2pEf5C-xRlctq5l4DosQ?si=YskB5_DM-fGajUog. Acesso em: 15 dez. 2024.

MURTA, Cíntia Maria Gomes. **Podcast: conversação em rede**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 05 a 09 set. 2016. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2016. P. 4-5.

PAISANA, Miguel; MARTINS, Ruben. **Podcasting e pandemia: da portabilidade e mobilidade ao confinamento e universos pessoais interconectados**. Observatório (OBS) Journal, [S. l.], 2021. p. 9.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**.

Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, v. 26, n. 43, 2005. p. 72.

PORTAL DA COMUNICAÇÃO. **Hoje, 21 de outubro, é o Dia do Podcast**. Portal da Comunicação, 21 out. 2024. Disponível em: <https://portaldacomunicacao.com.br/2024/10/hoje-21-de-outubro-e-o-dia-do-podcast/#:~:text=O%20primeiro%20podcast%20foi%20o,Falava%20sobre%20tecnologia%20em%20geral>. Acesso em: 15 dez. 2024.

SILVA, S. P.; SANTOS, R. S. **O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa entre podcasts no Brasil e nos Estados Unidos em 2019**. Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 61-66, jan./abr. 2020.

SPOTIFY. **O que é que o podcast brasileiro tem?** 2023. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/noticias-insights/o-que-que-o-podcast-brasileiro-tem/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

GT 02

Processos de Comunicação

Abrange a grande área da comunicação, de forma geral, quanto às mensagens, linguagens, códigos trocados entre emissor e receptor, por qualquer canal e volta-se também para suas teorias; perpassa também pelas relações públicas, marketing e publicidade; aborda a comunicação como campo de saber científico e suas contribuições interdisciplinares; volta-se também para debates comunicacionais como a inclusão digital, políticas públicas de comunicação, regulação e outros.

Coordenação

Profa. Dra. Jaqueline da Silva Torres Cardoso
Prof. Me. Jailson Dias de Oliveira

Rádios Amplificadoras Luar do Sertão e Geraldo Pereira de Picos (PI): Memórias dos seus ouvintes

Jamile de Sousa BEZERRA
Rawena Lúcia de Sousa BRITO
Jailson Dias de OLIVEIRA

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – Faculdade R.Sá, Picos, Piauí

RESUMO

A memória sobre os meios de comunicação do município de Picos (PI) carece de um olhar acadêmico aprofundado, esse é o caso das amplificadoras denominadas de Rádio Luar do Sertão e São Geraldo. Para conhecer e registrar um pouco sobre essas emissoras realizou-se três entrevistas com pessoas que acompanharam as respectivas programações, caso esse do jornalista, advogado e músico Odorico Carvalho, da professora e liderança comunitária Oneide Rocha e do advogado e escritor Ozildo Batista. Como referencial teórico para embasar as entrevistas com os três recorreu-se a Pollack (1992), Le Goff (2013) e Halbwachs (2003). Como metodologia de pesquisa utilizou-se a entrevista em profundidade semiaberta tendo por base Duarte (2009). Foi possível assim registrar as memórias e conhecer um pouco sobre a época anterior ao surgimento da primeira emissora oficial de rádio de Picos.

PALAVRAS-CHAVE: Memórias; Amplificadoras; Histórias; Rádio; Programação.

Introdução

As fontes orais merecem a devida consideração nas pesquisas em história e áreas específicas, caso esse da comunicação. Pollack (1992) argumenta que a utilização das entrevistas como método para obter informações e produzir trabalhos acadêmicos é plenamente aceitável, pois mesmo os documentos escritos sofrem com a influência de quem os escreve e também da época em que foram redigidos, dentre outros fatores. Portanto, as entrevistas sobre acontecimentos a partir de quem os testemunharam são extremamente válidas.

Deve-se fazer uso das memórias das pessoas que vivenciaram episódios há muito decorridos, pois as falas delas serão de grande contribuição acadêmica e social. Não se pode permitir que essas memórias desapareçam, devendo-se registrá-las o quanto antes para que as gerações posteriores tomem conhecimento do que testemunharam os mais antigos.

Esse é o caso das pessoas que acompanharam a vigência da Rádio Amplificadora Luar do Sertão e da Rádio Amplificadora São Geraldo, que irradiavam o seu conteúdo através de aparelhos de alto-falantes instalados na Praça Félix Pacheco e outros pontos da cidade de Picos

durante os anos 1960 e 1970, uma época anterior à instalação da primeira emissora oficial de rádio em Picos – fato verificado em 25 de março de 1979, quando foi fundada a Rádio Difusora AM de Picos.

Para reconstituir a memória sobre as amplificadoras, utilizou-se das memórias do jornalista, advogado, bancário aposentado e músico Odorico Leal de Carvalho, do advogado, político e escritor Ozildo Batista de Barros e da professora e liderança comunitária Oneide Fiálio Rocha. Todos os três são pessoas que deixaram larga contribuição para a sociedade de Picos e região, dois dos quais, Odorico e Ozildo Batista, trabalharam ativamente na imprensa local e regional.

Sobre a memória, Le Goff (2013) salienta que ela corresponde a funções da mente humana, que permitem ao homem manter vivos acontecimentos do passado. “A memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas”, (p. 387).

Portanto, objetiva-se com esse trabalho registrar as memórias dos entrevistados sobre as Rádios Luar do Sertão e São Geraldo; conhecer como se dava o funcionamento dessas emissoras; entender como ocorria a divulgação dos programas dessas rádios improvisadas e a importância delas para a população sertaneja. Com isso, busca-se responder ao seguinte questionamento: Quais as memórias dos ouvintes sobre as rádios Luar do Sertão e São Geraldo em Picos (PI)?

Pode-se entender a memória como um recurso a ser explorado fartamente pelos pesquisadores. Para tanto, deve-se recorrer à metodologia adequada. Para este trabalho, fez-se uso da entrevista em profundidade semiaberta com base em Duarte (2009), uma vez que ele embasa os pesquisadores sobre a forma de realizar a coleta de informações e dela retirar o máximo proveito informacional.

A Memória Como Base Para a Reconstrução do Passado

Conforme Halbwachs (2003), a memória pode ser compartilhada entre pessoas que testemunharam um mesmo acontecimento, que vivenciaram uma época em comum e se depararam com situações semelhantes no que diz respeito à coletividade. Dessa forma, um

indivíduo pode ajudar o outro a recordar, lembrando fatos do passado que haviam sido esquecidos.

Mesmo que as pessoas não estejam presentes fisicamente no local do acontecimento, ou dividam o mesmo espaço, é possível compartilhar as lembranças. Ao conversar, debater e tratar sobre os mesmos acontecimentos, as pessoas têm a possibilidade de rememorar – constituindo-se esse em um exercício para os mais idosos – e lembrar um ao outro de fatos do passado, que já havia sumido de suas mentes.

Nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se tratem de eventos que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isso acontece porque jamais estamos sós. Não é preciso que os outros estejam presentes, materialmente distintos de nós, porque sempre levamos conosco e em nós certa quantidade de pessoas que não se confundem (Halbwachs, 2003, p.30).

Portanto, as memórias podem ser compartilhadas e dessa forma ajudam na reconstrução de fatos, estejam esses registrados ou não em documentos impressos. Faz-se a defesa da utilização das memórias das pessoas porque para comunidades como a picoense, no interior do Piauí, os mais idosos são uma fonte importante para as pesquisas acadêmicas - muito interessa o que eles têm a dizer.

Ainda conforme Halbwachs (2003) fatos podem ser reconstruídos de forma precisa tendo como base as memórias de quem os vivenciou. Não se deve desacreditar da veracidade dessas informações, pois um conjunto de pessoas debatendo o mesmo tema contribui para que um acontecimento seja reconstituído.

Não se pode negar às pessoas a possibilidade de falar sobre as suas experiências pessoais e o que testemunharam, pois no futuro, essas memórias registradas no papel serão de grande utilidade para que outros pesquisadores delas façam uso.

Uma ou muitas pessoas juntando suas lembranças conseguem descrever com muita exatidão fatos ou objetos que vimos ao mesmo tempo que elas, e conseguem até reconstituir toda a sequência de nossos atos e nossas palavras em circunstâncias definidas, sem que nos lembremos de nada de tudo isso, (Halbwachs, 2003, p.31).

Com o passar dos anos seremos nós, que vivenciamos o tempo presente, enquanto jovens, que acumularemos memórias. Estas serão compartilhadas e auxiliarão as próximas

gerações a registrar os acontecimentos da atualidade quando estes forem passado. Precisaremos uns dos outros para garantir que os fatos sejam reconstruídos da forma mais precisa, ainda que tenhamos certeza da nossa memória.

Pollack (1992) destaca o recolhimento das memórias individuais e a forma de interpretar os dados coletados através de entrevistas, sejam elas em grupo ou coletivas. Fazendo coro com Halbwachs (2003), o autor salienta que as memórias devem ser analisadas como um fenômeno da coletividade e também da individualidade de cada pessoa.

Para facilitar a exploração das lembranças das pessoas e o que elas trazem na mente, o autor destaca conceitos de grande utilidade, como os lugares de memórias. Deles, as pessoas podem se lembrar com vivacidade e precisão de detalhes por lhes remeterem a algo que lhes marcou profundamente.

Existem lugares da memória, lugares particularmente ligados a uma lembrança, que pode ser uma lembrança pessoal, mas também pode não ter apoio no tempo cronológico. Pode ser, por exemplo, um lugar de férias na infância, que permaneceu muito forte na memória da pessoa, muito marcante, independentemente da data real em que a vivência se deu (Pollack, 2003, p.202).

É importante frisar que mesmo atribuindo-se credibilidade, deve-se dialogar e questionar essas fontes como qualquer outra, pois como diz Pollack (2003) a memória sofre com a seletividade, fiando-se na mente os acontecimentos que são mais caros às pessoas, mas que ainda assim podem ser influenciados.

Há ainda uma situação a ser analisada, Le Goff (2013) chama atenção para o uso da memória nas lutas pelo controle social, ou seja, pelo poder. O autor advoga que a memória coletiva não deve ser estudada apenas pelas sociedades ágrafas, mas vale para aquelas que também possuem registros escritos.

Contrariamente a Leroi-Gourhan, que aplica este termo a todas as sociedades humanas, preferer-se-á reservar a designação de memória coletiva para os povos sem escrita. Notemos, sem insistir, mas sem esquecer a importância do fenômeno, que a atividade mnésica fora da escrita é uma atividade constante, não só nas sociedades sem escrita, mas nas que a possuem (Le Goff, 2013, p. 391).

Dessa forma, a memória permanece e permanecerá válida como fonte de informações para as sociedades atuais e do passado.

Emissoras de Rádio e Amplificadoras nos Anos 1960 e 1970

É importante destacar que este trabalho está abordando as memórias sobre as amplificadoras a partir do tempo de vida de quem as ouviu na cidade de Picos, por isso as décadas de 1960 e 1970 são exploradas, pois estão mais vivamente nas mentes dos entrevistados. Nos anos 1960, Odorico Carvalho, Ozildo Batista e Oneide Rocha eram bastante jovens, mas já podiam discernir o mundo, o que os torna portadores de memórias sobre uma parte do período de vigência das amplificadoras, bem como a maneira como elas marcaram a vida da população no sertão piauiense.

Destaca-se a grande diferença entre as emissoras de rádio convencionais e as amplificadoras, pois enquanto o primeiro transmite a sua mensagem para os locais mais distantes, dependendo da sua potência, as amplificadoras possuem um alcance limitado. A primeira transmissão radiofônica do Brasil, conforme Prado (2012) – quando o presidente da República Epitácio Pessoa fez um discurso por ocasião do Centenário da Independência do Brasil - é um exemplo do alcance das ondas sonoras, uma vez que o discurso do presidente foi transmitido para todo o Rio de Janeiro.

Com o avançar das décadas, o rádio se transformou, deixando de ser um meio nacional para se regionalizar após o surgimento da televisão no Brasil no ano de 1950. Também houve a modificação do sinal de transmissão, que antes se dava apenas através da Amplitude Modulada (AM) e Ondas Curtas (OC), passando a se somar a Frequência Modulada (FM).

Destaca-se que é na década de 1960 que os ouvintes passam a conhecer as transmissões em Frequência Modulada (AM), embora, segundo Prado (2012), esse sinal já havia sido descoberto 30 anos antes.

Já os anos 1970 se caracterizam pela multiplicação de emissoras de rádio pelo território brasileiro, que vivia o momento de maior tensão da ditadura militar que governou o país de 1964 a 1985. As emissoras já sofriam censura do governo brasileiro, podendo veicular apenas aquilo que fosse favorável ao regime. Foi no final da década de 1970 que surgiu a primeira emissora de rádio autorizada em Picos, a Rádio Difusora AM de Picos, cuja fundação se deu pelas mãos do senador Helvídio Nunes de Barros, filiado à Aliança Renovadora Nacional (ARENA), no dia 25 de julho de 1979.

Mas antes é preciso falar das amplificadoras a partir das poucas referências que existem sobre o assunto no município de Picos.

O surgimento das amplificadoras em Picos

Conforme Duarte (1995) o surgimento da primeira amplificadora em Picos data de 1942, chamando-se Rádio Difusora de Picos, como mais tarde se chamaria a primeira rádio oficial. Essa denominação é bastante comum para a época, pois em 1948 surge a primeira emissora de rádio em Teresina, a Rádio Difusora AM.

A amplificadora Rádio Difusora de Picos desempenhou um papel de grande importância na cidade, pois foi o primeiro meio de comunicação de massa local. Segundo Duarte (1995) as suas mensagens abrangiam o perímetro urbano da cidade e despertavam muito interesse por parte da população, que ouvia as músicas e também as propagandas das lojas verificadas naquela época, como as lojas Pernambucanas.

Tendo seus alto-falantes espalhados por todo o perímetro urbano, a rádio era o único meio de comunicação de massa acessível a todos os picoenses. Além de tocar as músicas de maior apelo popular, a rádio era usada para veiculação de propaganda comercial, de transmissão de mensagens de todo tipo e de anúncios fúnebres (Duarte, 1995, p. 62).

Diversas outras lojas divulgavam os seus produtos de marcas conhecidas para atrair os consumidores, utilizando-se de uma linguagem bastante solene para cativar o interesse dos picoenses. Isso mostra que desde a sua origem as transmissões desse meio de comunicação de massa foram percebidas pela população como um grande potencial para a propaganda e os negócios. Os comerciantes da época exploravam da melhor forma que conseguiam as amplificadoras para impulsionar as suas vendas.

Por ser Picos um município de maioria católica, a religião se fazia presente na transmissão das mensagens que chamavam a atenção dos fiéis. Também constavam dedicatórias de músicas entre os ouvintes. Tais práticas permaneceriam com as amplificadoras que surgiriam nas décadas posteriores e depois nas emissoras de rádio.

Metodologia

Para este trabalho julgou-se mais adequado se utilizar a metodologia da entrevista semiaberta em profundidade com base em Duarte (2009), uma vez que se previa a realização de entrevistas com três pessoas que testemunharam a programação das amplificadoras Luar do Sertão e São Geraldo em Picos durante os anos 1960 e 1970.

Essa metodologia é qualitativa porque preza pelas falas das pessoas por serem entrevistadas, importando mais o que elas têm a dizer do que a quantidade daqueles que serão questionados. Duarte (2009) argumenta que a técnica da entrevista em profundidade tende a explorar um assunto, buscando-se informações para que elas sejam analisadas da melhor forma. “Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Esse tipo de entrevista procura a intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística” (Duarte, 2009, p. 62).

A partir das perguntas elaboradas previamente foi possível explorar as respostas das fontes, debater com os entrevistados e buscar mais informações para a posterior escrita do trabalho. Duarte (2009) salienta que a entrevista em profundidade se assemelha a entrevistas jornalísticas, mas tende a ser mais branda, uma vez que se aproxima bastante de uma conversa entre pesquisador e fonte. Deve-se, contudo, seguir o rigor metodológico que se espera de um trabalho acadêmico.

A entrevista como técnica de pesquisa, entretanto, exige elaboração e explicitação de procedimentos metodológicos específicos: o marco conceitual na qual se origina, os critérios de seleção das fontes, os aspectos de realização e o uso adequado de informações são essenciais para dar validade e estabelecer limitações que os resultados possuirão (Duarte, 2009, p. 64).

Destacando-se que a entrevista em profundidade tende a ser realizada individualmente, escolheu-se a semiaberta por permitir que o entrevistado fale um pouco mais e acrescente mais informações ao ser questionado, o que não seria possível em uma entrevista fechada.

A escolha dos informantes para colaborar com esse trabalho se deu pela proximidade dos mesmos com as amplificadoras e com a vida pública picoense. Os três estavam aptos a conceder entrevistas e acrescentar informações sobre o tema proposto.

As entrevistas foram agendadas com vários dias de antecedência, buscando os pesquisadores se adequarem à disponibilidade dos entrevistados. As entrevistas ocorreram

individualmente na casa de cada um, utilizando-se um aparelho celular como recurso para gravação dos depoimentos. Posteriormente os áudios foram transcritos para facilitar a redação final do trabalho acadêmico.

Os questionamentos ocorreram na seguinte ordem: Odorico Carvalho, Ozildo Batista e Oneide Rocha. Para os três elaborou-se os seguintes questionamentos base: Quais as suas lembranças sobre as amplificadoras de Picos? Sabem como se dava o funcionamento das amplificadoras? Qual a programação que elas irradiavam? Qual a importância para a população picense? O que vocês achavam da programação?

Ouvintes Assíduos: Memórias que Descortinam as Rádios Luar do Sertão e São Geraldo

Ao longo das entrevistas percebeu-se que Odorico Carvalho, Ozildo Batista e Oneide Rocha compartilhavam memórias em comum acerca das duas amplificadoras abordadas neste trabalho acadêmico. Mesmo que as conversas tenham ocorrido individualmente, em alguns momentos eles pareciam completar as falas uns dos outros, inclusive fazendo referências entre si. Esse fato está de acordo com o que diz Halbwachs (2003) quando trata sobre o compartilhamento da memória entre pessoas que vivenciaram um acontecimento.

Caso tenham a possibilidade de conversar diretamente, Odorico Carvalho, Ozildo Batista e Oneide Rocha poderão, com certeza, lembra-se mutuamente sobre fatos relacionados às amplificadoras Luar do Sertão e São Geraldo. Isso, mais uma vez, está de acordo Halbwachs (2003) quando ele afirma que lembranças podem ser revividas caso as pessoas se ajudem a recordar.

Para se ter maior organização quanto às falas dos três entrevistados, optou-se por dividir este capítulo em três subtópicos com os nomes de cada um. As memórias dos três se mostraram muito precisas e por vezes similares, e, em alguns momentos das conversas, um lembrava de fatos que os outros não recordavam. Dessa forma, percebe-se que pode haver a construção de momentos importantes da trajetória das duas emissoras.

Odorico Leal de Carvalho

Por ser jornalista e músico, Odorico Carvalho é bastante conhecido na região de Picos e, conforme relatou em seu depoimento, as amplificadoras tiveram um papel importante para

que iniciasse a sua trajetória como cantor. Natural de Bocaina, ele narrou a sua surpresa ao tomar conhecimento da existência das amplificadoras, assim que veio morar em Picos, no início da década de 1960.

No início dos anos 1960, quando cheguei a Picos, fomos morar na Rua São Pedro, e lembro que um dia acordei pelo som que enchia a casa, não sabia nada daquilo. Sai no muro e vi aquela boca estranha lá em cima, tinha 11 anos e não sabia o que era, aí fui falar com os vizinhos, e o senhor Né, o senhor Manoel Martins, juiz aposentado, me explicou era um serviço de alto-falantes que tinha em Picos e algumas daquelas bocas instaladas, tinha umas quatro ou cinco instaladas, (Carvalho, 2023).

Apesar de na época ser ainda uma criança, pode-se perceber que tomar conhecimento da existência das amplificadoras foi um fato de grande relevância na vida de Odorico Carvalho. Esse pode ser descrito como um acontecimento marcante, tendo como base Halbwachs (2003), uma vez que o músico o traz na sua memória com grande precisão de detalhes.

A amplificadora a qual Odorico se refere em sua fala é a Rádio Luar do Sertão, de propriedade do músico e político Chico de Júlio, que foi vereador e depois vice-prefeito e prefeito de Picos durante a década de 1960.

Odorico Carvalho lembra que as amplificadoras entravam no ar três vezes durante o dia, pela manhã, meio-dia e no final da tarde, com uma programação de uma ou duas horas. “Eu ia para o muro toda vez que começava; eles começavam com um Hino do Exército ou da Bandeira, eu sentava lá e ficava ouvindo, achava impressionante. Esse foi o meu primeiro contato, depois fui me aprofundando”, (Carvalho, 2023).

Embora nesse trecho da entrevista perceba-se que a memória não é precisa, ainda assim ela se mostra de grande relevância, pois é possível visualizar o garoto escutando da sua casa a programação das amplificadoras. Há, dessa forma, conforme Le Goff (2014), a conservação da memória e a atualização das informações e acontecimentos do passado.

Não se contentando apenas em ouvir as amplificadoras, Odorico Carvalho conta que procurou saber quem irradiava aquele som que ele apreciava.

Fui conhecer, ficava na porta para conhecer os locutores, eram ídolos para mim, tinham naquela época Chico de Júlio, se chamava nome artístico de Bezerra Rodrigues, o irmão dele Antônio de Júlio, tinha o irmão de Dr. Manoel Martins, já falecido, se chamava J. Martins, tinha Zé de Dorinha, tinha José Ozildo, (Carvalho, 2023).

Pode-se notar que neste trecho da entrevista que a memória de Carvalho (2023) é bastante precisa citando os nomes dos locutores que ele admirava. Por serem as amplificadoras um meio de comunicação de massa local, como disse Duarte (2005), não surpreende que os locutores fossem bastante admirados pela população picoense, tais quais os artistas da atualidade.

Sobre a programação, Odorico lembra que transmitiam músicas e anúncios oficiais da prefeitura de Picos e também dos bancos, o que acabou por representar mais uma influência positiva em sua vida. “Eu pensava, quando eu crescer, vou trabalhar nesse banco”, (Carvalho, 2023).

Outras memórias sobre a Luar do Sertão permanecem vivas na mente de Carvalho (2023), como a transmissão da Copa do Mundo de 1962, disputada no Chile. Havia ainda o lançamento de discos e, com a transmissão das músicas e demais informes, a Praça Félix Pacheco, onde haviam alguns alto-falantes, ficava repleta de pessoas.

Nas memórias de Odorico, as amplificadoras eram um fenômeno no sertão piauiense naquele período histórico. “Nesse tempo, no interior, toda igreja tinha, por exemplo a Igrejinha (do Sagrado Coração de Jesus) tinha, transmitia as missas e novenas, depois tiraram, hoje tem a Rádio Cultura FM (que desempenha o papel de transmitir as missas)”, (Carvalho, 2023).

Outro fato de grande relevância na entrevista, foi a revelação de que não satisfeito com a amplificadora, que transmitia o som via cabo, Chico de Júlio criou uma rádio de fato, que também chamou de Luar do Sertão. Essa foi a primeira rádio de Picos, embora não tenha sido autorizada a funcionar, sendo fechada posteriormente pelas autoridades.

Quando começou a transmitir através das ondas sonoras, Chico de Júlio retirou os alto-falantes do ar. Muitas pessoas em Picos já dispunham de aparelhos de rádio e acompanhavam a programação de emissoras regionais e nacionais, podendo, portanto, ouvir a Luar do Sertão. Odorico, inclusive, recorda que aprendeu a tocar violão e venceu um show de calouros, apresentando-se regularmente na emissora.

Contudo, as lembranças de Odorico não se restringem apenas a Luar do Sertão, ele também se recorda do serviço de alto-falantes São Geraldo, embora com um pouco menos de precisão.

Nesse meio período surgiu o serviço de alto falante São Geraldo, que era de Geraldo Pereira, um técnico de som. Ficava ali em frente à Igreja Matriz (Igreja de Nossa Senhora dos Remédios); esse tinha poucas, não lembro quantos alto-falantes tinha instalado, e ele também começou a fazer show de calouros, mas não sei se durou muito, e ainda havia a perseguição, a

comunicação é poder, e tanto Geraldo como Chico eram fora do círculo, (Carvalho, 2023).

Ao longo da entrevista, por diversos momentos, Odorico expressou admiração por Chico de Júlio e Geraldo Pereira, como homens empreendedores e repletos de ideias, os quais não estavam alinhados com os mandatários do poder local. As falas de Odorico Carvalho mostram como são importantes as memórias mesmo numa sociedade com acesso ao conhecimento acadêmico, como destaca Le Goff (2014). Na época dos fatos relatados já haviam outras formas de registrar os acontecimentos, mas a memória continua sendo um recurso extremamente valioso.

Ozildo Batista

Além de graduado em Direito, Ozildo Batista de Barros também é formado em Letras e Teologia, tendo exercido o cargo de vereador em Picos, entre 1983 e 1980 (Silva; Silva, 2011). Natural do povoado Baixio das Abóbora, hoje município de Sussuapara, ele recorda que não apenas Chico de Júlio, mas Geraldo Pereira também lançou uma rádio pirata, a São Geraldo, mesmo nome das amplificadoras. Ambas saíram do ar para dar espaço à Rádio Difusora AM do senador Helvídio Nunes de Barros.

Ozildo Batista lembra que ouviu as rádios não legalizadas de Picos no povoado onde nasceu. “Eu ouvia essas emissoras lá no lugar que eu nasci, no Baixio das Abóboras, no Pé da Serra do Brejinho, aqui em Sussuapara”, (Barros, 2023).

Em suas memórias as primeiras amplificadoras chegaram em Picos através da feira livre e a primeira instituída na cidade pertencia ao Pe. Madeira, onde Chico de Júlio iniciou a sua carreira na comunicação. Essa informação difere da apresentada por Duarte (1995) quanto à primeira amplificadora do município ter sido a Rádio Difusora de Picos.

Para Ozildo Batista a Igreja Católica é uma vanguardista na comunicação e, pela influência religiosa, Chico de Júlio teria deixado um outro legado importante para a cidade. “Eu acho que foi o Chico de Júlio quem inventou esse convite pra o velório, que é um padrão, e isso anteriormente só existia em Picos e se espalhou por onde ele passou”, (Barros, 2023).

Conforme Barros (2023), após o fechamento das rádios não autorizadas pelas autoridades, Chico de Júlio e Geraldo Pereira voltaram a explorar o serviço de amplificadoras.

Sobre a programação, ele lembra do Angelus, programa religioso transmitido às 18 horas, conclamando os ouvintes a refletirem sobre as suas ações.

Ele recorda ainda da potência das amplificadoras, em especial de Geraldo Pereira, que podia ser ouvida a grandes distâncias, além da transmissão de programas de entretenimento e músicas que eram dedicadas às pessoas, geralmente pares amorosos ou que possuíam essa pretensão.

A exemplo de Odorico, Ozildo Batista também teve a sua participação na programação das amplificadoras. Ele trabalhou por um ano passando músicas e fazendo leituras de anúncios pagos, o que representou um marco importante em sua vida. Esse fato o ajuda a relembrar e vai de encontro à fala de Halbwachs (2003) sobre acontecimentos marcantes na vida das pessoas.

Para Ozildo, as amplificadoras não chegaram ao fim, pois elas continuam existindo através dos automóveis que transmitem mensagens e anúncios pela cidade.

Oneide Rocha

Oneide Fiálio Rocha, natural de Picos, professora universitária, ativista social e política, também mostrou na sua entrevista que possui memórias extremamente precisas sobre o funcionamento das amplificadoras.

Cresci ouvindo as músicas e notícias das amplificadoras que ficavam em cima do morro, aqui por trás da minha casa. Tinha uma pedra na subida, muitas vezes íamos para ficar lá em cima da pedra para ouvir as músicas. Tinha amplificadora na Praça Félix Pacheco; me lembro de uma amplificadora na esquina da casa da minha avó, na Rua Coelho Rodrigues, esquina com Monique Botique, e era o meio de comunicação que nós tínhamos em Picos (Rocha, 2023).

Percebe-se pela fala de Oneide o quanto os acontecimentos relacionados às amplificadoras são importantes na sua vida. O local a qual ela se refere onde subia para ouvir as músicas pode ser chamado de lugar de memória, conforme destaca Pollack (1992), pois provoca recordações. Um local extremamente importante para uma pessoa pode se constituir em um meio que vai lhe ajudar a se recordar e narrar acontecimentos de grande relevância vividos por ela no passado.

Oneide Rocha também destaca o papel de Chico de Júlio e Geraldo Pereira como os empreendedores da comunicação que instituíram serviços de alto-falante, gerando grande interesse entre os picoenses.

As amplificadoras eram o meio de comunicação que articulava as pessoas, interagia, oferecia música para quem estava aniversariando, namorados ofereciam músicas para alguém que não diziam o nome; quando estavam bem eram músicas amorosas, quando estavam mal ofereciam músicas que não eram tão amorosas, de acordo com o estado de espírito e a situação de cada um (Rocha, 2023).

O momento da fala descrita acima foi bem interessante, pois Oneide recordou uma forma de interação que continuaria acontecendo por muito tempo e se constituiria em verdadeiro hábito entre os picoenses: o oferecimento de músicas. Esse costume continuou mesmo depois da instalação das emissoras de rádio profissionais e oficiais em Picos e perdurou por longo período, especialmente enquanto o rádio foi o único meio de comunicação de massa do município.

Oneide se divertiu enquanto falava sobre as dedicatórias de músicas como algo que a animava e também aos demais picoenses. O mesmo fato foi lembrado por Odorico Carvalho e Ozildo Batista nas suas entrevistas quando tratavam sobre a programação das amplificadoras. São memórias calorosas, repletas de nostalgia, de um tempo que, apesar de difícil, deixou saudades.

As memórias de Oneide Rocha são individuais, conforme a definição de Pollack (1992), porque ela estava narrando as suas lembranças sozinhas, mas estas também podem ser coletivas, caso fossem compartilhadas com pessoas que testemunharam os mesmos acontecimentos.

Nas lembranças de Rocha (2023), as amplificadoras desempenhavam um papel de união e laço social, porque as pessoas se reuniam para acompanhar grandes acontecimentos nacionais, como as copas do mundo.

Me lembro da Copa do Mundo, eu era pequena, tinha 11 anos, mas lembro da Copa do Mundo de 1958, mas lembro perfeitamente da Copa do Mundo de 1970, que foi no México, ia todo mundo para a praça para ouvir a narração pela rádio; era uma vibração enorme quando acontecia o gol e o Brasil era bem sucedido, (Rocha, 2023).

Embora na atualidade ainda seja comum as pessoas se reunirem para assistir partidas de futebol de grande relevância, como finais de campeonato, ou jogos da Seleção Brasileira de Futebol Masculino, a fala de Rocha (2023) oferece algo especial, porque nem todos tinham aparelho de rádio. Dessa forma, as amplificadoras eram a única forma que todos tinham para acompanhar as partidas e ficarem sabendo do desempenho da Seleção Brasileira.

Rocha também se recorda da parte religiosa da programação das amplificadoras e como elas também uniam as pessoas. “Tinha a Hora das Ave Marias, a Hora do Ângelo, tocavam, rezávamos”.

Embora as amplificadoras fossem mais voltadas para o entretenimento, também havia a transmissão de notícias, inclusive aquelas de caráter nacional. Uma em específico marcou bastante Oneide Rocha.

Me lembro que em agosto de 1954, eu tinha sete anos, eu estava no muro aqui de casa, tinha um pote, a água naquele tempo eram potes, e tinha um pote seco, e eu sentada em cima desse pote, e ouvi a notícia da morte de Getúlio Vargas, isso foi em agosto, em 1954, o presidente tinha se suicidado, tomei um susto. Fiz um julgamento e achei que ele não tinha feito o certo em ter se matado (Rocha, 2023).

Por se tratar do ano de 1954, portanto, anterior ao período estudado neste trabalho, não ficou claro por qual amplificadora Oneide Rocha ouviu essa notícia, faltando também aos pesquisadores indagá-la sobre esse detalhe importante. Também está nas memórias de Rocha (2023) que as amplificadoras por vezes desempenhavam o papel de colunas sociais, anunciando acontecimentos relacionados às pessoas da cidade.

Considerações

Percebeu-se, por meio dos relatos, que as amplificadoras desempenharam um papel extremamente significativo na vida da sociedade picoense nos anos 1960 e 1970, funcionando como um verdadeiro laço social entre as pessoas. Essa unidade pode ser percebida através dos relatos sobre o acompanhamento de jogos de futebol, quando as pessoas se reuniam para ouvir a Seleção Brasileira jogar, conforme narrou Rocha (2023).

Destaca-se também a programação religiosa, outro fato importante sobre as amplificadoras, cujos programas também serviam como um laço entre a população picoense. É certo que a tomada de conhecimento dos alto-falantes por Odorico Carvalho e Ozildo Batista

representaram um ponto marcante em suas vidas, tanto que ambos desempenharam um papel junto a Luar do Sertão e São Geraldo.

Os dois buscaram mais informações sobre o que eram as amplificadoras e integraram as equipes de alguma forma, Odorico se tornou cantor e depois radialista. Ele integraria no futuro a primeira equipe da Rádio Difusora AM de Picos, em 1979.

Conforme os entrevistados, as amplificadoras se dedicavam principalmente ao entretenimento, transmitindo músicas – algumas eram dedicadas por namorados ou a pessoas a quem se desejava conquistar. Isso divertia a população, tanto que Rocha (2023) traz bem vivas na sua mente as memórias relacionadas a esse fato.

Carvalho (2023) ressalta o papel de Chico de Júlio e Geraldo Pereira como empreendedores da comunicação local, homens que pensavam à frente – isso foi endossado por Barros (2023) e Rocha (2023). Os dois comunicadores e empresários do setor eram pessoas admiradas pela população, tanto que criaram emissoras de rádio não legalizadas, antes do surgimento da primeira emissora oficial.

Através desse trabalho, constata-se que a Rádio Luar do Sertão foi a primeira emissora radiofônica de Picos, vindo depois a Difusora AM, que merece a lembrança da primeira emissora oficial.

Embora não se tenha citado datas oficiais neste trabalho até pelo fato do mesmo ser baseado em memórias, constata-se que o período das amplificadoras em Picos foi de altos e baixos, mas de inegável relevância para os Picos, vigorando por quase 40 anos. Muito ainda se tem a descobrir sobre as amplificadoras, o que deixa em aberto o espaço para que novos estudos descortinem a história dos meios de comunicação picoense.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Odorico Leal de. Entrevista concedida aos autores. Picos (PI), junho de 2023.

BARROS, Ozildo Batista. Entrevista concedida aos autores. Picos (PI), junho de 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (org.) **Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Renato. **Picos: os verdes anos cinquenta**. 2. ed. Recife: Graf. Ed. Nordeste: 1995.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Tradução Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2003.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução Bernardo Leitão [et al]. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2013.

POLLACK, Michel. Memória e Identidade Social. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol. 05, n.10, 1992, p.200-212. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/1941> Acesso: 16 mar. 2025

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Editora da Bo Prosa, 2012.

ROCHA, Oneide Fiálio. Entrevista concedida aos autores. Picos (PI), junho de 2023.

O sensacionalismo como produto da indústria cultural: uma análise da TV Antena 10 e do repórter Tony Black

Maria Clara de Moura LEAL
Vanessa Cristina Ferreira de ALENCAR
Jaqueline da Silva Torres CARDOSO
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

Este artigo analisa o sensacionalismo no jornalismo televisivo brasileiro como expressão das dinâmicas da Indústria Cultural, com foco na atuação do repórter Tony Black na TV Antena 10. A partir de revisão bibliográfica, análise de conteúdo e estudo de caso, identifica-se que o sensacionalismo transforma a notícia em espetáculo, priorizando o impacto emocional e a audiência em detrimento da objetividade e da análise crítica. Fundamentado em autores como Adorno e Horkheimer (1985), Muniz Sodré (2002) e Angrimani (1995), o estudo demonstra como essa prática atende às demandas mercadológicas da mídia contemporânea, moldando o jornalismo como mercadoria e comprometendo sua função social. Conclui-se que o sensacionalismo televisivo, além de prejudicar a credibilidade do jornalismo, reforça a alienação do público e a manutenção de estereótipos e percepções distorcidas da realidade.

PALAVRAS-CHAVE: sensacionalismo; indústria cultural; jornalismo televisivo; ética jornalística; credibilidade.

Introdução

O sensacionalismo no jornalismo é um fenômeno amplamente discutido, especialmente em tempos de intensa competição midiática. Caracterizado pelo apelo emocional, pelo exagero de informações e pela exploração de temas polêmicos, o sensacionalismo busca captar a atenção do público a qualquer custo. Em um contexto de rápida transformação digital e pressões comerciais, o jornalismo tem, muitas vezes, priorizado práticas que garantem audiência em detrimento da qualidade e da veracidade informativa. Dentro dessa dinâmica, o sensacionalismo se consolida como uma estratégia recorrente, adaptando-se às necessidades da indústria cultural e aos interesses econômicos que pautam o mercado midiático.

Este artigo toma como objeto de estudo a TV Antena 10 e o repórter Tony Black, figuras representativas do jornalismo sensacionalista no Brasil. A escolha da TV Antena 10 se justifica por sua popularidade e por sua abordagem frequentemente marcada por conteúdos impactantes e emotivos, característicos do sensacionalismo midiático. Tony Black, como repórter de destaque da emissora, torna-se um exemplo claro de como essa prática é personificada e potencializada. Sua conduta, marcada por uma narrativa que prioriza o choque e a

dramaticidade, é central para compreender como o sensacionalismo é construído e como se manifesta na prática jornalística local.

A problematização deste estudo se centra na seguinte questão: como o sensacionalismo na TV Antena 10, especialmente na condução de Tony Black, reflete os interesses da indústria cultural? Ao buscar essa resposta, consideramos que o sensacionalismo não é um fenômeno isolado, mas sim uma resposta às demandas do mercado midiático, que visa não apenas informar, mas também entreter e gerar lucro. Dessa forma, o sensacionalismo é visto como um produto da indústria cultural, moldado pelas lógicas comerciais e pela busca incessante por audiência.

O objetivo deste artigo é analisar criticamente o sensacionalismo no jornalismo contemporâneo, entendendo-o como uma prática moldada pelas forças do mercado e da indústria cultural. Propomos investigar como o sensacionalismo tem sido utilizado como uma estratégia midiática para atrair espectadores e maximizar lucros, em detrimento da qualidade e do compromisso com a informação. Além disso, o estudo pretende discutir as implicações sociais e éticas dessa prática, refletindo sobre seus impactos na credibilidade do jornalismo e no papel da mídia como veículo de informação pública.

Para alcançar esses objetivos, adotamos uma metodologia que combina revisão bibliográfica, análise de conteúdo e estudo de caso. A revisão bibliográfica fornecerá o embasamento teórico necessário para a discussão sobre o sensacionalismo e a indústria cultural, possibilitando uma análise crítica e contextualizada. A análise de conteúdo será aplicada aos programas em que Tony Black atua como repórter, com o intuito de identificar elementos sensacionalistas e suas estratégias de uso. Por fim, o estudo de caso da TV Antena 10 permitirá uma compreensão mais aprofundada do contexto local e das práticas adotadas pela emissora.

Assim, este artigo busca contribuir para a compreensão do sensacionalismo no jornalismo como um reflexo da indústria cultural, abrindo espaço para uma reflexão mais ampla sobre os limites éticos e as responsabilidades da mídia em tempos de mercado competitivo e audiências fragmentadas.

Indústria cultural e jornalismo

A Indústria Cultural, conceito desenvolvido pela Escola de Frankfurt, especialmente por Theodor Adorno e Max Horkheimer, descreve o processo pelo qual a cultura se torna um

produto padronizado e massificado, voltado para o consumo e a manutenção do sistema vigente. Para Adorno e Horkheimer, a Indústria Cultural "produz" entretenimento e informação de forma homogênea, transformando-os em mercadorias que não apenas divertem, mas também reforçam as estruturas de poder existentes. Para Adorno, "as pessoas aceitam com maior ou menor resistência aquilo que a existência dominante apresenta à sua vista e ainda por cima lhes inculca à força, como se aquilo que existe precisasse existir dessa forma" (Adorno, 1995, p. 178). Nesse contexto, os meios de comunicação de massa, como o jornalismo, desempenham um papel central na disseminação dos valores da Indústria Cultural, reproduzindo conteúdos que atendem aos interesses do sistema capitalista.

A Indústria Cultural se apropriou dos meios de comunicação de massa para garantir sua hegemonia, utilizando-se de narrativas simplificadas e de produtos que apelam para o gosto popular, mas que são essencialmente padronizados e repetitivos. O jornalismo, nesse cenário, deixa de ser um veículo puramente informativo e assume o papel de instrumento de entretenimento e controle social. Ao transformar a notícia em espetáculo e explorar o sensacionalismo, o jornalismo se submete às exigências da Indústria Cultural, afastando-se de sua função crítica e investigativa. Como aponta Reis (1996):

Quando a Indústria Cultural privilegia um produto pseudo-artístico padronizado, calculado tecnicamente para surtir efeitos determinados de modo a serem por todos desejados e repetidos, na forma e na medida adequadas a garantir o poder e o lucro do sistema dominante, gera uma necessidade compulsiva generalizada (Reis, 1996, p. 44-45).

Assim, a prática jornalística tende a se adaptar aos padrões impostos pela Indústria Cultural, resultando em um conteúdo que visa mais o entretenimento e a atração de audiência do que a informação crítica e aprofundada.

O impacto do entretenimento e do consumo na prática jornalística é evidente na forma como a notícia é formatada e apresentada. Em vez de promover a reflexão e o pensamento crítico, o jornalismo sensacionalista apela para o emocional, utilizando histórias chocantes e imagens impactantes que prendem a atenção do público, mas que raramente exploram a complexidade dos fatos. Isso se alinha ao objetivo da Indústria Cultural de manter o público "sob controle, cada vez mais massificado, inconsciente e compulsivamente preso à corrente de produção" (Reis, 1996, p. 44-45). Dessa forma, o jornalismo, ao se submeter às lógicas de

mercado, não apenas reproduz, mas também reforça os valores e ideologias da Indústria Cultural, contribuindo para a manutenção das estruturas de poder e para a alienação do público.

Sensacionalismo no jornalismo

O sensacionalismo no jornalismo é uma forma de transmitir a mensagem de maneira exagerada, com o intuito de captar a audiência. É caracterizado pela exploração de eventos e histórias impactantes, visando atrair espectadores.

De acordo com Pedroso (1983), o sensacionalismo das notícias se caracteriza pelo exagero tanto na quantidade de dados fornecidos quanto no nível de detalhamento. Além disso, há um apelo emocional excessivo e a descontextualização dos fatos, o que impede a compreensão completa dos acontecimentos ao ignorar informações que poderiam dar outro sentido à história. Para que uma notícia seja considerada sensacionalista, é necessário que os elementos fundamentais para a interpretação do evento sejam omitidos ou distorcidos.

Para contextualizar o impacto do sensacionalismo no jornalismo brasileiro, é importante compreender como essa prática prioriza o impacto em detrimento da verdade, como destacam Filho e Rios (2022):

O sensacionalismo, presente de forma excessiva em diversos produtos midiáticos e no jornalismo brasileiro, é basicamente o uso de assuntos aptos a causar impacto e impressionar o público, sem preocupação nenhuma com a veracidade dos fatos. Basicamente, é a transformação de notícias da vida real em verdadeiros espetáculos. (Filho e Rios, 2022, p. 3)

Assim, sendo marcado pela exploração de temas polêmicos e pelo apelo emocional, o sensacionalismo acaba distorcendo a função informativa do jornalismo. Ele transforma a notícia em espetáculo, mais voltado para o entretenimento do que para a transmissão dos fatos. Isso não compromete apenas a verdade das informações, mas também afeta negativamente a confiança do público nesses veículos de comunicação. Angrimani (1995) aponta que:

Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexiste a relação com qualquer fato, e a ‘notícia’ é elaborada como mero exercício ficcional. (Angrimani, 1995, p. 18)

O sensacionalismo compromete a qualidade da informação ao priorizar conteúdos chamativos e emocionais em detrimento de análises profundas e precisas. Muniz Sodré (2002) aborda como o sensacionalismo na televisão brasileira impacta a percepção pública e enfraquece o papel informativo do jornalismo, reduzindo o espaço para debates racionais. Segundo Gabriel Cohn (2003), a priorização de notícias sensacionalistas para aumentar a audiência desvia o jornalismo de sua função essencial de informar e educar a sociedade. Esse desvio ocorre porque o sensacionalismo foca na superficialidade e na busca por atenção imediata. Sobre essa visão, Marcondes Filho (1986) aponta que:

Escândalos, sexo e sangue compõem o conteúdo dessa imprensa (...) como mercadorias em geral, interessa ao jornalista de um veículo sensacionalista o lado aparente, externo e atraente do fato. Sua essência, seu sentido, sua motivação ou sua história estão fora de qualquer cogitação. (Marcondes Filho, 1986, p. 73)

Nessa perspectiva, os veículos sensacionalistas tratam as notícias como mercadorias, priorizando aspectos superficiais e chamativos em vez de análises mais profundas. O sensacionalismo é frequentemente utilizado para criar pânico, intensificando medos e inseguranças sociais por meio de uma cobertura midiática exagerada. Arbex Jr. (2002) pontua:

Em tom sensacionalista, os telejornais, a imprensa escrita e, mais ainda, os programas de televisão divulgam em detalhes cada fato referente às investigações da polícia, além de reverberar com exagero as mínimas declarações de qualquer personalidade, artista, jornalista, policial ou médico. (Arbex Jr., 2002)

Esse tipo de cobertura foca mais em provocar emoções do que em transmitir os fatos de forma clara e objetiva. Ao exagerar informações, muitas vezes sem relevância, o objetivo é simplesmente chamar a atenção e aumentar a audiência. No entanto, essa abordagem acaba distorcendo a forma como o público percebe os acontecimentos, oferecendo uma visão rasa e parcial, em vez de promover uma compreensão mais profunda e equilibrada dos eventos.

Venício (2006) aponta como o sensacionalismo colabora para a criação de uma imagem exacerbada de crise, afetando a percepção pública e das instituições democráticas. O sensacionalismo tem implicações significativas para a sociedade, pois contribui para a formação de percepções distorcidas da realidade e afeta negativamente o debate público. Para

Sérgio Mattos (2009), o sensacionalismo na mídia enfraquece o potencial do jornalismo de contribuir para uma sociedade informada e crítica.

Ética jornalística

O sensacionalismo é uma prática que desafia os limites éticos dos jornalistas, como a veracidade dos fatos e o direito à dignidade humana. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos”, e que seu dever é “defender os direitos dos cidadãos”, sobretudo no que se refere à dignidade humana e à liberdade de expressão (Fenaj, 2007). Entretanto, a eficácia deste código depende, principalmente, do comprometimento do profissional em aplicá-lo no cotidiano. Como afirma Christofolletti (2010):

Os códigos dependem mais da convicção, da boa vontade, da consciência e da disposição das pessoas em segui-los. Como não têm o poder das leis e porque são resultados da autorregulação de um coletivo, os códigos só funcionam mesmo se os sujeitos cultivarem os valores ali expressos, concordarem e se engajarem numa proposta ética. (Christofolletti, 2008, p. 80)

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), o jornalismo se tornou, em muitos casos, uma ferramenta de entretenimento, moldada pela lógica mercadológica e pela busca incessante por audiência. Sendo assim, não é raro ver a incitação ao ódio ou discursos xenofóbicos sendo reproduzidos em alguns meios de comunicação.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Reuters Institute em 2023¹², que avalia a percepção global sobre o consumo de notícias e conteúdos, 43% dos entrevistados em 2022 não confiavam nas notícias publicadas pela imprensa. No ano seguinte, esse número aumentou para 48%. Segundo o relatório, a explicação para essa crescente desconfiança pode ter sido a eleição presidencial bastante polarizada que o país vivenciou em 2022. Essa mesma pesquisa revelou que cerca de 41% dos brasileiros evitam o consumo de notícias e de conteúdos jornalísticos.

Vivemos em um ciclo repetitivo, onde as notícias seguem padrões conhecidos de violência como assassinatos, feminicídios e abusos. Esse cenário é apontado como o principal

¹² Meio e Mensagem. "Cresce o percentual de brasileiros que não confiam em notícias." Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/cresce-o-percentual-de-brasileiros-que-nao-confia-em-noticias>. Acesso em: 28 nov. 2024.

motivo para muitas pessoas evitarem ligar a televisão ou ouvir programas de rádio, antecipando a negatividade do conteúdo. Como Antônio Simões (2022) explica:

[...] a maior parte dos produtos noticiosos analisados oferece narrativas prioritariamente negativas sobre o cotidiano, contribuindo para a construção de uma realidade social que pode reforçar sensações como medo, pesar, ansiedade e profunda tristeza nas pessoas que consomem esse conteúdo regularmente. (Simões, 2022, p. 77)

Isso não compromete apenas a credibilidade do jornalismo, mas também viola direitos fundamentais. Segundo Christofolletti (2010):

O público tem de enxergar com outros olhos as empresas que não restringem seus esforços apenas à obtenção de lucro. Esse destaque é positivo. Mas, se no mundo corporativo das comunicações não vigorar a máxima aristotélica de que o homem deve buscar sempre o bem, nem houver vínculo entre ética e qualidade, deve haver uma ponte entre esses conceitos. (Christofolletti, 2010, p. 21)

Essa reflexão destaca a necessidade de as empresas de comunicação assumirem uma postura ética, conciliando qualidade informativa e responsabilidade social. Assim, Bucci (2000) defende que o jornalismo deve ser entendido como um serviço público, e não apenas como um produto de mercado:

A ética no jornalismo deve ser compreendida como um compromisso com a transparência e a construção de uma esfera pública informada, onde a busca pela audiência nunca se sobreponha ao dever de informar com precisão e responsabilidade. (Bucci, 2000, p. 11)

Muniz Sodré (2006) aborda que a implantação do jornalismo como mercadoria pode comprometer sua função crítica, reduzindo a um mecanismo que reforça estereótipos e preconceitos. Segundo o autor, a ética jornalística deve ir além de orientações técnicas ou de manuais de conduta, atuando como um princípio essencial para assegurar a diversidade de vozes e a profundidade no debate público.

A construção do sensacionalismo na Tv Antena 10: A performance de Tony Black

A atuação de Tony Black na TV Antena 10 é emblemática no que se refere à prática do sensacionalismo no jornalismo contemporâneo, especialmente no contexto da televisão brasileira. Suas reportagens refletem o esforço da emissora em captar a atenção do público por meio de estratégias midiáticas que priorizam o impacto emocional, a exploração de temas chocantes e a construção de uma narrativa que, muitas vezes, ultrapassa os limites da informação objetiva. Essa abordagem é observada nos vídeos analisados (1, 2 e 3):

Imagem 1: Corpo é encontrado com ferimentos de foice e carbonizado.



Fonte: TV Antena 10. Disponível em: https://youtu.be/2Ipr6-hKBPU?si=qMy_Zt8fGG7rxNtV. Publicado em: 17 de out. de 2023. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

Imagem 2: Polícia prende mulher suspeita de assassinar o esposo na zona rural da cidade.



Fonte: TV Antena 10. Disponível em: <https://youtu.be/ev3aaMcC0pc?si=qHpM92WijjQLHT42>. Publicado em: 23 de out. de 2023. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

Imagem 3: Suspeito de matar homem a tiros em Picos está foragido.



Fonte: Tv Antena 10. Disponível em: https://youtu.be/2J2xYwW_qW4?si=uZu1vFr9sFySDAPb. Publicado em: 15 de Nov. de 2023. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

Esses conteúdos evidenciam como as práticas sensacionalistas estão diretamente conectadas às lógicas mercadológicas e à Indústria Cultural descritas por Adorno e Horkheimer (1985).

A narrativa adotada por Tony Black se destaca pela teatralidade, pela ênfase em tons dramáticos e pelo uso de uma linguagem carregada de emoção. Essas características transformam a notícia em espetáculo, conforme definido por Angrimani (1995), ao "superdimensionar o fato" e apelar para o lado mais aparente e impactante dos eventos. Um exemplo claro disso pode ser observado na reportagem sobre um caso de violência, em que o repórter descreve os detalhes do crime de forma gráfica e emotiva, utilizando recursos audiovisuais que intensificam a sensação de choque. Essa prática está alinhada à análise de Arbex Jr. (2002), que destaca como os telejornais sensacionalistas enfatizam imagens e descrições chocantes, muitas vezes ignorando o contexto mais amplo dos acontecimentos.

A descontextualização dos fatos é outro aspecto evidente na performance de Tony Black. Em diversas ocasiões, os eventos são apresentados como ocorrências isoladas, sem qualquer análise que os conecte a dinâmicas sociais, econômicas ou políticas mais amplas. Como aponta Pedroso (1983), essa omissão de informações contextuais é uma característica central do sensacionalismo, pois impede a compreensão crítica e aprofundada dos fatos,

reduzindo-os a eventos desconexos cujo único objetivo é capturar a atenção do telespectador. Nos vídeos analisados, esse fenômeno se manifesta em reportagens que destacam a violência de forma alarmista, mas que não exploram fatores estruturais que poderiam fornecer uma visão mais ampla e informativa sobre o problema.

Além disso, as reportagens de Tony Black demonstram um forte apelo emocional, com a intenção clara de provocar reações intensas no público. Essa estratégia é descrita por Filho e Rios (2022) como a transformação de notícias reais em "espetáculos", onde a veracidade dos fatos cede lugar à busca por audiência. A exploração de histórias impactantes, acompanhada de trilhas sonoras dramáticas e tons exaltados de voz, exemplifica como a televisão sensacionalista emprega recursos técnicos e narrativos para potencializar o efeito emocional, muitas vezes em detrimento da objetividade e da precisão jornalística.

Essa abordagem sensacionalista, contudo, não é uma prática isolada, mas sim parte de uma lógica mais ampla da Indústria Cultural. Adorno e Horkheimer (1985) argumentam que a cultura, no contexto capitalista, se transforma em mercadoria, padronizando-se e ajustando-se às demandas do mercado. No caso da TV Antena 10, o sensacionalismo adotado nas reportagens de Tony Black serve como estratégia para atrair um público massificado e mantê-lo cativo. Essa prática, como observa Reis (1996), cria uma necessidade compulsiva de consumo de conteúdo impactante, ao mesmo tempo em que reforça estereótipos e ideologias dominantes.

A transformação da notícia em mercadoria também é evidenciada pela forma como o jornalismo sensacionalista explora temáticas violentas e polêmicas de maneira repetitiva. Como descrito por Muniz Sodré (2006), essa padronização compromete a função crítica do jornalismo, reduzindo-o a um mecanismo que reforça preconceitos e alimenta o medo coletivo. Nos vídeos analisados, a repetição de histórias de violência e a dramatização dos fatos servem não apenas para entreter, mas também para sustentar uma narrativa que intensifica a percepção de insegurança, sem oferecer soluções ou reflexões mais profundas.

Outro ponto relevante é o impacto dessas práticas na credibilidade do jornalismo. O sensacionalismo, ao priorizar o entretenimento sobre a informação, compromete o papel essencial da imprensa como veículo de comunicação pública confiável e responsável. Conforme destaca a pesquisa do Reuters Institute (2023), o aumento da desconfiança no jornalismo está diretamente associado à percepção de que muitas notícias são apresentadas de maneira parcial e sensacionalista. Essa desconfiança, como mostram os dados, também

alimenta o fenômeno da "evitação de notícias", em que uma parcela significativa do público opta por não consumir conteúdos jornalísticos devido à negatividade e superficialidade predominantes.

A atuação de Tony Black na TV Antena 10 é, portanto, um caso paradigmático para compreender como o sensacionalismo no jornalismo contemporâneo reflete e reforça as dinâmicas da Indústria Cultural. Ao transformar a notícia em espetáculo e priorizar a audiência em detrimento da análise crítica e informativa, as práticas sensacionalistas não apenas distorcem a realidade, mas também contribuem para a alienação do público e a manutenção das estruturas de poder. As implicações éticas desse modelo de jornalismo são profundas, comprometendo tanto a credibilidade dos meios de comunicação quanto sua capacidade de contribuir para uma sociedade mais informada e crítica.

Considerações

Este estudo analisou como o sensacionalismo se manifesta na prática jornalística da TV Antena 10, com foco na atuação do repórter Tony Black. A partir da análise crítica de reportagens e do embasamento teórico fundamentado em autores como Adorno e Horkheimer, Angrimani e Muniz Sodré, evidenciou-se que o sensacionalismo não é apenas uma estratégia isolada, mas um reflexo das lógicas estruturais da Indústria Cultural, que privilegiam a audiência e o lucro em detrimento da qualidade e da profundidade informativa.

Os achados apontam para a centralidade da dramatização, do apelo emocional e da descontextualização dos fatos como recursos narrativos recorrentes no conteúdo analisado. Essas práticas, conforme descrito, transformam a notícia em espetáculo, comprometendo a função crítica e investigativa do jornalismo. Nos vídeos estudados, foi possível observar a ênfase em uma linguagem teatral e na exploração de eventos chocantes, elementos que corroboram a perspectiva de Arbex Jr. (2002) sobre a busca por emoções intensas como ferramenta para cativar o público.

Além disso, a pesquisa destacou o impacto ético e social do sensacionalismo. Ao adotar uma abordagem que prioriza o choque e o entretenimento em detrimento da veracidade e da contextualização, o jornalismo sensacionalista contribui para a alienação do público, reforça estereótipos e alimenta a percepção exagerada de crises sociais, conforme apontado por Venício (2006) e Reis (1996). Essa dinâmica também afeta negativamente a credibilidade dos

meios de comunicação e incentiva a crescente desconfiança e evitação de notícias, como evidenciado pelos dados recentes do Reuters Institute (2023).

Portanto, a análise da TV Antena 10 e da atuação de Tony Black confirma que o sensacionalismo no jornalismo contemporâneo não é apenas uma prática midiática, mas também um fenômeno cultural e econômico profundamente enraizado nas demandas do mercado. Ele atende às exigências de uma audiência fragmentada e busca se adaptar às lógicas de consumo impostas pela Indústria Cultural, como bem analisado por Adorno e Horkheimer (1985).

Dessa forma, conclui-se que, embora o sensacionalismo representa um modelo eficiente para a captação de audiência, ele compromete princípios éticos fundamentais do jornalismo, como a busca pela verdade, o respeito à dignidade humana e a promoção de um debate público crítico e informado. Este artigo ressalta a necessidade urgente de reflexão e mudança nas práticas jornalísticas, buscando conciliar as demandas do mercado com o compromisso ético e social do jornalismo enquanto serviço público essencial.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **Educação e emancipação**. Trad. de W. L. Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Trad. de G. A. de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

ANGRIMANI SOBRINHO, D. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

ARBEX JR., **Showrnlismo, a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2002.

BATISTA FILHO, A.; RIOS, J. R. A. C. **A construção de narrativas sensacionalistas**: Uma análise do caso Eloá. *Iniciacom*, v. 11, n. 1, p. 3, 2022.

BUCCI, E. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHRISTOFOLETTI, R. **Códigos e regras do jogo**. São Paulo: Contexto, 2008.

COHN, G. **Crítica da Razão Jornalística**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. 2007.

LIMA, V. A. **Mídia**: Crise Política e Poder no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

MARCONDES FILHO, C. **O Capital da Notícia**. São Paulo: Summus, 1986.

MATSA, K. E.; SHEARER, E. **News Use Across Social Media Platforms 2018**. Pew Research Center, 2018.

MATTOS, S. **Mídia, Estado e Nação: O Papel da Imprensa no Desenvolvimento do Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MEIO E MENSAGEM. **Cresce o percentual de brasileiros que não confiam em notícias**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/cresce-o-percentual-de-brasileiros-que-nao-confia-em-noticias>. Acesso em: 28 nov. 2024.

PEDROSO, R. N. **A produção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. UFRJ, 1983.

REIS, S. **Elementos de uma filosofia da educação musical em Theodor W. Adorno**. Belo Horizonte: Mãos Unidas, 1996.

SILVA, M. A. **A espetacularização da notícia e os limites éticos no jornalismo contemporâneo**. Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, 2020.

SIMÕES, A. **Jornalismo de Soluções**. Curitiba: Appris, 2022.

SODRÉ, M. **A Máquina de Narciso: Televisão, indivíduo e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SODRÉ, M. **Clar oscilante: ética, mídia e multiculturalismo**. Petrópolis: Vozes, 2006.

TV ANTENA 10. **Corpo é encontrado com ferimentos de foice e carbonizado**. Disponível em: https://youtu.be/2Ipr6-hKBPU?si=qMy_Zt8fGG7rxNtV. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

TV ANTENA 10. **Polícia prende mulher suspeita de assassinar o esposo na zona rural da cidade**. Disponível em: <https://youtu.be/ev3aaMcC0pc?si=qHpM92WijjQLHT42>. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

TV ANTENA 10. **Corpo é encontrado com ferimentos de foice e carbonizado**. Disponível em: https://youtu.be/2J2xYwW_qW4?si=uZu1vFr9sFySDAPb. Acesso em: 19 de nov. de 2024.

Regionalização midiática, folkcomunicação e religiosidade: cobertura jornalística do portal Cidade Verde acerca das práticas de umbanda no estado do Piauí

Clebson Lustosa Brandão LIMA
Samantha CASTELO BRANCO
Universidade Federal do Piauí, Teresina, Piauí

RESUMO

O artigo se propõe a analisar como o portal Cidade Verde, integrante do grupo de mídia piauiense que leva o mesmo nome, notícia a expressão religiosa umbandista, considerando a proposta de cobertura regional do referido meio de comunicação. Ao tempo em que as reflexões coadunam com as proposições das pesquisas na área folkcomunicacional, a diretriz metodológica dessa investigação assenta-se em abordagem qualitativa e quantitativa, recorrendo, ainda, às pesquisas de cunho bibliográfico, exploratório e descritivo. Com uso da análise de conteúdo, investiga-se matérias veiculadas entre 2018 e 2019. Constata-se que, embora o portal inclua a umbanda em sua rotina de publicações amparando-se em critérios de noticiabilidade como a proximidade e a repercussão, a cobertura noticiosa se propõe muito mais a uma abrangência local do que regional, o que diverge da proposta do grupo de mídia ao qual pertence.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Regionalização; Folkcomunicação; Umbanda; Portal Cidade Verde.

Introdução

Jornalismo, mídia e religião correspondem à uma tríade que, nesta contemporaneidade, em especial, ao fim do século XX e o percurso vigente do XXI, assume uma discussão relevante na sociedade brasileira em decorrência das reflexões em torno do tratamento dedicado, pelos veículos midiáticos, à representação das manifestações religiosas no Brasil não oriundas do dito status quo dominante.

De acordo com Teixeira Filho e Azevedo Júnior (2020), as religiões fora do padrão dominante são aquelas que se desenvolveram “à margem” do Catolicismo e, nesse caso, enquadram-se aí, por exemplo, o Protestantismo, o Espiritismo e as Afro- Brasileiras: Candomblé e Umbanda.

Entretanto, neste artigo, o foco recai, exclusivamente, em torno do processo de divulgação da expressão religiosa umbandista pela mídia, tendo como cerne a veiculação, em 2018 e 2019, de notícias regionais – oriundas no âmbito do estado do Piauí - sobre a citada

religião pelo portal piauiense “Cidade Verde”, fundado, em 21 de junho de 2002, como veículo integrante do Grupo Cidade Verde, da cidade de Teresina-PI, que assume em seu projeto editorial a prática de um jornalismo regional (SILVA, 2017).

As reflexões deste estudo coadunam com as proposições das pesquisas na área folkcomunicação, que trabalham com um objeto próprio: as manifestações informativas e comunicacionais no âmbito da cultura popular e, ainda, suas possíveis relações com outros sistemas (CASTELO BRANCO, 2020). Nesse sentido, a Folkcomunicação “adquire cada vez mais importância, pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 89-90).

Entre as contribuições de José Marques de Melo (2008) para a área, estão os esforços – e suas atualizações para classificar, em gêneros, formatos e tipos, as manifestações folkcomunicaçãois. É esse panorama que permite a seguinte classificação para as manifestações umbandísticas: (a) gênero - Folkcomunicação Cinética; (b) formato - Celebração; (c) tipo – umbanda.

Estabelecido o diálogo entre as intenções que guiam este artigo com o cenário das pesquisas em Folkcomunicação, coloca-se que este estudo tem como objetivo geral analisar como o portal Cidade Verde noticia a religião umbanda considerando as propostas de cobertura regional do referido meio de comunicação. Entre os objetivos específicos, estão: (a) analisar a linha editorial do portal Cidade Verde em relação cobertura regional da umbanda; (b) verificar datas e fatos relacionados ao noticiamento acerca da umbanda no referido portal; (c) identificar os critérios de noticiabilidade adotados pelo portal Cidade Verde na cobertura regional das práticas de umbanda no Piauí; (d) estabelecer relações entre as notícias publicadas no portal Cidade Verde sobre a umbanda com datas específicas da citada religião.

A justificativa precípua para essa pesquisa decorre da necessidade de melhor compreensão acerca da cobertura midiática regional sobre as atividades umbandísticas no Piauí, uma vez que parte-se da premissa de uma possível limitação da visibilidade dessa religião ou mesmo de um certo silenciamento por parte da mídia, o que contribui para o fortalecimento do processo de marginalização dos grupos que praticam a umbanda no estado. Abre-se, assim, uma possibilidade de refletir sobre esse silenciamento dirigido a manifestações religiosas marginalizadas, julgadas e oprimidas historicamente pelo reflexo da herança

colonialista europeia, que procurou anular práticas religiosas avessas ao catolicismo apostólico romano, introduzido no país desde 1500 pelos portugueses (ROGNON, 1991).

Sobre a estrutura deste artigo, seguem-se a esta introdução, dois itens teóricos, os quais abordam a regionalização midiática e a umbanda, seguidos da exposição dos procedimentos metodológicos e da discussão dos resultados. Ao final, estão as conclusões e referências bibliográficas.

Regionalização e proximidade: critérios de noticiabilidade

No que se refere ao contexto midiático, a regionalização possui como premissa a valorização dos fatos sociorregionais para a produção da notícia, que dá voz e imagem a pessoas, cultura, economia, política, educação, saúde e religião de uma determinada região geográfica do país (OLIVEIRA, 2012). Dessa forma, a regionalização midiática lança um olhar para o que é próximo, comum, familiar.

Nesse panorama, segundo Lima (2010, p.210), “o espaço de difusão do veículo coincide, assim, com um espaço natural de identidade regional que substancia a identidade e a razão de ser do próprio ideário de informação”. Corroborando esse pensamento, Castelo Branco e Moura Filho (2014, p. 8), ao relacionar a regionalização com os conteúdos produzidos pela mídia, relatam que o fenômeno “trata-se da abordagem de questões regionais do dia a dia da rotina produtiva dos meios de comunicação, valorizando aspectos culturais, costumes, hábitos e problemas vinculados à população pelo viés de proximidade”.

Mais do que criar esse espaço de passagem de voz, a regionalização abre espaço para o que está além dessas barreiras. Segundo Moraes (2016, p.73), “a mídia regional se posiciona como sujeito na construção do avanço das regiões e dos lugares onde fixa suas práticas, consolidando seu compromisso perante o transbordo social”.

No âmbito jornalístico, a possibilidade de um fato virar notícia vai depender de critérios que, segundo Franciscato (2003, p. 171), “são um conjunto de referências estáveis na rotina jornalística de trabalho que, analisadas em sua regularidade, revelariam a noticiabilidade de um evento”. Os critérios que pautam a notícia funcionam com uma “fórmula” que, conforme Traquina (2002, p. 203), “são elementos básicos da cultura jornalística, partilhados pelos membros da comunidade interpretativa”.

Face às contribuições de diversos autores sobre critérios de noticiabilidade, para a análise que integra a pesquisa aqui relatada, tem-se como referência os elencados por Erbolato (2002): proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura, conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo, idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa, suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas, invenções, repercussão e confidências.

No caso das notícias, seu sistema produtivo segue a uma lógica que não pode se dissociar da linha editorial do veículo que a produz nem tampouco de aspectos como infraestrutura, equipamentos, recursos humanos, contratos publicitários, dentre outros, e, nesse bojo, os critérios de noticiabilidade se somam na definição dos acontecimentos que serão cobertos e transformados em produto para posterior comercialização e/ou consumo. Esses critérios, durante a produção da notícia, consideram tudo aquilo capaz de irromper com a multiplicidade aleatória de fatos virtuais, pois, conforme Rodrigues (1993, p.27), “o acontecimento jornalístico é, por conseguinte, fato de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pelas leis da probabilidade [...]”.

Os critérios de noticiabilidade são, portanto, essenciais para compreender o acontecimento e realizar a produção do material jornalístico, contudo é preciso haver uma regulação interna que organize o trabalho do jornalista, logo que uma série de interferências agem durante as etapas desse ofício.

A umbanda como manifestação religiosa/cultural e sua representação na mídia

A umbanda corresponde a uma religião de matriz africana genuinamente brasileira, fundada no Rio de Janeiro em 1908. Segundo Lima, (2017) a citada manifestação religiosa é uma fusão de crenças, ritos e doutrinas que combina o catolicismo, a tradição dos orixás africanos e os espíritos de origem indígena.

Os sons de tambores, as roupas exóticas e acessórios chamativos fizeram dessa religião alvo de perseguições não somente verbais, mas também físicas e muitos terreiros – locais de prática dos ritos africanos - foram destruídos, assim como, as imagens das entidades que adoram. De acordo com Marreto (2018), dentro da religião existem os Orixás que são divindades representadas pela natureza, podendo encontrar em alguns locais a definição de que

os Orixás são as qualidades de deuses individualizados manifestados como se fosse, de uma forma simplista os santos do catolicismo. Além disso, o líder de cada terreiro é chamado de pai de santo, mãe de santo, babalorixá ou ialorixá.

No Piauí, as primeiras manifestações da umbanda são datadas do final de 1940 e meados de 1950 (PORTAL CIDADE VERDE, 2008). A umbanda nasceu de uma herança cultural de negros escravizados e trazidos para o Brasil, criada dentro de comunidades periféricas, violentas e marginalizadas. O preconceito ultrapassou décadas e ainda é facilmente encontrado na sociedade atual. A falta de conhecimento faz com que as pessoas associem práticas da religião, como, por exemplo, uso de folhas e raízes para chás, garrafadas, rezas e simpatias a práticas de magia negra (GASPARETTO, 2010).

Conforme dados oficiais do último censo demográfico do país, em 2010, feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), o Piauí é o estado mais católico do Brasil. Segundo o Centro Nacional de Africanidade e Resistência Afro Brasileira (2010), o número de terreiros de umbanda do estado corresponde a 1.500 e, na capital, Teresina, há 420 centros umbandísticos catalogados, mas com estimativa superior a 800 terreiros. Ainda, em Teresina, existem 65 paróquias da igreja católica divididas entre a zona urbana e rural.

Nesse sentido, ainda que se observe de forma empírica esse silenciamento, vislumbra-se, com as propostas de regionalização fincadas por grupos de mídia no cenário brasileiro e, diante do foco deste estudo, piauiense, uma abertura oportuna para a cobertura desse assunto de forma a minimizar tal lacuna, especialmente tratando-se de veículo da web, que abarca a capacidade jornalística de noticiar com maior abrangência os fatos de uma região e, desse modo, podendo-se incluir os assuntos ligados à umbanda em uma mídia de cunho regional.

Metodologia

A pesquisa que embasa este artigo - Regionalização Midiática, Folkcomunicação e Religiosidade: Cobertura Jornalística do Portal Cidade Verde Acerca das Práticas de Umbanda no Estado do Piauí – tem os procedimentos metodológicos organizados em uma práxis de abordagem qualitativa e quantitativa, alicerçadas pela tríade de pesquisas que otimizaram a coleta de dados, sendo elas: bibliográfica, exploratória e descritiva.

A abordagem qualitativa e quantitativa visa a explicar e descrever fenômenos sociais que interessem à coletividade ou a um nicho populacional e é usada mutuamente, uma vez que

se visa a dar à pesquisa uma maturação ampla sob dois vieses que, quando bem aplicados, fundamentam a obtenção e discussão relevante dos dados (KÖCHE, 2003).

Além disso, intencionando-se obter informações e conhecimento úteis para responder ao problema de pesquisa, alcançar os objetivos e comprovar ou não as hipóteses traçadas, foi utilizada a técnica da análise de conteúdo.

Segundo Bardin (2011, p. 42), “esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens)”. Vale destacar ainda que a análise de conteúdo “descreve, analisa e interpreta as mensagens/enunciados de todas as formas de discurso, procurando ver o que está por detrás das palavras” (SEVERINO, 2007, p.106).

Outro aspecto relevante refere-se ao lócus de investigação que foi o portal Cidade Verde, de onde extraiu-se as matérias, publicadas entre os anos de 2018 e 2019, para análise de conteúdo em torno da cobertura regional sobre a umbanda. A escolha desse período se deu pelo fato de que, desde 2020, os meios de comunicação centraram-se na cobertura da Covid-19 e vacinação no estado, fazendo com que outros assuntos, inclusive a umbanda, tivessem cobertura reduzida.

As notícias foram buscadas por palavras-chave: umbanda, religião africana, religião de matriz africana, macumba, terreiro, umbandista, pai de santo, babalorixá, mãe de santo, ialorixá, candomblé e orixá, visando à localização de matérias sobre a temática da pesquisa no período de 2018 e 2019. As categorizações da análise de conteúdo empregadas nas matérias publicadas no portal Cidade Verde foram:

Quadro 01 – Categorias de análise de conteúdo aplicada ao *corpus*

CATEGORIA I Espaço Supraterritorial do Portal Cidade Verde para Notícias Religiosas da Umbanda e Periodicidade	Nessa categoria foram quantificadas as matérias religiosas voltadas à umbanda, matérias religiosas voltadas ao catolicismo, matérias religiosas sobre o protestantismo e matérias de religiões diversas e apontada a periodicidade delas.
CATEGORIA II Fatos Relacionados ao Noticiamento Regional Acerca da Umbanda no Portal Cidade Verde	Nessa categoria foram identificados os fatos das matérias sobre umbanda no portal Cidade Verde ao tempo em que, também, realizou-se a identificação do conteúdo regional das notícias.
CATEGORIA III Crítérios de Noticiabilidade	Nessa categoria as matérias sobre a umbanda tiveram seus critérios de noticiabilidade contabilizados e discutidos.

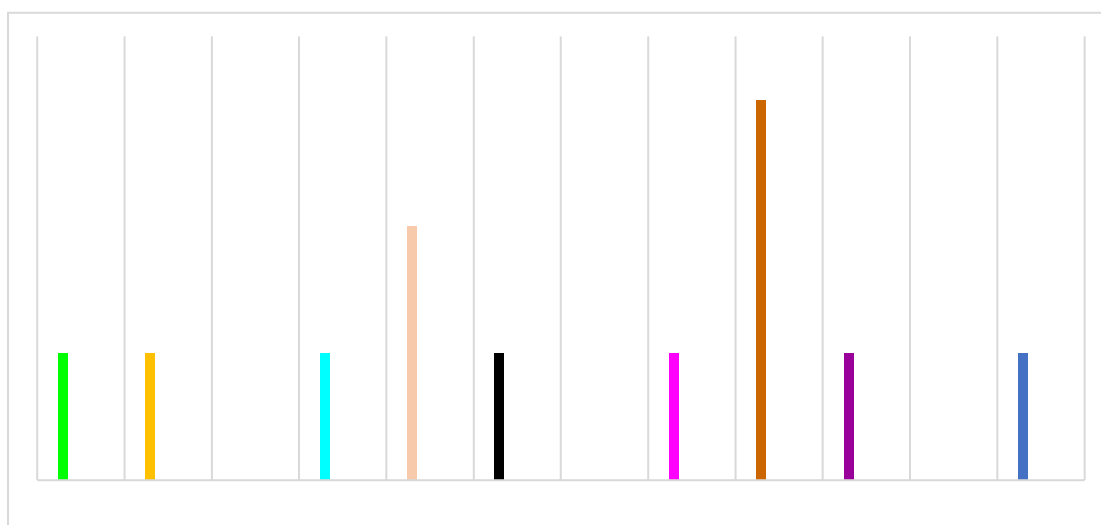
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Resultado

Na busca de matérias sobre a umbanda entre 2018 e 2019 no portal Cidade Verde, os resultados da pesquisa encontraram 12 matérias no ano de 2018 e 11 em 2019. Esse quantitativo, se analisado de modo superficial, pode ser interpretado que, num período de 12 meses de 2018, houve uma notícia por mês e, em 2019, 11 matérias por cada período de 30 dias, não chegando a resultar em uma mensal. Contudo, a situação não se deu de forma linear tendo, então, no que se refere à veiculação desse material, hiato de um mês, além de dois e três de ausência de notícias sobre a umbanda no portal.

Analisando a periodicidade mensal das publicações sobre a umbanda no portal Cidade Verde no ano de 2018, observa-se que houve um fluxo maior de notícias sobre o assunto nos meses de setembro (3 matérias) e maio (2 notícias), e, nos demais períodos, foram publicadas, apenas, uma matéria por mês. Nota-se que o primeiro hiato ocorreu após dois meses de noticiamento seguido. O segundo período de ausência de conteúdo deu-se após três meses consecutivos de publicação e o terceiro momento sem publicações, também, deu-se após mais três meses de cobertura noticiosa sequencial. Como mostra o gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Quantitativo de publicações de notícias sobre a umbanda no ano de 2018 por mês



Fonte: Elaborado pelo autor (2023). Dados da pesquisa.

Em 2019, encontra-se 11 notícias distribuídas em evidência nos meses de julho, agosto e novembro, sendo duas notícias em cada um dos meses destacados e uma matéria em abril,

maio, setembro, outubro e dezembro. O hiato em 2019 foi de três meses no início do ano, após a última notícia sobre umbanda publicada em dezembro de 2018. A seguir ocorreram dois meses de noticiamento e um mês de “silenciamento”, além de publicações consecutivas mensais nos seis meses finais para o término do ano.

Diante desses dados é possível dizer que uma notícia por mês sobre umbanda pode gerar um cenário considerado representativo para as práticas da religião no estado do Piauí? Provavelmente, não. Contudo, isso também não significa que o portal precisa ter 100% desse tipo de notícia, mas nota-se, por exemplo, o crescente aumento de pais de santo, mães de santo nas redes sociais virtuais questionando muitos assuntos que seriam pautas provocativas e de aprendizado a serem transformadas, pelo Jornalismo, em notícias para sociedade (LIMA, 2022).

Diante do número de matérias que integram a cobertura do Portal Cidade Verde, durante dois anos, acerca da umbanda, pode-se refletir que o aspecto quantitativo é um pontapé para a catalogação do material que abre espaço para uma análise mais ampla, qualitativa. Nesse panorama e considerando a função social do jornalismo, entende-se que noticiar as práticas umbandísticas pode contribuir para fomentar a tolerância social religiosa com outras manifestações do tipo que, embora tão antiga quanto o catolicismo, seguem, ainda, oprimidas (TEIXEIRA, 2013).

Outro ponto ainda a se destacar nesta categoria de análise corresponde a editoria de publicação das notícias religiosas onde, praticamente, todas as matérias são postas na editoria Geral havendo um diferencial na umbanda que possui algumas notícias na editoria última e entretenimento.

Entende-se por notícias postas na categoria Geral aquelas que tratam de fatos que não possuem necessidade de serem dirigidas a um nicho específico. Conforme Erbolato (2002), quando as notícias são alocadas em uma editoria específica, o veículo demonstra importância a tais fatos e esforço / organização no que se refere àquele âmbito temático, ao contrário do mote “Geral”, que remete a um espaço no qual são inseridos conteúdos diversos, tendo o leitor que procurar/vasculhar, dentre muitos assuntos, o tema de seu interesse.

No rol das matérias coletadas, nove (39,13%) foram feitas sobre fatos de manifestações públicas de combate à intolerância religiosa sobre a umbanda nas principais ruas e pontos turísticos de Teresina. Além disso, houve, ainda, comemorações públicas ligadas a fatos acerca da lavação de escadarias da cidade, sendo um ritual de lavagens das

energias antigas e ruínas, abrindo espaço espiritual para novas vibrações, bem como a festa de São Cosme e Damião, festa de aniversário da umbanda em Teresina e comemoração em prol do novo babalorixá do terreiro de umbanda na capital do estado piauiense.

Em continuidade, foram identificadas duas notícias movidas pelo fato da morte de um babalorixá e uma ialorixá, seguidas de mais duas matérias de encontros de umbandistas, uma matéria de perseguição religiosa e uma que denota a realidade social de quilombos e de terreiros de umbanda que sofrem com o desemprego dos jovens.

Embora saiba-se que a umbanda possui praticantes nessas outras cidades, acredita-se que, por motivos estruturais, mercadológicos e financeiros, o grupo midiático em questão acabe por não realizar cobertura ampla e frequente no território piauiense. Apesar disso, a proposta de regionalização tem sido amplamente repetida nas campanhas publicitárias da Cidade Verde e esforços nesse sentido vêm sendo colocados em prática, como a inauguração, em 25 de abril de 2022, do Portal “Cidadeverde.com/picos”, com sede na cidade de Picos, região Centro-Sul do Piauí, voltado a cobertura de fatos regionais.

Contudo, houve, ainda, quatro publicações, 2 em cada ano, totalizando 17,39 %, nas quais o assunto não foi correlacionado a fatos do Piauí, mas, sim, de abrangência nacional. Além disso, houve uma matéria publicada no portal que enfoca fato ocorrido na Bahia e que seria de interesse maior ao Jornalismo Regional daquele estado.

No total das 23 matérias analisadas, 9 em cada ano, ou seja, 18 textos (78,26%) sobre a umbanda se voltam para fatos ocorridos no estado do Piauí, sendo 17 (94,44%) sobre acontecimentos que se deram na cidade de Teresina e 1 (5,55%) em Amarante, localizada na região centro-sul do estado, a aproximadamente 160 quilômetros da capital. Tais dados conduzem ao questionamento acerca do caráter regional dessa cobertura, uma vez que a produção jornalística fica, quase que em sua totalidade, reduzida à capital, deixando uma lacuna significativa no que se refere aos demais municípios.

No que tange aos critérios de noticiabilidade, com base em Erbolato (2002), o levantamento das matérias chegou-se aos seguintes dados:

Tabela 1 – Critérios de noticiabilidade identificados nas matérias de umbanda do Jornalismo Regional do portal Cidade Verde entre 2018 e 2019

Critérios	Quantitativo		%
	2018	2019	
Proximidade	9	9	78,26%

Marco geográfico			
Impacto			
Proeminência			
Aventura			
Conflito	3	1	17,39%
Consequências			
Humor			
Raridade			
Progresso			
Sexo			
Idade		3	13,04%
Interesse pessoal			
Interesse humano			
Importância	6	6	26,08%
Rivalidade			
Utilidade			
Política editorial			
Oportunidade			
Dinheiro			
Expectativa			
Suspense			
Originalidade			
Culto de heróis			
Descobertas			
Invenções			
Repercussão	3	2	21,73%
Confidências			

Fonte: Elaborado pelo autor (2023). Dados da pesquisa.

Observa-se que o critério “proximidade” foi o mais presente nas publicações, seguido de “importância”. Uma das matérias que encontramos esse recorte foi publicada em 19/01/2018 com o título “Dia Municipal da Umbanda será festejado na Praça dos Orixás” trazendo informações sobre uma celebração de adeptos da religião na cidade. Já em “importância” temos a “Pai de Santo aos 19 anos quer combater a intolerância com fé e caridade” postada no dia 18/08/19 com informações sobre ascensão de um os pais de santo mais jovem do Estado.

6 Considerações finais

Considerando-se a proposta da pesquisa que alicerça este artigo, a análise acerca da cobertura feita pelo portal Cidade Verde em torno da religião umbanda entre 2018 e 2019, verifica-se, inicialmente que o veículo se propõe muito mais a uma abrangência jornalística local do que regional. A produção jornalística deu-se com maior evidência sobre os acontecimentos umbandísticos ocorridos na cidade de Teresina, tendo uma única exceção, na qual a cobertura abrange um fato de Amarante, município da região centro-sul do estado.

Os dados abrem espaço para oportuna reflexão acerca dos desafios que grupos midiáticos enfrentam para a concretização de projetos de cobertura regional, sendo esses de natureza mercadológica e financeira, além daqueles que envolvem escassez de recursos humanos, materiais e tecnológicos. Além disso, face aos obstáculos, é necessário também a incessante busca de esforços que possam minimizá-los, como a atuação de jornalistas contratados pelo grupo para atuação em regiões específicas do estado.

Ainda sobre o total de matérias divulgadas sobre a umbanda, o portal, embora assuma proposta regional, chegou a noticiar episódios que envolviam a umbanda no âmbito nacional, sem repercutir ou correlacionar o fato com aspectos do contexto piauiense. Não se pode esquecer que também foi veiculado texto com abordagem de fato que se deu no território baiano, sendo visivelmente de maior interesse de leitores daquela região.

Ainda que com tais observações, é mister ressaltar que a umbanda foi inclusa, pelo portal, em sua rotina de produção e noticiamento jornalístico. Os temas foram pautados e as matérias produzidas e veiculadas, tendo os seguintes aspectos como os mais presentes critérios de noticiabilidade: proximidade, conflito, idade, importância e repercussão. Ademais, os principais fatos correlacionados a tais critérios se referem às manifestações públicas contra intolerância religiosa, comemorações públicas, crime, morte, justiça, encontro de umbandistas, perseguição e realidade social.

A análise de conteúdo também constata que, no período da amostra, não há, por parte do Portal Cidade Verde, integrante de um grupo midiático pertencente a uma família declaradamente católica, prejuízos no que tange à concepção da umbanda quanto religião nem mesmo questionamentos quanto à validade ou à intencionalidade de suas práticas. Não se extrai dos conteúdos quaisquer posturas preconceituosas ou de silenciamento intencional para com a citada religião de matriz africana. A cobertura passa a noção de que o citado meio

de comunicação vê a umbanda como uma religião tão importante quanto as demais existentes e que, por isso, fatos com critérios de noticiabilidade que comumente orientam as publicações são também considerados nas temáticas umbandísticas.

Vale destacar, assim, a função social do jornalismo, que no caso específico da cobertura da umbanda, pode atuar como um meio para informação / educação permanentes, desconstruindo estereótipos, combatendo o racismo estrutural presente na sociedade brasileira e contribuindo para o respeito às diferentes práticas religiosas, inclusive em reforço ao que estabelece a Constituição Federal em vigor, quando protege a manifestação da fé como um direito fundamental, assegurando a liberdade de consciência, de crença, o livre exercício dos cultos religiosos e a proteção dos locais de culto.

Para isso, fomenta-se, com essas reflexões, a construção, no âmbito jornalístico, de um pensamento favorável a coberturas mais holísticas / integrativas sobre a umbanda, explorando-se não apenas acontecimentos de praxe ou corriqueiros, mas que abra espaço para sua difusão como uma religião 100% brasileira e para a conscientização de que seguidores / praticantes de religiões de matrizes africanas não podem continuar sendo alvos de intolerância religiosa.

REFERÊNCIAS

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

CASTELO BRANCO, Samantha. O pensamento folkcomunicacional de José Marques de Melo. In: GOBBI, Maria Cristina; RENÓ, Denis (Orgs.). **Reflexões sobre o pensamento comunicacional latino-americano**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. pp. 237- 263.

CASTELO BRANCO, Samantha; MOURA FILHO, Washington. Olhar sobre os editoriais dos jornais impressos piauienses: reflexões sobre regionalização. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1798- 1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1798-1.pdf). Acesso em: 19 jun. 2021.

CENTRO NACIONAL DE AFRICANIDADE E RESISTÊNCIA AFRO-BRASILEIRA. **Terreiros de umbanda**. 2010. Disponível em: <http://www.cenarab.com.br/religiao.php> . Acesso em: 06 mar. 2022.

ERBOLATO, M. L. **Técnica de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição de jornal diário. Ática, 2002.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Salvador, 2003. 336 p. Tese (doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6056/1/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2022.

GASPARETTO, Paulo R. **Midiatização da Religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. XIX COMPOS: Rio de Janeiro, 2010.

IBGE. **Censo 2010**. 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br>. Acesso em: 06 mar.2022.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

LIMA, Clebson Lustosa Brandão. **Kobá**: a apropriação do *instagram* como espaço para desmistificar e ecoar a cultura da religião umbanda. Programa de Pós-Graduação em Comunicação/PPGCOM-UFPI. 2022.

LIMA, M. É. de O. **Mídia regional**: indústria, mercado e cultura. Natal: EDUFRN, 2010.

LIMA, Sabrina Verônica Gonçalves. **As Faces da Umbanda no Piauí**: Política, festa e criminalidade (1960-1978). 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpi.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/799/AS%20FACES%20DA%20UMBANDA%20NO%20PIAU%3%8D%20POL%3%ADTICA%2C%20FESTA%20E%20CRIMINALIDADE.pdf?sequence=1>. Acesso em: 23 nov. 2020

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARRETO, Júlia. **Entenda em que a Umbanda acredita em 10 tópicos**. R7, 2018. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/entenda-em-que-a-umbanda-acredita-em-10-topicos/>. Acesso em 29 nov. 2020

MORAES, Gislane da Conceição Lima Camelo de. **Regionalização da mídia piauiense**: um olhar sobre os programas especiais da TV Cidade Verde. Teresina, 2016. 165 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro de Ciências da Educação (CCE), Departamento de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Teresina, 2016.

OLIVEIRA, R. R. de. **Mídia regional**: proximidade e mercado: a TV TEM. 2012.

PORTAL CIDADE VERDE. **Audiência discutirá aumento de intolerância a religiões de matriz africana**. 2008. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/270102/audiencia-discutira-aumento-de-intolerancia-a-religioes-de-matriz-africana>. Acesso em: 25 nov. 2020.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA. Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

ROGNON, Frédéric. **Os primitivos, nossos contemporâneos**. Tradução de Cláudio Cesar Santoro. Campinas: Papirus, 1991.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científica**. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

SILVA, Mayara da Costa. **Regionalização no webjornalismo piauiense**: estudo do Portal Cidade Verde, Teresina-Piauí. 2017. 205 f. Disponível:
sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6261818. Acesso em: 06 mar.2022.

TEIXEIRA FILHO, Clóvis.; AZEVEDO JUNIOR, Aryovaldo de Castro. A Midiatização da Umbanda: uma análise sobre a religião nos conteúdos audiovisuais mais consumidos digitalmente. **C&S**, São Bernardo do Campo-SP, v. 42, n. 1, p. 163- 191, 2020.
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/9081/7297>

TRAQUINA, Nelson. **O que é Jornalismo**. Lisboa: Quimera Editores. 2002.

Desafios do Jornalismo no Combate à Desinformação: uso da Inteligência Artificial pelos Atores Sociais

Karen Miranda RODRIGUES
Marco Antônio de Oliveira TESSAROTTO
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

O jornalismo se depara com novos agenciamentos jamais previstos em seu modelo produtivo de fazer jornalístico, as tecnologias estabeleceram outros protocolos de negociação entre produtores e consumidores. Essa negociação não ocorre entre campos, mas no interior de cada esfera/bolha de enunciação onde, cada ator social assume para si, formas de transmissão/enunciação próprias, baseadas nas gramáticas produtivas conforme campo de recepção (nicho consumidor). Deste cenário, a mediação do jornalismo é realocado para o campo da observação/checagem do factual que é gestado e transmitido pelos perfis destes atores em Sites de Redes Sociais (SRS). O jornalismo não estava preparado para o enfrentamento de narrativas ideológicas e máquinas (materiais/objetivas) que performatizam realidades e estabelecem interações com humanos. Nos interessa observar, como o jornalismo alternativo/independente se utiliza da tecnologia para atuar na condição de mediador em informações descontextualizadas produzidas e compartilhadas pelos atores sociais. O jornalismo pode ser este porta-voz ou *gatekeeper* da “veracidade” dos fatos, da preservação do factual, da apuração à enunciação do acontecimento.

PALAVRAS-CHAVE: inteligência artificial; atores sociais; práticas jornalísticas; produtores e consumidores.

Introdução

Na última década, o jornalismo passou por uma das transformações mais profundas desde a invenção da imprensa. Com o surgimento e a popularização da internet, o jornalismo digital não apenas emergiu como uma alternativa aos veículos tradicionais, mas também trouxe consigo mudanças estruturais no modelo produtivo, alterando as formas de produção, distribuição e consumo de notícias. Esse novo cenário, intensificado pelas redes sociais digitais, abriu espaço para novas dinâmicas entre jornalistas, veículos de comunicação e audiências.

Inicialmente, os grandes veículos de comunicação viam a web como um espaço complementar ao jornalismo tradicional, utilizando-a principalmente para replicar conteúdos dos meios impressos ou televisivos. Entretanto, rapidamente perceberam o potencial das

plataformas digitais para criar um novo tipo de jornalismo: ágil, interativo e acessível globalmente.

O fenômeno da digitalização transformou o modelo produtivo do jornalismo de forma significativa. No modelo tradicional, as redações eram compostas por equipes especializadas, que trabalhavam dentro de prazos rígidos para entregar as edições diárias de jornais, de programas radiofônicos e televisivos. Com o advento do digital, esse ciclo de produção se acelerou, impondo aos jornalistas, uma produção contínua e em tempo real de notícias, a qualquer hora do dia ou da noite com transmissões “ao vivo” no local do acontecimento. A instantaneidade da informação, em tempo real, imprime um ritmo contínuo das produções, com atualizações frequentes e constantes.

Deste quadro inicial, para compreensão do cenário, pensou-se como pergunta-problema: Como o jornalismo atua contra a desinformação em tempos de inteligência artificial? Neste sentido, o objetivo geral busca: descrever o papel do jornalismo na atuação e combate à desinformação no caso das enchentes no Rio Grande do Sul e, de forma específica: analisar os impactos das fakes news no fazer do jornalismo; observando a importância dos coletivos de mídia alternativa (Aos Fatos) e o uso da IA no combate às fakes. Esta investigação fundamenta-se em teorias sobre as plataformas digitais e o papel dos algoritmos, considerando as contribuições de autores que estudam a formulação e o funcionamento de chatbots e outras ferramentas automatizadas de checagem (Prado, 2020; Recuero, 2024).

O fenômeno da desinformação acompanha o crescente processamento das informações pelos dispositivos interacionais. Nessa perspectiva, Costa (2018, p.23) afirma que “o jornalismo perdeu o protagonismo de ser porta voz da informação, pois as redes sociais proporcionaram ao público a possibilidade de produzir conteúdo e disseminá-lo pela rede”. Este comportamento, de compartilhamento e publicação de informações por qualquer indivíduo criou uma esfera de “profissionais” amadores que, segundo Costa (2021), possuem acesso às mesmas ferramentas, fontes, recursos e informações dos jornalistas, alterando a cadeia noticiosa, mas também propiciando um aumento da disseminação de notícias descontextualizadas e/ou enganosas, sejam elas intencionais ou não.

Os processos de produção do “real” pela máquina são cercados por lacunas que fazem parte de sua natureza: recolher fragmentos e recompor em uma nova síntese artificial da realidade. As imagens construídas por algoritmos realizam esforços na recomposição de fatos e, este imagético necessita ser compreendido pelo viés do letramento visual para desvelamento

do contexto. Os “vazios” da inteligência artificial podem ser revelados no plano de fundo destas imagens ou por meio de perguntas-geradoras, a exemplo: O que esta imagem deseja comunicar? Quais são suas intencionalidades? Que lugar/cenário é este? A checagem de fatos é uma estratégia fundamental no combate à desinformação, pois visa desvendar a veracidade das informações veiculadas, proporcionando aos indivíduos dados confiáveis para embasar suas opiniões e decisões.

Contexto da pesquisa: do que estamos falando?

O surgimento dos Sites de Redes Sociais (SRS) modificou profundamente a dinâmica informacional contemporânea e abriu novas possibilidades para o jornalismo digital, especialmente, para o desenvolvimento do Jornalismo Guiado por Dados (JGD). Essas plataformas, ao reunir milhões de usuários em torno de perfis conectados, transformaram-se em fontes robustas de informações e dados, oferecendo ao jornalismo não apenas conteúdo para relatar, mas também recursos e dados com potencial para gerar conhecimento inédito.

Segundo a classificação de Ellison e Boyd (2013), os Sites de Redes Sociais possuem características específicas que os tornam ambientes de interação e produção de informações. Primeiramente, eles apresentam *perfis identitários*, onde os usuários constroem suas identidades digitais e fornecem informações pessoais, interesses e opiniões. Em segundo momento, os SRS exibem nas linhas do tempo, conexões públicas, possibilitando que a rede de relacionamentos de cada usuário seja visível, o que amplifica a difusão de informações. E, por último, as plataformas fomentam o engajamento para que os usuários produzam, consumam e interajam com o conteúdo gerado, criando um fluxo contínuo de informação entre indivíduos e grupos sociais.

A pesquisadora Raquel Recuero (2009) ressalta que os sites de redes sociais, ao atuarem como filtros de informação e espaços de reverberação, podem influenciar diretamente o agendamento de pautas nos veículos de comunicação, dado o valor agregado às informações em circulação nesses ambientes.

A esperança é que a IA possa não só auxiliar na identificação rápida de conteúdos falsos, mas também contribuir para uma análise contextual que ofereça ao público uma compreensão mais completa da informação. (Prado, 2022, p. 167)

No entanto, o jornalismo digital enfrenta desafios significativos no uso de redes sociais como fontes de informações, sendo um dos principais, a dificuldade em rastrear a fonte de origem das informações. Em um ambiente onde os conteúdos circulam com rapidez e são frequentemente reproduzidos sem atribuição clara deste emissor, torna-se complexo identificar a autenticidade das fontes e a confiabilidade das informações.

As redes sociais ao oferecerem acesso a uma variedade de "fontes de elite" — indivíduos ou grupos com alto perfil, como políticos e celebridades — que, em outros contextos, estariam fora do alcance do público geral. Essa acessibilidade expande as possibilidades para o jornalismo, que pode monitorar e documentar as declarações e ações dessas figuras públicas diretamente a partir de suas postagens. No entanto, essa facilidade de acesso levanta questões sobre a privacidade, a honra e a reputação dessas fontes, bem como sobre os limites éticos e legais que o jornalismo digital deve respeitar ao utilizar redes sociais como repositórios de informações.

Assim, os algoritmos não apenas condicionam a seleção e distribuição de conteúdos, mas também passam a atuar como mediadores da discursividade nas redes sociais, afetando a autonomia do jornalismo, uma vez que, a base de dados fornecida pelos sites de redes sociais tende a estabelecer discursos próprios que nem sempre refletem a imparcialidade ou a precisão necessárias para uma mídia informativa e ética.

No contexto do jornalismo digital contemporâneo, os algoritmos passaram a desempenhar um papel central na seleção, organização e disseminação de informações. Esses sistemas de filtragem, embasados em operações matemáticas complexas, não só categorizam e priorizam conteúdos, mas também atuam como agentes que moldam o discurso, direcionando o que é exibido ao público, pois:

Os algoritmos não apenas organizam as informações, mas também impõem uma certa narrativa que pode obscurecer a visão completa dos eventos". Com essa função mediadora, os algoritmos se configuram como uma "fonte oficiosa" que condiciona as prioridades informativas e transforma a natureza do conteúdo exibido, afetando profundamente o papel do jornalismo. (Prado, 2022, p. 205)

Um dos principais problemas associados ao uso intensivo de algoritmos nas redes sociais e plataformas digitais é o rebaixamento da mídia tradicional e do deslocamento de seu lugar de fala, convertendo-se em reproduzidor de discursos enunciados nas redes por

personalidades, vozes de autoridade e influenciadores digitais. Nesse processo, a mídia acaba absorvendo a lógica algorítmica, adaptando suas pautas aos conteúdos já amplamente difundidos nos SRS.

As afetações para o jornalismo dizem respeito ao próprio texto jornalístico que está sempre visível e vinculado a produtos hipermidiáticos, a exemplo dos vídeos que são executados automaticamente enquanto estratégia de imersão. O uso de dispositivos móveis, a partir das telas *touchscreen*, as noções de edição, filtragem e apresentação demandam um maior tratamento para redução de ruídos, onde o texto necessita dialogar com os elementos verbais e não verbais presente nas lógicas de produção de cada plataforma. O texto produzido para o *Instagram* possui uma determinada lógica da verticalidade, do “arrastar para o lado”, seguir fios e, quando é transposto para o *Facebook*, necessita abarcar outras condições técnicas. Estas transformações, de narrativas/design ocorrem dentro do mesmo ecossistema midiático da *Meta* entretanto, em plataformas algorítmicas de lógicas e condições de enunciação distintas.

Magaly Prado (2022) aponta que, como consequência deste fenômeno de transposição, a mídia passa a adotar discursos que não refletem necessariamente a imparcialidade ou precisão exigidas, já que a lógica dos algoritmos prioriza o engajamento e a resposta emocional, em detrimento da veracidade e profundidade dos conteúdos. Essa transformação conduz a mídia a reproduzir um conjunto específico de discursos construídos com base nas preferências e interações do público, diluindo sua capacidade de investigar e verificar informações com independência.

Metodologia: caminhos da pesquisa

Neste estudo de caso, foi adotada a abordagem multimetodológica da netnografia (Kozinets, 2014) que descreve as ações e possibilita uma cartografia de atualizações e de temporalidades no sentido de revelar elementos que descrevem e respondam a pergunta e os objetivos estabelecidos neste trabalho. A revisão de literatura, segundo Carlos Gil (2008), existe para mapear o estado atual do conhecimento e identificar lacunas e tendências relevantes. A pesquisa bibliográfica é baseada em fontes acadêmicas e livros especializados que tratam das metodologias de pesquisa em comunicação (Costa, 2020) e os algoritmos (Prado, 2022; Recuero, 2019; 2024). Stumpf (2011) afirma que o recurso da pesquisa bibliográfica fornece

uma visão detalhada, abordando a importância da coleta de informações secundárias e a análise crítica das fontes.

Sobre o caso: inundações das águas e das *fakes news* no Rio Grande do Sul

A desinformação pode ser entendida como ausência de informação, ou seja, a informação é manipulada para fins de alienação e dominação, ou como meio de engano arquitetado para alguém. No primeiro caso, a desinformação é vista como uma condição de precariedade informacional, associada à ignorância ou falta de cultura informacional, informação de baixa qualidade. Nesta visão, a desinformação é entendida como um estado de subinformação ou informação parcial e incompleta. O fato ou acontecimento tem potencial para se tornar de interesse público quando o registro formal e jornalístico determina a credibilidade das fontes noticiosas apuradas e consultadas. Desta observação, o fenômeno das *fakes news* e da desinformação é um problema que envolve o Estado democrático de direito e os sujeitos/atores sociais. As notícias falsas baseadas em dados descontextualizados possuem forte apelo ao subconsciente, aproveitando-se de segmentos sociais, de suas crenças coletivas e fragilidades, a exemplo das crises econômicas e tempos de incertezas.

Em contraposição às incertezas, as agências especializadas atuam na checagem/veracidade dos direitos individuais, cujo tratamento da informação ocorre por meios transparentes de checagem. Neste cenário, as agências de checagem que prezam pelo jornalismo alternativo, atualizam seus meios de verificação através de *bots* e interfaces interativas, a exemplo do portal “Aos Fatos” e do “Estadão Verifica”.

A título de ilustração sobre o fenômeno retratado como caso, o portal “A Pública” em 16 de maio de 2024, noticiou que mais de 4,3 milhões de publicações desinformativas foram disseminadas por diversos meios/plataformas sociais sobre o acontecimento. Para o jornalismo, essa autorização, agora subsidiada por ferramentas de Inteligência Artificial, representa um desafio, visto que o ambiente digital abriga uma sobrecarga informacional. Nesse contexto, o acontecimento das inundações no Rio Grande do Sul, em maio de 2024, fez suscitar questionamentos sobre o uso destas ferramentas e de seus recortes “descontextualizados” da realidade, a exemplo do caso do “helicóptero da Havan”, produzido por IA.

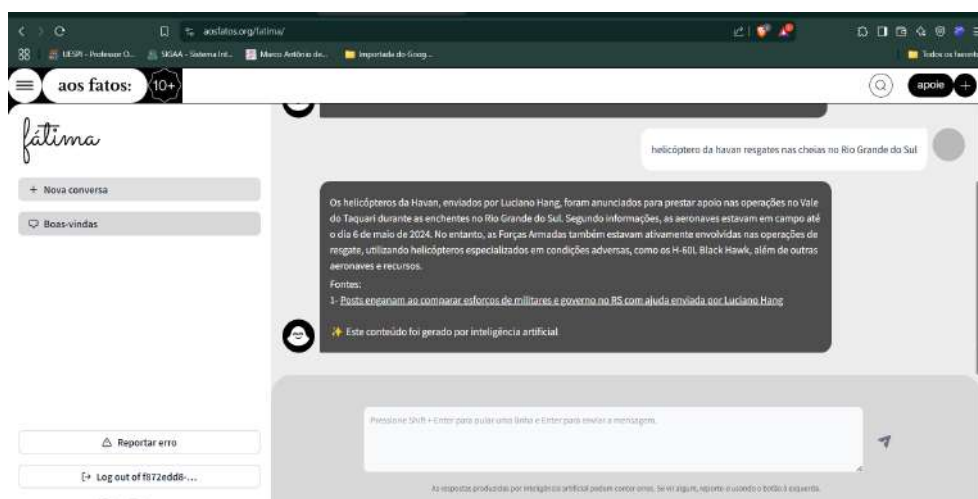
Imagem 1 e 2 - Uso da inteligência artificial na geração de imagens



Fonte: Estadão Verifica, 2024.

No presente caso, nos aportamos a partir do acontecimento “helicóptero da Havan” e as enchentes no Rio Grande do Sul, pois este caso, apresenta uma problemática destes tempos atuais do jornalismo e, como a força/capacidade da checagem humana busca se contrapor ao fluxo das notícias falsas compartilhadas pelos atores sociais. Segundo Maurice Mouillaud (2002) cabe, ao campo da informação, construir a moldura que enquadra o sentido na construção da notícia. Deste fenômeno, observamos o papel das agências de notícias que fazem uso dos algoritmos de checagem das informações e, a partir da aplicação da IA no fact-checking, promover um ambiente informacional mais confiável, proporcionando aos indivíduos dados confiáveis para embasar suas opiniões e decisões.

Imagem 3 - Chatbot Fátima do Portal “Aos Fatos”



Fonte: Portal Aos Fatos, 2025.

O material extraído do *chatbot* “Fátima” do portal “Aos Fatos” em sua versão 3.0 é reconhecido como a primeira robô checadora de informações presente em um portal de jornalismo alternativo e que atua de forma assertiva para o problema urgente e global da desinformação. Na mensagem, *input* inserido no *chatbot*: “helicóptero da havan resgates nas cheias no Rio Grande do Sul”, “Fátima” responde que o empresário enviou e prestou auxílio nas operações no Vale do Taquari entretanto, as aeronaves das forças oficiais (Forças Armadas) atuaram em maior número e em condições climáticas desfavoráveis. A mensagem, resposta do algoritmo é acompanhada por um link¹³ que desmente postagens de atores sociais realizados na plataforma “X” que afirmavam que um empresário catarinense (Luciano Hang) estava deslocando o mesmo número de helicópteros que as forças armadas.

Imagem 4 - Desinformação realizada por ator social nas redes sociais



Fonte: Portal “Aos Fatos”, 2025

O portal “Aos Fatos” ao desenvolver uma robô checadora de informações percebe a importância de atuar em um cenário de superabundância de informações que circulam a uma velocidade sem precedentes. O desafio da checagem é desenvolver a capacidade de diferenciar fatos de ficções, ou seja, aprimorar os processos de apuração/checagem para o bom trabalho do jornalismo profissional. Este artigo, portanto, busca não só analisar o papel dos algoritmos,

¹³ <https://www.aosfatos.org/noticias/enchentes-rio-grande-do-sul-luciano-hang/>, acesso em 13 de março de 2025.

mas também provocar uma reflexão mais ampla sobre a responsabilidade social das empresas de comunicação. O jornalismo desenvolvido no ambiente digital é apresentado a partir da dicotomia entre o livre exercício da profissão (do jornalismo) e daquilo que compete ao interesse público. Quais são os limites éticos do jornalismo guiado por dados, desenvolvido por algoritmos, onde a interação e comunicação é mediada por dispositivos técnicos. O trabalho dos jornalistas em conjunto com robôs levanta indagações sobre os limites éticos nas formas de coletar, tratar e divulgar informações, pois a desinformação utiliza dados coletados em massa para gerar materiais jornalísticos tendenciosos.

Deste cenário apresentado, os *chatbots* modernos, como o “Fátima” do portal “Aos Fatos”, utilizam técnicas avançadas de processamento de linguagem natural (PLN) e aprendizado de máquina para verificar informações relevantes e naturais¹⁴ em tempo real. Esses sistemas podem identificar padrões em notícias falsas, cruzar dados com fontes confiáveis e educar os usuários sobre os riscos da desinformação. No atual cenário, caracterizado pela diminuição na influência dos fatos objetivos na formação da opinião pública, observa-se um maior espaço às emoções e crenças pessoais (narrativas) que criam simulacros da realidade percebida. A prática do *fact-checking* surge como uma estratégia fundamental para enfrentar a desinformação e garantir a precisão das notícias. Esta problemática revela que a imprensa necessita retomar seu papel de mediador, de agenciamento das pautas, deslocando seu papel de mero expectador destes atravessamentos digitais. No atual cenário, não mais se questiona ou se exerce a boa crítica, apenas sedimenta-se tais crenças através de um enquadramento e/ou angulações noticiosas mais brandas produzidas pela pauta jornalística.

Outro ponto destacado por Spinelli e Santos (2018) tratam sobre o papel crítico do *fact-checking* como uma prática jornalística que visa verificar a veracidade das informações antes de sua disseminação. Os autores argumentam que o *fact-checking* é uma prática jornalística indispensável na contemporaneidade do jornalismo. Este método de checagem atua como um guardião da credibilidade, ajudando a manter a qualidade do debate público, protegendo-o contra a desinformação. À medida em que a sociedade se adapta ao fluxo constante de informações.

¹⁴ <https://www.aosfatos.org/noticias/aos-fatos-lanca-fatima-30-expansao-do-chatbot-com-ia-generativa/>, acesso em 13 de março de 2025.

Análise do caso: compreensão da complexidade do tema

A compreensão sobre a complexidade do tema envolve a participação dos atores sociais e sua responsabilidade em verificar a veracidade das informações recebidas, antes de compartilhá-las, o que pode auxiliar na ruptura da propagação da desinformação. A contribuição do Portal “Aos Fatos” é servir de subsídio aos atores sociais com informações checadas, onde cada um(a) possa promover a disseminação de conteúdo verificado para a construção de um ambiente informacional mais sólido e confiável.

O processo de *fact-checking* envolve a análise metódica de declarações, notícias e conteúdos diversos, com o intuito de verificar sua veracidade por meio de evidências sólidas. Organizações especializadas, como portal “Aos Fatos”, desempenham um papel fundamental ao oferecer informações verificadas e confiáveis, contribuindo para a manutenção da integridade do debate público e o combate à desinformação. Além de corrigir informações errôneas, o *fact-checking* permite que os indivíduos formem opiniões embasadas e tomem decisões informadas.

A inteligência artificial tem revolucionado o processo de *fact-checking*, oferecendo uma abordagem ágil e eficaz para lidar com a disseminação de desinformação. Embora enfrente desafios e limitações, a aplicação da IA no *fact-checking* representa um avanço significativo na promoção de um ambiente informacional mais confiável. A combinação inteligente entre a IA e a expertise humana pode potencializar ainda mais a eficácia da checagem das informações, contribuindo para a mitigação dos efeitos nocivos da desinformação.

Por último, enquanto desafio posto às tecnologias digitais e a transparência no tratamento das informações, observamos um cenário complexo que envolve a propriedade das plataformas e sua regulação sobre o que é publicado e posto em circulação nos Sites de Redes Sociais, garantindo um ambiente digital com uma comunicação de alta qualidade.

Considerações finais

O presente texto teve por objetivo refletir sobre as novas condições do trabalho do jornalismo diante de um cenário marcado por fragmentos e descontextualizações. Deste cenário, observamos a atuação das organizações especializadas, como o portal “Aos Fatos” que desempenham um papel fundamental ao oferecer informações verificadas e confiáveis,

contribuindo para a manutenção da integridade do debate público e o combate à desinformação. A desinformação abarca o acontecimento que se consolida dentro de cada temporalidade e, embora a mídia privilegie o presente, os fatos noticiados demandam uma explicação diferenciada se comparados com outros acontecimentos, esta apuração “rasa” e acelerada nutre e fornece elementos para a desinformação “ir adiante”.

Outro ponto a ser destacado é que, diante das inúmeras possibilidades oferecidas pela inteligência artificial, o jornalismo deve adotar uma abordagem mais colaborativa com essas tecnologias, utilizando-as como aliadas estratégicas na apuração, análise e distribuição de informações. No contexto da epidemia informacional, o uso da IA pode auxiliar na identificação de padrões em grandes volumes de dados, permitindo que jornalistas dediquem mais tempo à investigação de conteúdos complexos e aprofundados, a exemplo das grandes reportagens/*longform*. Importante destacar, a necessária colaboração de ferramentas que abarcam algoritmos de verificação de fatos e *chatbots* no processo de apuração jornalístico, ampliando a capacidade de combater a desinformação de forma mais eficiente.

Em um mundo inundado de informações que circulam à velocidade da luz pelas redes sociais, a capacidade de discernir fatos de ficção tornou-se uma habilidade essencial para a cidadania. O portal “Aos Fatos” é uma organização que consolidou uma credibilidade e confiança no cenário brasileiro de *fact-checking* que, ao treinar seu *bot* checador, agrega valor ao jornalismo ratificando seu compromisso com a verdade dos fatos.

Referências

- COSTA, L. M. da S. **O jornalismo digital e as fake news**: Um estudo das plataformas digitais de fact-checking “Lupa” e “Aos Fatos”. 103f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) - Universidade Estadual do Piauí, Picos, 2018.
- COSTA, R. M. de B. **Jornalismo e mídias digitais**: A utilização do Facebook e do Instagram para a produção e distribuição de notícias no portal Cidade Verde. 2021. Dissertação. (Mestrado em Comunicação): Universidade Federal do Piauí - UFPI, Teresina, 2021, 262 p.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Peso, 2014, 202 p.

MOUILLAUD, Maurice. **A crítica do acontecimento ou o fato em questão**. In: M. Mouillaud; S.D. Porto (Org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília, 2002. Editora UnB: 49-83.

MIRANDA, Karen. **Algoritmos e bots contra a desinformação**: o papel da “Fátima” do portal “Aos Fatos” na identificação de informações falsas. Universidade Estadual do Piauí. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, a ser defendido em junho de 2025.

PRADO, Magaly. **Fake news e inteligência artificial**: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. A. **Jornalismo na Era da Pós-Verdade**: Fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, Palmas, v. 4, n. 3, p. 759-782, maio. 2018.

Usos do Ciberespaço: a Diocese de Picos-PI e a sua página na Internet

Luan Cardoso SILVA

Victor Guilherme Sousa FRANÇA

Jailson Dias de OLIVEIRA

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – Faculdade R.Sá, Picos, Piauí

RESUMO

Nos últimos anos, assistiu-se a uma crescente utilização das novas tecnologias da comunicação por parte da Igreja Católica. Este fato surge, não só pela necessidade de se adaptar à sociedade contemporânea, mas, sobretudo, pela obrigação de adequar a sua comunicação a um público cada vez mais moderno e sofisticado. Assim sendo, este trabalho tem como propósito analisar o website da Diocese de Picos (PI): www.dp15.com e a navegabilidade e atualização durante os dias da Semana Santa de 2024. Como metodologia optou-se pela Análise de Conteúdo em Bardin (1977), uma vez que foi realizada a verificação das publicações no website. A referência bibliográfica teve como base Foley (2002). Deste modo, concluiu-se que o website [dp15.com](http://www.dp15.com) é uma ferramenta útil para a Diocese de Picos, embora careça de melhor atualização jornalística.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Igreja; Internet; Site; Diocese.

Introdução

A Internet tem se mostrado um meio extremamente útil para a difusão da mensagem da Igreja Católica, que percebeu a necessidade de utilizar os novos meios de comunicação na sua missão evangelizadora. Portanto, ela tem adotado as novas ferramentas para difundir a sua mensagem para toda a população seja ela católica ou não. Essa atuação resulta na maior integração entre os fiéis e também pode atrair novos adeptos do catolicismo.

Dessa forma percebe-se que as dioceses e paróquias estão dispondo de páginas na internet e redes sociais, transmitindo missas e demais eventos religiosos em tempo real. Há equipes preparadas para esse trabalho de comunicação.

A Diocese de Picos, liderada pelo bispo Dom Plínio José Luz, segue esse exemplo de manter uma comunicação atualizada e próxima dos fiéis, através do seu site institucional: www.dp15.com, bem como das suas redes sociais. Assim, decidiu-se analisar a funcionalidade do site, se ele possui uma fácil navegabilidade para os internautas e a sua atualização jornalística.

Este trabalho se vale da Análise de Conteúdo com base em Bardin (1977) por entender que essa metodologia oferece os requisitos necessários para a realização do estudo. Foram

analisadas a página principal do site www.dp15.com, fazendo uma descrição de como ela se apresenta ao internauta, e também as publicações tanto de matérias como de álbuns de fotos referentes ao período da Semana Santa de 2024, entre de 21 e 31 de março.

O website como ferramenta de comunicação

Um website é extremamente útil porque permite que a organização ou entidade se apresente ao público externo através da sua presença no meio digital. É uma ferramenta imprescindível para a entidade porque permite a criação de conhecimento e também interação com os usuários da internet (Carrera, 2009, p.50).

Os internautas pretendem que a visita a um sítio online seja uma experiência rápida e agradável. Contudo, Carrera (2009) informa que a grande limitação dos websites assenta na impossibilidade de uma experiência sensorial completa, por isso, os websites devem ser desenhados em função do utilizador, uma vez que a arquitetura deles representa 80% da sua usabilidade.

Os possíveis caminhos tomados pelo utilizador devem ser previstos e estabelecidos, criando uma espécie de liberdade controlada, com base no óbvio e no inteligível. Ainda que seja um documento multimédia, o website deve ser pensado como uma experiência de valor acrescido para o utilizador e não uma ostentação tecnológica despropositada dentro do contexto da organização e dos seus públicos (Carrera, 2009).

Atualmente existe uma preocupação crescente com a melhoria das plataformas. Cada vez mais, as organizações preocupam-se com a criação de sítios eletrônicos institucionais que respondam às necessidades de consumo, uma vez que nem todas estão preparadas para comercializar produtos ou disponibilizar serviços online.

Por isso, Camilo (2002, p.02) refere-se aos websites como uma “territorialidade corporativa”. Pois, na perspectiva deste autor, “as plataformas digitais transmitem via internet um conjunto estruturado de informações de natureza corporativa que tem como objetivo a identificação institucional e, simultaneamente, a legitimação dos seus valores organizacionais.” (Camilo, 2002, p.02).

A comunicação na Igreja Católica

A ação comunicacional da Igreja Católica é tão antiga quanto a própria instituição, pois, a razão de ser da Igreja é evangelizar, isto é, comunicar com o próximo através da divulgação e partilha da fé cristã.

Pela importância atribuída à comunicação, em 1967, a Igreja Católica passou a celebrar o Dia Mundial das Comunicações Sociais. Este dia nasceu com o objetivo de se chamar a atenção para o vasto e complexo fenômeno da comunicação que permitiu ao homem ser um cidadão do mundo.

Se com a globalização as instituições passaram a ter mais dificuldade em conseguir transmitir as suas mensagens de forma perceptível e eficaz, também as organizações religiosas passaram a ter o mesmo problema, por isso, tiveram de criar, desenvolver e planejar métodos eficazes de comunicação com os crentes (Abreu, 2003).

Porém, a evolução tecnológica e, sobretudo, o aparecimento da internet contribuiu para que Igreja Católica passasse a ter ao seu dispor as ferramentas necessárias para adequar e melhorar o seu diálogo com o público.

Posto isto, Foley (2002) refere que a mensagem cristã é atualmente anunciada para pessoas formadas por uma cultura assente nos meios de comunicação de massa, por isso, considera fundamental que a Igreja compreenda a internet, pois, só através dela é possível comunicar eficazmente com os indivíduos que estão completamente envolvidos pela experiência das novas tecnologias (Foley, 2002). De acordo com este autor, a Igreja Católica encara a internet como uma ferramenta que:

Oferece às pessoas um acesso direto e imediato a importantes recursos religiosos e espirituais. Ela tem a impressionante capacidade de ultrapassar a distância e o isolamento, levando os indivíduos a entrarem em contacto com as pessoas de boa vontade que nutrem os mesmos interesses e que participam nas virtuais comunidades de fé para se encorajarem e auxiliarem umas às outras. Mediante a seleção e a transmissão de dados úteis, através deste meio de comunicação, a Igreja pode prestar um importante serviço tanto aos católicos como aos não católicos (Foley, 2002, n.p).

Mais do que nunca, a Igreja sente a necessidade de integrar as suas mensagens na nova cultura digital sendo que o uso das tecnologias contemporâneas é parte integrante da sua missão. Como referiu João Paulo II, o facto de a internet permitir às pessoas multiplicarem os

seus contatos de forma quase ilimitada, também “oferece maravilhosas oportunidades para a propagação do Evangelho”, (João Paulo II, 2002).

Celli (2011) afirma que a Igreja deve dialogar com a cultura digital originada pelas novas tecnologias. Este diálogo é necessário porque a sociedade está marcada por esta transformação tecnológica. Contudo, refere-se que a Igreja Católica deve conhecer profundamente as dimensões da cultura e da própria linguagem digital, pois, só assim, terá benefícios com a utilização do meio digital.

Ainda recentemente Celli (2011) sublinhou que a Igreja tem de valorizar as novas tecnologias para transmitir as suas mensagens, pois corre o risco de abandonar muitos fiéis. Na realidade, o mundo atual da comunicação oferece possibilidades enormes. As novas tecnologias digitais deram origem a um verdadeiro espaço social novo, cujos vínculos são capazes de influir na sociedade e na cultura (Celli, 2011).

A Igreja Católica tem valorizado as novas tecnologias e o espaço comunicativo por elas desenvolvido. Rapidamente se apercebeu das potencialidades dos meios digitais e da necessidade de usar esse novo espaço social em prol da tradição cristã.

Metodologia

Como metodologia para este trabalho elegeu-se a análise de conteúdo em Bardin (1977), pois ela propõe que seja selecionado o material numa fase chamada de pré-análise, quando são escolhidos os documentos, arquivos, conteúdos que serão estudados pelo pesquisador. Bardin (1977) destaca a pré-análise como um ponto fundamental quando se organiza todo o material que será escolhido para análise.

Através dessa organização e do conhecimento inicial realizado a partir da pré-análise foi possível estabelecer qual o corpo da pesquisa, uma vez que nesse caso já foram selecionadas e analisadas previamente as publicações utilizadas neste trabalho.

O pesquisador deve prioritariamente conhecer aquilo sobre o que ele vai estudar, pois não é possível realizar uma pesquisa sem que antes tenha disposto do objeto de estudo para verificar qual é o conteúdo que nele consta.

Dessa forma, após selecionar o material, ou seja, os documentos para análise e formular as hipóteses e objetivos, o pesquisador terá o fundamento para interpretar o trabalho final. Bardin (1977) salienta que a pré-análise é formada, portanto, por uma série de ações que não

tem uma estrutura pré-definida. Destacando a leitura flutuante, escolha de documentos, formulação de hipóteses, objetivos, referências, elaboração do material e, por fim, a preparação do conteúdo.

Após a pré-seleção, foi feito o tratamento dos resultados, extraindo-se os significados para a realização do estudo.

Portanto, para este trabalho, além da página principal do site da Diocese de Picos www.dp15.com, selecionou-se as seguintes matérias: “Paróquias da cidade de Picos/PI divulgam programação para a Semana Santa”¹⁵, “Procissão de Bom Jesus dos Passos em Picos reúne multidão de fiéis”¹⁶; “Diocese de Picos Celebra missa do Crisma”¹⁷. Como também foram estudadas as fotos do Domingo de Ramos (24/03/2024) até a Celebração da Vigília Pascal (30/03/2024), essas publicações foram escolhidas por abrangerem a Semana Santa do ano de 2024 em Picos.

O site da diocese de Picos

Para realizar a análise do conteúdo conforme Bardin (1977), cabe a visualização geral sobre o site www.dp15.com que traz as notícias e informações gerais da Diocese de Picos. Na parte superior do site encontra-se uma faixa de cor laranja com dois links no canto esquerdo da tela: Liturgia Diária - ao clicar o internauta é direcionado para uma página que não está disponível -, ao lado do primeiro link há um outro da Rádio Cultura, que direciona o internauta para o site Rádio Cultura FM.

No canto direito da faixa de cor laranja há os links para as redes sociais da Diocese de Picos: WhatsApp, Facebook, Instagram e YouTube - todas em pleno funcionamento. Continuando abaixo no canto esquerdo da tela nota-se o brasão institucional da Diocese de Picos seguido por vários links com informações úteis sobre o trabalho desenvolvido pela diocese: A Diocese, Dioceses em Ação, Paróquias, Seminários, Notícias, Multimídia, Espiritualidade, Fale Conosco.

¹⁵ Disponível em: <https://dp15.com/paroquias-da-cidade-de-picos-pi-divulgam-programacao-para-a-semana-santa/> Acesso em: 02 abr. 2024.

¹⁶ Disponível em: <https://dp15.com/procissao-de-bom-jesus-dos-passos-em-picos-reune-multidao-de-fieis/> Acesso em: 02 abr. 2024.

¹⁷ Disponível em: <https://dp15.com/diocese-de-picos-celebra-missa-do-santo-crisma-4/> Acesso em: 02 abr. 2024.

Cada link na página superior funciona como um menu que oferece opções para que o internauta clique e tome mais conhecimento sobre a Diocese de Picos. Com isso, pode-se perceber que o *dp15.com* segue o que diz Carrera (2009) quando afirma que os websites devem ser intuitivos para facilitar a navegação pelos internautas.

O site da Diocese de Picos se mostra de fácil navegação, pois a partir da sua página principal é possível navegar para as páginas internas e pelas redes sociais, os links são intuitivos e basta passar o cursor do mouse sobre os nomes e fotos para que se perceba a possibilidade de navegação. Assim, a página foi desenvolvida para que mesmo as pessoas com pouco conhecimento de informática possam navegar sem maiores problemas.

Ao facilitar o acesso da navegação, a Diocese busca garantir que todos os internautas que acessarem a página tenham acesso às informações que ela deseja passar. Com isso, atinge-se o objetivo fundamental da igreja, que é transmitir informações.

Abaixo, de forma bem organizada e colorida para dar destaque e chamar a atenção de quem navega pela página estão disponibilizados da esquerda para a direita cinco campos onde o internauta pode clicar. A utilização das cores permite maior vivacidade ao site e atrai a atenção das pessoas que o acessarem.

No campo de cor laranja intitulado Nossos Seminaristas consta a lista de todos os seminaristas da Diocese de Picos. Ao clicar no link quero conhecer aparecerá a foto dos mesmos com nome, endereço, data de nascimento, paróquia a qual pertence, ano que está cursando o seminário, seminário, telefone de contato e os e-mails de todos eles.

No campo seguinte de cor azul intitulado Nosso Clero há a relação dos presbíteros e diáconos da Diocese de Picos. Ao clicar no quero conhecer aparecem as fotos informações sobre o clero, como nome, data de nascimento e o lugar onde nasceu, além da filiação do sacerdote. Ao clicar em ler mais você obterá informações adicionais como a escolaridade, sacramento da ordem, funções. A primeira foto em destaque é a do bispo diocesano de Picos, Dom Plínio José Luz da Silva. Abaixo estão dispostas as fotos dos demais integrantes do clero com todas as informações já descritas.

Ao lado, na cor vermelha, há o campo intitulado: Nossas religiosas consagradas. Ao clicar nele, há informações sobre as seis congregações religiosas consagradas que estão presentes na Diocese de Picos. Clicando em ler mais você vai encontrar a foto, nome, endereço, data de nascimento, data de profissão religiosa e a congregação das Irmãs Consagradas da Diocese.

Ainda na página principal, na cor verde, o link intitulado Nossos Colaboradores dá acesso a outra página com as fotos e informações de pessoas que contribuem com a igreja católica na região de Picos: endereço, atividade, data de nascimento, telefone e o e-mail. Ao final o internauta pode compartilhar todas essas informações nas redes sociais como: facebook, Google, twitter, whatsapp e E-mail.

Ao apresentar todos esses links de forma bem clara e visível, o site da Diocese de Picos facilita a navegação por parte do internauta e possibilita o conhecimento sobre a entidade. Isso está de acordo com o que diz Carrera (2009) quando trata da usabilidade de uma página da internet.

Continuando a análise na página principal, abaixo no campo esquerdo há novamente fotos de notícias de destaque da diocese e o link *ler mais* que direcionará o usuário da internet para a notícia. No canto direito na cor laranja há o buscar para auxiliar a encontrar informações. Na sequência, abaixo aparece um link para Rádio Cultura, onde ao clicar no botão de play será possível escutar ao vivo toda a programação da emissora em tempo real.

Descendo a barra de rolagem da página principal no canto esquerdo há o espaço Ação Pastoral, havendo abaixo dele um calendário e do lado direito uma arte colorida que chama atenção por conta das cores vermelho e azul onde há informações sobre os dias das missas, horário e o local. Logo abaixo do mesmo lado tem o campo Eventos da Diocese com as principais notícias.

Ainda no mesmo espaço consta um campo denominado: Conheça o Projeto Amigos do Seminário. Clicando em quero conhecer o internauta é direcionado para a página dos Amigos do Seminário, onde há informações como: como começou, objetivo, coordenação, secretaria, importância das contribuições, o animador, quem pode ser amigo ou amiga do seminário e formas de contribuição.

Abaixo do lado esquerdo há o link para as fotos que direciona o internauta para a galeria de fotos dos principais acontecimentos e destaques da Diocese de Picos. Ela está dividida em cinco páginas que são distribuídas em três colunas totalizando 60 álbuns. Cada álbum possui uma quantidade de fotos, indo de 17 até 75 fotos no total. No lado direito no campo vídeos o internauta é direcionado para o canal do YouTube da diocese, que possui em sua página 386 vídeos no total e 455 pessoas inscritas.

Mais abaixo no canto esquerdo da página consta o fale conosco onde o navegador pode interagir com o site tirar suas dúvidas, além deixar suas sugestões ou críticas e enviá-las ao(os)

administradores da página. A direita há o siga-nos, convidando o internauta a seguir a diocese nas redes sociais.

Por fim, na base da página, há uma faixa na cor cinza onde encontra-se a nota de rodapé do website. No canto esquerdo da tela estão disponíveis o número do telefone de contato da Diocese de Picos e o e-mail da Pascom (Pastoral de Comunicação). No centro está o brasão da diocese e os links das redes sociais. À direita da nota de rodapé pode ser notado o campo digite seu e-mail para comunicação com a diocese e o assine a nossa newsletter com o botão cadastrar em que o internauta autoriza o recebimento dos e-mails da diocese na sua caixa de e-mails pessoal.

Deste mesmo lado ao longo de toda a página do site há o link para o WhatsApp na cor verde. Esse campo apresenta uma pergunta: como posso te ajudar? Ele direciona o usuário do site para a rede social onde podem ser tiradas dúvidas.

Ao dispor de uma página na Internet para melhor se comunicar com os fiéis da Igreja Católica, a Diocese de Picos está indo de encontro ao que diz Foley (2011), quando discorre que essa instituição religiosa deve se adequar às novas tecnologias. Percebe-se que isso acontece através da página www.dp15.com porque nela estão dispostos links para as redes sociais, bem como a possibilidade de baixar aplicativos para serem usados nos aparelhos celulares. Tudo isso facilita para os fiéis receberem informações constantes por parte da diocese.

Além de apresentar as informações sobre a Igreja Católica, o site também busca a interação com o internauta, seja ele católico ou não. Apresenta os diversos link para as pessoas possam mandar mensagens, tirar dúvidas, conhecer mais e interagir com a Diocese de Picos. O site parece ter sido desenvolvido com esse propósito.

As publicações

Feita a análise da página principal do website www.dp15.com, partiu-se para o estudo das publicações noticiosas encontradas no site. Por ser uma página institucional de comunicação da Igreja Católica, todas as notícias têm como um dos seus pontos principais a divulgação das ações promovidas pela Diocese de Picos. Dessa forma, escolheu-se um período rico em acontecimentos religiosos: a Semana Santa, que em 2024 foi celebrada entre 21 e 31 de março.

Foram escolhidas as seguintes notícias publicadas durante o período estudado: “Paróquias da cidade de Picos/PI divulgam programação para a Semana Santa”, publicada no dia 21 de março; “Procissão de Bom Jesus dos Passos em Picos reúne multidão de fiéis”, publicada no dia 22 de março; e “Diocese de Picos celebra Missa do Crisma”, publicada no dia 25 de março.

Na primeira notícia: “Paróquias da cidade de Picos/PI divulgam programação para a Semana Santa”, pode ser encontrado um texto noticioso assinado por Jairo Leno (Leigo). O texto, que tem apenas cinco linhas divididas em dois parágrafos, possui caráter informativo conforme Melo (2008), pois está transmitindo aos leitores dados sobre a programação da Semana Santa.

Abaixo o folder com a programação preparada pela Diocese de Picos está escaneada e pode ser ampliada quando clicada. Não há uma foto de destaque, ao invés foi disponibilizada a arte gráfica elaborada pela diocese para a Semana Santa de 2024.

A segunda notícia trata-se da “Procissão de Bom Jesus dos Passos em Picos reúne multidão de fiéis”. Ela possui uma foto em destaque acima do título retratando a multidão e as imagens de Jesus Cristo carregando a cruz de Nossa Senhora das Dores. As imagens sacras estão erguidas acima da cabeça dos fiéis tendo como pano de fundo a Igreja de Nossa Senhora dos Remédios – principal templo católico da cidade e segunda maravilha do Piauí.

Logo abaixo vem o título já mencionado e o texto, cujos parágrafos possuem entre duas e quatro linhas e são intercalados por fotos da procissão. A publicação não é assinada, possui seis parágrafos e seis fotografias bem enquadradas, em visão panorâmica, sempre mostrando a grande quantidade de pessoas no evento acompanhando as imagens religiosas.

No texto há informações básicas sobre o dia em que ocorreu a procissão: 22 de março de 2024, uma breve descrição ressaltando a quantidade de pessoas e de onde os fiéis partiram tendo em vista chegar na Igreja de Nossa Senhora dos Remédios igreja matriz catedral de Picos.

A terceira e última notícia publicada no período da Semana Santa possui por título: “Diocese de Picos celebra Missa do Crisma”. Ela segue a mesma estrutura com texto de pequenos parágrafos (entre duas e quatro linhas) intercalados por fotos. A notícia é assinada por Jairo Leno e descreve a celebração católica realizada na Igreja Matriz de Nossa Senhora dos Remédios no dia 25 de março de 2024.

O texto aponta a presença do clero da diocese, seminaristas, irmãs religiosas e os representantes das paróquias e áreas pastorais. A publicação trata ainda sobre a renovação dos compromissos dos sacerdotes e finaliza com uma atualização sobre práticas litúrgicas.

As fotos presentes na matéria mostram o bispo Dom Plínio abençoando os santos óleos com todos os padres da diocese, por isso chama-se a missa do clero. Percebe-se também a participação de leigos de diversas paróquias da diocese na celebração como no caso da última foto analisada na notícia que se trata de membros da Comissão Diocesana de Liturgia. Por fim, há dois links, um para o download do folder contendo as orações e no outro as fotos da missa, um total de 41 imagens. O álbum é intitulado de Fotos da Missa do Crisma (25/03/2024).

Através das notícias analisadas, percebe-se a busca de demonstração das informações de caráter corporativo. Conforme Camilo (2002), as informações são transmitidas para os internautas de forma organizada. Nota-se isso na página dp15.com uma vez que ela mostra o trabalho dos sacerdotes, a religiosidade popular e a ênfase nas celebrações e manifestações de fé da parte de todos que participam.

Busca-se assim transmitir essa imagem de unidade da Igreja Católica e de como os eventos são bem administrados e prestigiados pela população. Também é possível fazer a leitura de como a igreja segue firme junto aos fiéis.

Os álbuns

Foram publicados no site da Diocese de Picos quatro álbuns de fotos sobre eventos importantes da festividade católica: “Confira fotos da Ceia do Senhor e lava-pés (28/03/2024)”¹⁸; “Confira fotos da Procissão do Fogaréu (28/03/2024)”¹⁹; “Confira fotos da Celebração da Paixão de Senhor (29/03/2024)”²⁰; “Confira fotos da Celebração da Vigília Pascal (30/03/2024)”²¹. Todos seguidos das datas das celebrações.

¹⁸ Disponível em: <https://dp15.com/confira-fotos-da-ceia-do-senhor-e-lava-pes-28-03-2024/> Acesso em: 05 abr. 2024.

¹⁹ Disponível em: <https://dp15.com/confira-fotos-da-procissao-do-fogareu-28-03-2024/> Acesso em: 05 abr. 2024

²⁰ Disponível em: <https://dp15.com/confira-fotos-da-celebracao-da-paixao-de-senhor-29-03-2024/> Acesso em: 05 abr. 2024

²¹ Disponível em: <https://dp15.com/confira-fotos-da-celebracao-da-vigilia-pascal-30-03-2024/> Acesso em: 05 abr. 2024

Percebe-se que as datas de publicação dos álbuns estão de acordo com as datas das celebrações da Semana Santa, algo possível graças aos sistemas que permitem o lançamento de fotos no site de forma cada vez mais rápida. Também nota-se a preocupação com a periodicidade e a instantaneidade, mostrando agilidade nas postagens.

O álbum intitulado “Confira fotos da Ceia do Senhor e lava-pés”, publicado no dia 28 de março de 2024, possui um total de 35 fotos mostrando o bispo diocesano Dom Plínio lavando os pés de leigos da igreja que representam os apóstolos. As fotos também mostram os fiéis presentes na Igreja Catedral de Nossa Senhora dos Remédios, onde aconteceu a celebração. Podem ser vistos leigos de diversas pastorais e movimentos da igreja auxiliando na celebração. O padre Pio, que é o pároco, fazendo a leitura do evangelho, auxiliado por coroinhas, finalizando com o momento de adoração ao santíssimo sacramento.

O álbum seguinte intitulado de “Confira fotos da Procissão do Fogaréu” publicado na data de 28 de março de 2024 possui 19 fotos retratando a procissão composta só por homens. Eles participam de diversos grupos e movimentos da igreja que se reúnem na Quinta-feira Santa sempre às 22 horas para caminhar de uma igreja para outra pelas ruas e avenidas da cidade de Picos.

A procissão é organizada em duas enormes filas indianas onde cada fiel leva em suas mãos tochas e velas acesas. Essa procissão conta também com a presença dos padres e coroinhas que auxiliam e organizam esta procissão pelas ruas da cidade. Esse ato religioso está recordando a prisão de Jesus Cristo no Jardim do Getsemani, logo após a traição de Judas Iscariotes seu discípulo. Esse momento culmina-se com adoração ao santíssimo sacramento onde encerra-se este grande evento.

Ao publicizar os eventos da Semana Santa através de álbuns de fotos dispostos no site, a Diocese de Picos está mostrando que está atenta ao uso das novas tecnologias. Isso está em acordo com o que diz Celi (2011) quando afirma que a Igreja Católica deve se utilizar dos meios de comunicação para propagar a sua mensagem. Ao retratar com detalhes as celebrações, a diocese está garantindo que mais pessoas possam saber como foram as celebrações.

Publicado no dia 29 de março de 2024, o álbum “Confira as Fotos da Celebração da Paixão de Senhor” possui um total de 51 imagens, onde se observam mais uma vez a presença expressiva de fiéis católicos. Também podem ser vistos o Pe. Pio, o Pe. Carlos Danilo, do bairro São José, o Bispo diocesano Dom Plínio, os coroinhas, seminarista, ministros da eucaristia,

leigos fazendo leituras, os apóstolos representando por leigos da igreja, as mulheres de Jerusalém representadas por mulheres da igreja e a solene ação do beijo à Santa Cruz.

Nessa celebração foi feito o Sermão das Sete Palavras proferidas por Jesus Cristo quando estava vivo na cruz, elas foram proclamadas pelo Bispo diocesano Dom Plínio. O álbum também mostra a encenação do Cântico de Verônica, encenação da descida da cruz do Senhor morto com sua mãe Maria e o discípulo amado encerrando assim esta celebração com a grande procissão luminosa pelas ruas da cidade de Picos.

As fotografias permitem expor a riqueza de detalhes das celebrações da Igreja Católica. Para aqueles que são conhecedores da liturgia da igreja, é possível compreender cada momento congelado através da captura das imagens. Esse fato está de acordo com Abreu (2023), quando afirma que a igreja buscou formas de se comunicar com os fiéis. Percebe-se pela utilização do dp15.com que a Diocese de Picos tem se esforçado nesse sentido.

O último álbum referente à Semana Santa “Confira fotos da Celebração da Vigília Pascal” foi publicado no dia 30 de março de 2024. Ele possui 75 fotos onde podem ser observadas a benção do fogo novo acesso pelo bispo diocesano Dom Plínio que é auxiliado pelo pároco da catedral Pe. Pio. As imagens também mostram ministros da eucaristia, leigos leitores e salmistas, a presença dos coroinhas, uma multidão de fiéis católicos, a presença dos catecúmenos (pessoas não batizadas e crismadas na igreja) jovens e adultos homens e mulheres sendo batizados e crismados e fazendo a primeira eucaristia ao mesmo tempo.

Considerações

Os resultados da análise demonstraram que o website da Diocese de Picos é interativo, os conteúdos são pertinentes e atuais e está bem posicionado nos motores de busca. No entanto, alguns aspetos devem ser melhorados, tais como, a disposição dos menus para proporcionar uma navegação mais cómoda, a formatação do texto das notícias para facilitar a leitura dos mesmos e, ainda, seria conveniente disponibilizarem mais informação institucional sobre a Diocese e respetivos serviços.

Porém, nota-se que a Diocese de Picos valoriza a presença na web e preocupa-se em manter um diálogo permanente, atual e transparente com os seus fiéis. Na realidade, a internet modificou por completo a forma de comunicar da Igreja Católica, pois, este meio permitiu o

contacto direto com as hierarquias mais elevadas, uma participação mais plena dos fiéis na vida da instituição e um feedback instantâneo aos conteúdos partilhados na web.

Por isso, conclui-se que a disponibilização dos conteúdos online incentiva a participação das pessoas na comunidade cristã. Posto isto, é necessário que a Diocese de Picos consiga aumentar o número de visitas online através da melhoria do website e da promoção do mesmo junto do seu público.

A diocese preza por matérias mais curtas, com poucas palavras, preferindo utilizar mais fotografias que evidenciem a grande participação popular e os momentos solenes das celebrações religiosas. Pode-se dizer que as fotos são o principal recurso utilizado no site dp.15.com, contudo, existe a possibilidade de mais recursos multimídia.

Sabe-se que a Diocese de Picos já se utiliza das transmissões via Instagram e Facebook, permitindo que as pessoas assistam às missas remotamente, dessa forma, é possível também inserir vídeos dentro dos textos ou produzir reportagens seguindo o estilo do telejornalismo. São possibilidades que podem ser exploradas.

Como sugestão futura de investigação, seria interessante alargar o espectro da investigação a outras ferramentas digitais utilizadas pela Diocese de Picos, pois, verificou-se que através das redes sociais é mais perceptível o impacto da comunicação digital da instituição, bem como, verificar o feedback do público aos diversos conteúdos disponibilizados nesses meios.

REFERÊNCIAS

ABREU, Maria Madalena. **O Santuário de Fátima: imagem e posicionamento**. 2003. p. 215. Dissertação (Mestrado em Ciências Empresariais) – Departamento de Economia - Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, 2003.

AGUIAR, João. **Media religiosos querem afirmar-se como verdadeiros veículos de comunhão e evangelização**. Pontifício Concelho para as Comunicações Sociais, 2012. Disponível em:

https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html Acesso em: 01 abr. 2024.

CAMILO, Eduardo. **Da importância do ‘espaço-informação’ na expressão de uma ‘territorialidade corporativa’**. Universidade da Beira Interior, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/camilo-eduardo-espaço-informacao.pdf>; Acesso em 07 abr. 2024.

CARRERA, Filipe. **Marketing Digital na versão 2.0: o que não pode ignorar**. Edições Sílabo. Lisboa, 2009.

CELLI, Cláudio Maria. **Era digital**: revolução na cultura e na sociedade. Jornadas de Comunicação Social. Fátima, 2011. Disponível em: http://www.ecclesia.pt/jornadas2011/Jornadas_cs2011celli.pdf; Consultado em 07 abr. 2024.

FOLEY, John. **Igreja e Internet**. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Vaticano, 2002. Disponível em:

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html; Acesso em: 08 abr. 2024.

LENO, Jairo. **Diocese de Picos Celebra missa do Crisma**. Diocese de Picos, 2024. Disponível em: <https://dp15.com/diocese-de-picos-celebra-missa-do-santo-crisma-4/> Acesso em: 02 abr.2024.

PAULO II, Papa João. **Mensagem para o 24º dia Mundial das Comunicações Sociais**.

Vaticano, 1990. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011990_world-communications-day.html. Acesso em: 18 Nov. 2022.

PAULO II, Papa João. **Mensagem para o 36º Dia Mundial das Comunicações Sociais**.

Vaticano, 2002. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html. Acesso em: 10 Maio. 2024.

Desinformação e sensacionalismo nas redes sociais: o caso Choquei e Jéssica Canedo

Adão Francisco Matos do NASCIMENTO
Brenda Ester da Silva DANTAS
Jaqueline da Silva Torres CARDOSO
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

Este artigo analisa a disseminação da desinformação nas redes sociais, com foco na atuação da página Choquei no caso de Jéssica Canedo. A pesquisa busca compreender como conteúdos sensacionalistas se propagam no Instagram e influenciam a opinião pública. A metodologia é qualitativa, composta por revisão bibliográfica e análise de conteúdo, com base em autores que discutem desinformação e bolhas digitais. Os resultados evidenciam que a busca por engajamento e viralização compromete a checagem de informações, criando um ambiente favorável à circulação de fake news. O estudo alerta para os riscos desse fenômeno à democracia e destaca a necessidade de maior responsabilidade das plataformas e usuários.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; sensacionalismo; redes sociais; Choquei; bolhas digitais.

Introdução

O que é desinformação? Segundo o dicionário Priberam (1996), desinformação é o ato ou efeito de desinformar, de suprimir uma informação, de minimizar sua importância ou de modificar seu sentido. É uma informação contrária à verdade, capaz de confundir ou induzir ao erro. Desinformação é um termo cada vez mais presente em nosso cotidiano. Com o avanço das tecnologias de checagem em tempo real, o conceito tem ganhado destaque nos noticiários. Ela ocupa um espaço crescente no mundo digital devido ao aumento do número de pessoas com acesso às mídias sociais e à atuação de agências de *fact-checking*.

O acesso a informações verídicas tem se tornado um desafio para as democracias modernas. Um exemplo disso foi a pandemia de covid-19, período em que os veículos de comunicação tiveram um papel fundamental não apenas no combate à doença, mas também no enfrentamento da infodemia, realizando serviços de checagem de notícias em tempo real.

Um levantamento realizado pelo Poynter Institute (2022), escola de jornalismo e organização de pesquisas americana, com apoio do Google, revelou que quatro em cada dez brasileiros recebem desinformação nas redes sociais. A pesquisa também mostrou que 43% dos respondentes admitiram já ter compartilhado fake news sem verificar a veracidade dos fatos. Segundo o estudo, os jovens são mais propensos a compartilhar notícias falsas — em especial a Geração Z, composta por pessoas entre 18 e 25 anos. No entanto, de acordo com a

mesma pesquisa, os mais novos são também aqueles que mais recorrem à checagem de informações antes de compartilhar notícias no Facebook, WhatsApp e Telegram.

O Google financia o projeto Comprova, uma iniciativa colaborativa com 43 veículos de comunicação, liderada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI). Para decidir se uma informação é verdadeira, mais da metade dos entrevistados no Brasil (55%) considera importante saber quem publicou o conteúdo. Identificar a autoria da postagem é essencial para promover uma sociedade mais crítica, já que, mesmo com a persistência da falta de acesso à informação entre as camadas mais pobres, esse hábito contribui para o combate à desinformação que molda a opinião pública.

Durante a pandemia de covid-19, houve um verdadeiro boom de páginas de fofoca no Instagram. Muitas delas afirmavam levar informações de qualidade e de forma rápida, mas deixavam de mencionar que não realizavam a verificação das fontes antes de publicar conteúdos de cunho duvidoso. Essas páginas acabaram por criar “bolhas” de desinformação cada vez mais presentes nos meios digitais. Essas mesmas “bolhas” possuem o poder de influenciar diretamente os rumos de uma sociedade, sendo, em muitos casos, impulsionadas com dinheiro de orçamento público.

A desinformação talvez tenha se tornado o mal do século, por ser tão ou até mais perigosa que algumas doenças e pandemias já enfrentadas pela humanidade. Ela alcança lugares onde a informação factual e verificada não chega — ou, quando chega, os danos já são irreversíveis. O boom tecnológico proporcionado pelo uso da inteligência artificial fez surgir inúmeras páginas em redes sociais que publicam fake news. Por outro lado, esse mesmo contexto também incentivou um número crescente de pessoas a buscar veículos tradicionais, que realizam verificação constante das informações divulgadas nesses espaços virtuais.

A escolha da página Choquei como objeto deste estudo se justifica pela sua ampla presença nas redes sociais e pela forma como ilustra o fenômeno da desinformação na era digital. Atualmente, as redes sociais figuram entre os principais meios de consumo de notícias, com poder de moldar rapidamente a opinião pública. No entanto, a priorização de conteúdos virais em detrimento de informações verificadas torna o ambiente propício à disseminação de fake news.

Ao analisar uma página de grande alcance e impacto popular, este artigo busca expor os riscos desse cenário para a democracia, a formação de uma opinião crítica e a coesão social. Além disso, chama atenção para a responsabilidade compartilhada entre plataformas e usuários no combate à desinformação.

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, estruturada em duas etapas principais: revisão bibliográfica e análise de conteúdo. Para discutir desinformação e fake news, utiliza-se a abordagem de Carlos Eduardo Lins da Silva, que relaciona a circulação de informações falsas a questões éticas e seus impactos na sociedade brasileira.

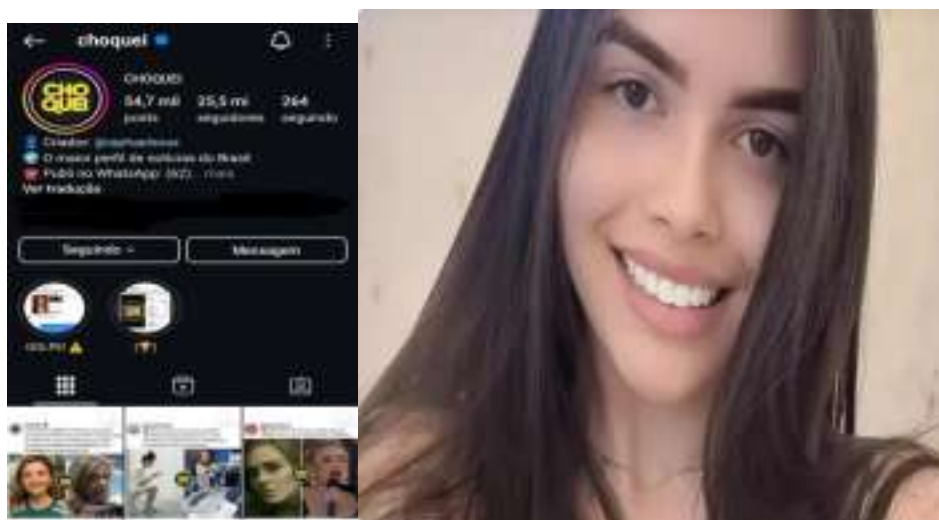
A análise da formação de bolhas de desinformação é fundamentada nos estudos de Sérgio Amadeu da Silveira, que investiga o papel da segmentação algorítmica na criação de ambientes informacionais polarizados nas redes sociais. A página Choquei é utilizada como estudo de caso, com a coleta de postagens publicadas em suas redes sociais. O caso Jéssica Canedo, devido ao expressivo alcance e engajamento, é analisado em profundidade. As postagens são categorizadas em: veracidade das informações e sensacionalismo. Essas categorias são examinadas à luz do referencial teórico, com o objetivo de compreender a dinâmica da desinformação no ambiente digital.

Caso Jéssica Canedo e sensacionalismo nas redes sociais

O caso de Jéssica Canedo, ocorrido em 2024, gerou grande repercussão após a divulgação de informações sensacionalistas sobre sua vida, especialmente pelo perfil Choquei. As publicações, que distorciam a realidade e pressupunham um suposto envolvimento com o humorista piauiense Whindersson Nunes, ganharam força rapidamente nas redes sociais. A jovem, que já enfrentava problemas de saúde mental, como depressão, começou a ser atacada nas redes, o que a levou a tomar uma decisão trágica. A investigação policial concluiu que as postagens eram desinformação, mas o caso levantou discussões sobre a responsabilidade das páginas de fofoca e a necessidade de regulamentação das redes sociais.

O perfil Choquei tornou-se amplamente reconhecido como uma fonte de informações rápidas e de entretenimento nas redes sociais, o que lhe conferiu credibilidade entre seus seguidores. Contudo, o caso de Jéssica Canedo evidenciou um problema grave: a página frequentemente publica conteúdos sem verificar a veracidade dos fatos, priorizando o factual e o engajamento imediato. Essa prática, associada ao sensacionalismo, levou à disseminação de desinformação no caso específico, causando consequências reais e trágicas. A confiança do público, muitas vezes ingênua, reforça o impacto dessas práticas irresponsáveis.

Imagem 01: Jéssica Canedo, 22 anos **Imagem 02:** Choquei, 25.5 mi



Fonte: Correio Braziliense (Instagram/Reprodução) **Fonte:** Choquei (Instagram/Reprodução)

Antes do caso Jéssica Canedo, a página Choquei possuía uma credibilidade entre seus seguidores e em outros círculos digitais. Tanto que chegou a ser contratada pelo Ministério da Saúde durante a pandemia de covid-19 para ajudar a combater a desinformação e conscientizar a população sobre medidas de prevenção e vacinação. No entanto, o caso Jéssica revelou uma contradição nessa imagem, expondo falhas graves na checagem de fatos antes da publicação das informações. A postura da página, ao priorizar o engajamento em detrimento da apuração jornalística, comprometeu sua confiabilidade e gerou um debate público sobre ética nas redes sociais.

Analisando o conteúdo da página Choquei podemos observar duas categorizações de conteúdos, são elas: veracidade das informações e sensacionalismo. A veracidade das informações diz respeito à precisão e autenticidade do conteúdo que consumimos nas plataformas digitais. Silveira (2015) discute o papel da tecnologia na intersecção entre tecnologia e sociedade, pontuando que é importante fazer uma análise na veracidade de informações. Ele argumenta ainda que é importante que as plataformas digitais se tornem um ambiente seguro para que sejam debatidas todas as questões possíveis. Já o sensacionalismo refere-se a apresentação de informações tendenciosas, com o intuito de causar alguma reação da sociedade.

Desinformação e bolhas digitais: uma análise do caso

A democratização do acesso à informação esbarra em barreiras sociais e desigualdades

presentes nas sociedades modernas, como o acesso à educação de qualidade, que promove o pensamento analítico e crítico. Muitas dessas barreiras são agravadas pelo uso da desinformação, fenômeno capaz de impactar diretamente a vida de pessoas vulneráveis ao julgamento público sem a devida apuração das informações divulgadas. Esse cenário é ainda mais grave quando as redes sociais são controladas por administradores sem qualquer formação acadêmica em comunicação ou jornalismo.

Um exemplo claro é o caso de Raphael Sousa, ex-estudante de publicidade e propaganda, que, em 22 de dezembro de 2023, divulgou em sua página de fofoca no Instagram, a Choquei, que uma jovem do Triângulo Mineiro, Jéssica Vitória Canedo, teria um suposto caso com o comediante, youtuber, cantor, compositor, ator e pugilista Whindersson Nunes Batista.

A página Choquei foi responsável por divulgar prints de conversas da jovem, que afirmava ter um relacionamento com o humorista. Dias depois, Jéssica tirou a própria vida, motivada pelos ataques que sofreu nas redes sociais após a divulgação desses conteúdos falsos. As informações, que não passaram por qualquer checagem, foram posteriormente desmentidas pelas investigações policiais, que concluíram que a própria Jéssica criou perfis falsos para simular as conversas e obter visibilidade.

Nem Raphael Sousa, nem a página Choquei enfrentaram processos criminais, uma vez que, segundo o delegado responsável pelo caso, divulgar e disseminar fake news no Brasil ainda não é considerado crime. Eles poderiam, no máximo, responder por crimes contra a honra, caso a família da vítima demonstrasse interesse — o que, segundo o portal G1, não ocorreu até a conclusão do inquérito. Como destaca o relatório “Desinformação: O Mal do Século” (2023. p. 17-18):

Vemos que o ecossistema da desinformação se alastra pelas redes sociais e constrói um mundo à parte. Desta maneira, tenta impingir às pessoas, por meio da propagação maciça de envios, conhecida como método *fire hose*, um volume de conteúdo tal que as desnorreia. Lembra o jorro intermitente da mangueira de incêndio, só que bombardeando dados falsificados. Isso pode conduzir à formação de bolhas digitais com as quais, contraditoriamente, algumas pessoas se identificam e sentem protegidas.

A formação dessas bolhas informacionais contribui para a impunidade de páginas como a Choquei e seus administradores, protegendo-os de responsabilização judicial. A ausência de uma legislação específica sobre desinformação, aliada à falta de rigor das plataformas

digitais, confere ainda mais notoriedade a essas páginas. Após a morte de Jéssica, a Choquei chegou a tornar seu perfil privado. Na época, a conta possuía 22,8 milhões de seguidores. Logo após a tragédia, houve uma leve queda para 20,1 milhões, mas, cerca de 11 meses depois, o número disparou novamente, ultrapassando 23,4 milhões de seguidores.

São essas bolhas que impulsionam discursos extremistas e estimulam o ataque à dignidade de terceiros, retroalimentando comportamentos que deveriam ser amplamente condenados pela sociedade. O combate à desinformação tem se intensificado nos últimos anos, com projetos educativos promovidos por instituições que ensinam e capacitam estudantes e professores de escolas municipais e estaduais a verificar e distinguir informações verdadeiras de falsas.

Desde o início da segunda década dos anos 2000, o crescimento da desinformação tornou-se evidente, especialmente com o surgimento de ataques direcionados a instituições democráticas e processos legítimos, como eleições. Com o advento das redes sociais, também cresceu a quantidade de páginas dedicadas à fofoca, cujo foco é expor a vida de celebridades. Entretanto, essas páginas frequentemente extrapolam os limites da exposição midiática, afetando diretamente a vida de pessoas comuns — como no caso de Jéssica Canedo.

À medida que mergulhamos na complexa rede da tecnologização digital, percebemos que a revolução que facilitou o acesso à informação também criou um terreno fértil para a disseminação de conteúdo enganoso e impreciso (Silva e Lima, 2024). Garantir o acesso de populações vulneráveis a informações confiáveis é um dos grandes desafios das sociedades contemporâneas. Páginas como a Choquei frequentemente alcançam lugares que governos e organizações não-governamentais não conseguem atingir. Um exemplo emblemático ocorreu em 2023, quando o governo federal, por meio do Ministério da Saúde, contratou a própria Choquei — responsável indireta pela tragédia envolvendo Jéssica — para divulgar a campanha de vacinação e promover o personagem Zé Gotinha. A escolha não se deu pela credibilidade da página, mas sim por seu enorme alcance nas redes sociais.

No contexto da disseminação da desinformação, a tecnologização cumpre um papel fundamental ao criar condições ideais para a rápida propagação de conteúdos não verificados. A interconexão global, viabilizada pelas redes sociais e plataformas de comunicação, permite que informações falsas cheguem a milhões de pessoas em tempo real. Além disso, os algoritmos de recomendação, movidos pela lógica do engajamento, priorizam conteúdos sensacionalistas e polarizadores, amplificando ainda mais a desinformação (Silva e Lima, 2024, p. 4-5).

O maior problema é que, nas páginas de fofoca, as informações não passam por nenhum processo de checagem jornalística rigorosa que comprove sua veracidade. O jornalismo ético e responsável deve ter como prioridade a busca pela verdade, com apuração direta junto às fontes envolvidas.

No contexto da teoria da Agenda-Setting, observa-se que a mídia tradicional e digital prioriza conteúdos que geram maior audiência, o que frequentemente favorece abordagens sensacionalistas em detrimento da informação qualificada e verificável. Esse fenômeno contribui para a ascensão da desinformação, que, ao ser amplamente disseminada, passa a ser percebida como confiável pelo público. A busca por informações de qualidade, portanto, enfrenta desafios significativos, especialmente para o jornalismo especializado, que muitas vezes é ofuscado por veículos sensacionalistas e por estratégias algorítmicas das grandes plataformas digitais. Como explica Marques (2019, p. 8):

Há uma correspondência entre os temas privilegiados pela mídia e aqueles considerados relevantes pelo público. Os estudiosos de agenda setting analisam os efeitos provocados pelos meios de comunicação e o modo como a mídia constrói a imagem da realidade, partindo do princípio de que os efeitos são provocados ao longo do tempo e intermitentemente, em um processo de acumulação.

Ou seja, o público tende a consumir aquilo que está em destaque, seja na mídia tradicional ou digital. Esse consumo excessivo de conteúdos sensacionalistas ou de desinformação não apenas molda percepções individuais, mas também movimenta massas e impacta diretamente a vida de pessoas vulneráveis a esse tipo de exposição.

Nesse contexto, o conceito de *Gatekeeping* torna-se central para entender como a informação é filtrada e distribuída. Originalmente, essa função cabia aos editores de veículos jornalísticos, que determinavam quais conteúdos seriam publicados com base em critérios editoriais, políticos e econômicos. No entanto, com a ascensão das redes sociais, essa filtragem passou a ser operada por algoritmos, que priorizam conteúdos virais e altamente engajadores, independentemente de sua veracidade ou impacto social.

Casos como o de Jéssica Canedo ocorrem diariamente, mas são minimizados ou invisibilizados dentro dessa lógica mercadológica. Além disso, governos e empresas podem utilizar essas dinâmicas para criar “cortinas de fumaça”, desviando a atenção de temas sensíveis e blindando perfis problemáticos. No entanto, o impacto emocional e social sobre as

famílias atingidas não pode ser apagado — e isso deve ser uma preocupação central em qualquer debate sobre regulação das redes sociais e combate à desinformação.

Regular as redes sociais digitais não significa censurar ou proibir o acesso a conteúdo, mas sim estabelecer limites claros para proteger a sociedade de discursos nocivos, como incitação ao ódio e ataques direcionados a escolas, creches e outros espaços públicos. Nesse sentido, é fundamental discutir formas de tornar os critérios de moderação de conteúdo mais transparentes e alinhados ao interesse público, reduzindo os impactos negativos do Gatekeeping algorítmico e garantindo um ambiente informacional mais equilibrado:

Gatekeeping seria a atuação dos editores definindo o que será publicado ou não em um veículo jornalístico, o que pode se aproximar da censura e da manipulação. Condicionam-se as decisões à posição do veículo para o qual o editor trabalha. O que chegaria ao público são as notícias que os editores e donos dos veículos jornalísticos querem (Marques, 2019, p. 8).

Embora essa prática possa, em alguns casos, resultar em censura ou manipulação, também pode servir para manter padrões jornalísticos e evitar a disseminação de informações não verificadas. Atualmente, esse processo não se restringe apenas à mídia tradicional. Casos como o de Jéssica Canedo ocorrem diariamente, mas muitas vezes são minimizados ou invisibilizados pela própria lógica comercial dessas plataformas. No entanto, o impacto emocional e social sobre as famílias atingidas não pode ser apagado e isso deve ser uma preocupação central em qualquer debate sobre regulação das redes sociais e combate à desinformação.

Considerações

O artigo buscou responder a questões pertinentes e de grande impacto para a sociedade, como a desinformação nas redes sociais, analisando, mais especificamente, o caso Jéssica Canedo e a página de fofoca Choquei. Essa página, que acumula diversas polêmicas nas redes sociais, chegou a ser contratada pelo Ministério da Saúde para combater as fakes news. A decisão pode parecer contraditória, mas infelizmente é real. O Governo Federal optou por uma página com mais de 27 milhões de seguidores em duas redes sociais — um veículo digital que, comprovadamente, divulga conteúdos sensacionalistas e desinformativos.

Ao longo do estudo, constatou-se que a página Choquei opera dentro da lógica do mercado digital, onde o lucro e o número de visualizações têm prioridade sobre a veracidade

e a qualidade da informação. Com o crescimento explosivo das redes sociais, as sociedades contemporâneas vivenciaram um aumento significativo na disseminação de conteúdos enganosos, o que se tornou um grande desafio para o jornalismo sério e comprometido com a verdade. A globalização, ao acelerar o fluxo de informações, amplificou esse fenômeno, que pode trazer tanto impactos positivos quanto negativos para a sociedade.

Observar os efeitos que veículos de fofoca como a Choquei provocam na opinião pública tem sido um dos grandes desafios para pesquisadores da área. Esses canais divulgam conteúdos sensacionalistas e desinformativos em larga escala, bombardeando seus seguidores diariamente com informações de credibilidade duvidosas. Esse fluxo constante contribui para a formação de bolhas informacionais, que reforçam discursos que minam a confiança da população no jornalismo profissional e responsável. Atualmente, o combate à desinformação tornou-se um desafio crescente para instituições e veículos especializados, exigindo mais tempo de apuração e aumentando o desgaste profissional.

Conclui-se que a desinformação se consolidou como um dos grandes problemas das sociedades contemporâneas. Com o avanço das redes sociais digitais, houve uma amplificação ainda maior de discursos de ódio e julgamentos precipitados no ambiente virtual, impactando comunidades inteiras. A desinformação opera com mecanismos eficientes de busca e propagação de conteúdos falsos, o que coloca em risco até mesmo a estabilidade de democracias — como se observou durante a pandemia de covid-19 e nos ataques às instituições da República em 8 de janeiro de 2023, eventos fortemente influenciados pela circulação de desinformação em redes sociais inflamadas por discursos antidemocráticos.

Buscar fontes confiáveis e de credibilidade tornou-se um desafio cotidiano para a população, que, muitas vezes, prefere compartilhar informações sem realizar uma checagem prévia em sites de fact-checking. Essa prática é especialmente comum em grupos de WhatsApp, Telegram e outras plataformas de mensagens instantâneas. Combater a desinformação propagada por páginas como a Choquei exige um esforço por parte dos veículos de comunicação comprometidos em apresentar os fatos de forma responsável, contribuindo para a construção de uma sociedade mais crítica e informada.

REFERÊNCIAS

BRITO, A. **Regulamentação das redes sociais ganha força após morte de vítima de fake news.**

Correio Braziliense, Brasília, dez. 2023.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **SciELO**, Lisboa, v. 18, n. 32, abr. 2018.

FEITOSA, S. Comunicação pública e desinformação: mitigação de danos à democracia diante de eventos climáticos extremos. **Comunicação Midiática**, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 35-53, jan./jun. 2024.

MARQUES, C. F. Esferas públicas, teorias de comunicação e hipóteses contemporâneas: traçando uma releitura. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 42., 2019, Belém. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2019.

NAKAMURA, P. **Parece mentira, mas o Ministério da Saúde escolheu a Choquei para campanhas anti-fake news**. Núcleo, São Paulo, mar. 2024. Disponível em: <https://nucleo.jor.br>. Acesso em: 1 mar. 2024.

RECUERO, R. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: EDUFBA, 2017.

SILVA, T. H. J.; LIMA, N. C. Tecnologização do ambiente digital como facilitador da propagação da desinformação. **Revista Esfera Centro-Oeste**, v. 1, n. 29, p. 2-22, jan./abr. 2024.

SILVEIRA, S. A. **Cidadania e redes digitais**. Comitê Gestor da internet no Brasil, São Paulo, 2015.

STF; UNB; JORGE, T. M. **Desinformação, o mal do século**: distorções, inverdades, fake News: a democracia ameaçada. Brasília: STF, 2023.

TORRES, B. V. P. **A mente coletiva**: o comportamento das massas nas redes sociais de personalidades políticas. Santa Maria: UFSM, 2024.

Influência do Instagram e Whatsapp na comunicação interpessoal: conexão ou distanciamento?

Adriana de Souza REIS
Maissa Stefany Nonato RIBEIRO
Maria Rita Leal AGUIAR
Victória Souza NASCIMENTO
Jaqueline da Silva Torres CARDOSO
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

Este artigo analisa o impacto do Instagram e do WhatsApp na comunicação interpessoal, considerando suas contribuições para a aproximação entre indivíduos e os efeitos de distanciamento nas interações presenciais. A pesquisa se fundamenta em autores como Zygmunt Bauman (2001) e Manuel Castells (1999), abordando conceitos de modernidade líquida e comunicação em rede. A metodologia inclui pesquisa bibliográfica e análise das redes sociais, a partir dos conceitos de Bauman (2001) e Castells (1999). Os resultados indicam que, embora facilitem a conexão instantânea e global, essas plataformas promovem interações superficiais e enfraquecem vínculos sociais profundos. O estudo sugere o uso consciente das redes sociais para preservar a qualidade das relações interpessoais. Conclui-se que o equilíbrio entre o virtual e o presencial é essencial para a construção de interações significativas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Interpessoal; Redes Sociais; Instagram; WhatsApp; Modernidade Líquida.

Introdução

A comunicação interpessoal tem passado por transformações significativas nas últimas décadas, sobretudo devido ao advento das tecnologias digitais. Plataformas populares como Facebook, Twitter (atualmente X), TikTok, Instagram e WhatsApp desempenham um papel central no cotidiano das pessoas, modificando a forma de interação social, o compartilhamento de informações e a construção de vínculos. Essas redes sociais, caracterizadas pela rapidez e acessibilidade, oferecem novas formas de expressão e conexão. No entanto, estudiosos levantam questões importantes sobre os impactos dessas tecnologias na qualidade das interações humanas.

Esta pesquisa tem como foco o Instagram e o WhatsApp, plataformas que se consolidaram como protagonistas da comunicação digital contemporânea. O Instagram, centrado em imagens e vídeos, transformou a maneira como os indivíduos compartilham momentos e emoções, criando um espaço onde a identidade pessoal e social é constantemente exibida e moldada. O WhatsApp, por sua vez, foi desenvolvido com o intuito de facilitar a

comunicação entre indivíduos de forma rápida e direta, tornando-se uma ferramenta indispensável tanto no contexto pessoal quanto no profissional.

Contudo, o uso dessas plataformas pode gerar consequências ambíguas: ao mesmo tempo em que encurtam distâncias e tornam o mundo virtualmente acessível, também criam barreiras e promovem o distanciamento nas relações presenciais, substituindo interações face a face por comunicações muitas vezes superficiais. As plataformas não apenas afetam a identidade e a afetividade, como também influenciam as mudanças nas relações interpessoais, fenômeno diretamente relacionado à ideia de modernidade líquida de Zygmunt Bauman (2001).

Este artigo busca analisar os efeitos das redes sociais na comunicação interpessoal, investigando como essas plataformas digitais têm influenciado as formas de interação entre indivíduos. Pretende-se compreender as mudanças nas dinâmicas comunicacionais provocadas pela interferência tecnológica e, ainda, observar como essas transformações impactam a qualidade dos vínculos interpessoais. O estudo se justifica pela necessidade de refletir criticamente sobre a atuação das redes sociais no cotidiano e pela importância de conscientizar a sociedade sobre como essas ferramentas podem moldar e alterar profundamente as relações sociais.

Metodologia proposta

A metodologia é o estudo dos métodos utilizados para alcançar determinados objetivos. Ela não apenas analisa os métodos em si, mas também pode ser compreendida como uma abordagem para a condução de pesquisas ou um conjunto de diretrizes para o ensino de ciência e arte. A metodologia permite a escolha do melhor caminho para o desenvolvimento do trabalho, tornando a pesquisa mais organizada e científica, além de estimular o pensamento crítico.

Para que o conhecimento seja efetivamente adquirido, é necessário seguir uma estrutura metodológica clara. Essa organização é essencial para garantir rigor científico e coerência no desenvolvimento da pesquisa. O presente artigo adota como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica e análise das redes sociais, a partir dos conceitos de Bauman (2001) e Castells (1999). Segundo Macedo (1994, p. 13), a pesquisa bibliográfica é “o primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica, com o objetivo de revisar a literatura existente e evitar redundância no tema de estudo ou experimentação”. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 183), “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo

assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”. Já a análise das redes sociais a partir dos conceitos dos autores como Bauman (2001) – ao apontar as relações mais fluidas e fragilizadas – e de Castells (1999) – que aborda a formação de uma sociedade em rede, permitem compreender as afetações do Instagram e do WhatsApp na comunicação interpessoal.

A mudança da comunicação pessoal e profissional com o uso das redes sociais como Whatsapp e Instagram

A necessidade de interação é uma característica intrínseca dos seres humanos, desde o princípio de sua existência. Sempre buscamos formas de nos comunicar e expressar nossos pensamentos e desejos. “As pinturas rupestres até os primeiros sons reconhecidos, o advento da escrita, tudo foi para suprir a necessidade de se relacionar e garantir contatos com os grupos.” (Holanda, 2024. p. 2).²²

Com o nascimento da civilização, o contato e a comunicação interpessoal tornaram-se fundamentais para a formação de vínculos, cooperação e, em última instância, para a sobrevivência das comunidades. A criação dos meios de comunicação contribuiu imensamente para a evolução da raça humana. “Com a chegada da internet, a comunicação deixou de ser um elemento social importante e passou a ser algo essencial.” (Holanda, 2024. p. 2).

Essa necessidade de interação se manifesta de diferentes formas ao longo da vida e em variados contextos, refletindo o desejo de compartilhar experiências, expressar emoções, buscar apoio e validar nossas percepções diante do mundo. De acordo com Bauman (2001), essas diferentes formas de conexão, ao longo da evolução tecnológica, podem ser observadas em padrões de solidez e liquidez:

Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade [...] Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou tornam-no irrelevante), os fluidos não se prendem a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la. (Bauman, 2001, p. 8).

²² A influência das redes sociais na comunicação humana. Fortes Tecnologia, Fortaleza, 3 de set. 2024. Disponível em: <https://blog.fortestecnologia.com.br/gestao-e-negocios/a-influencia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 11 de nov. 2024

As redes sociais mudaram profundamente a dinâmica da comunicação, tanto em contextos pessoais quanto profissionais. Antes da globalização, o contato interpessoal era predominantemente baseado em encontros presenciais, ligações telefônicas e trocas de mensagens escritas, como cartas e e-mails. Com o advento de redes sociais como Instagram e WhatsApp, as formas de interação tornaram-se instantâneas, multimodais e acessíveis, transformando o modo como nos relacionamos e nos comunicamos.

Para a maioria dos usuários desse conglomerado de redes em escala mundial, o acesso a elas passou a ser uma necessidade constante. Pelas estatísticas com a quantidade de acessos por dia, podemos constatar que as redes sociais deixaram de ser apenas uma forma de manter contatos, elas passaram a ser fonte de informação, atração de novos clientes, publicidade, oportunidade e também lazer. (Holanda, 2024, p. 3).

Concordante com essa perspectiva, na era digital existe uma necessidade contínua de estar conectado ao mundo, sem perder qualquer informação, por menor que seja. Entretanto, as formas de interação passaram por grandes transformações em razão do excesso de uso das tecnologias e redes sociais. Plataformas como Instagram e WhatsApp oferecem meios rápidos e convenientes para se conectar com outras pessoas, reduzindo barreiras de tempo e espaço. Por meio delas, os indivíduos compartilham pensamentos, fotos e vídeos, participam de grupos e mantêm contato contínuo com familiares e amigos. Concernente a isso, Holanda (2024) complementa:

Nas redes sociais cada indivíduo tem sua função e identidade cultural. Sua relação com outros indivíduos vai formando um todo coeso que representa a rede e a criação de grupos de interesse como esporte, cultura, entretenimento, educação, etc. Atualmente temos a formação de uma nova sociedade, a qual denominamos de Aldeia Global. Ela exerce influência direta no comportamento social e o comportamento social também exerce influência sobre ela. (Holanda, 2024, p. 3).

Como já exposto, as redes influenciam diretamente a comunicação interpessoal, afetando tanto as relações pessoais quanto as profissionais. Ao proporcionar um ambiente digital de conectividade quase ilimitada, essas plataformas criam novas oportunidades, mas também novos desafios. A forma como trocamos informações, expressamos emoções e construímos relacionamentos foi amplamente transformada.

De acordo com dados da Hootsuite e WeAreSocial, ‘mais de 4,2 bilhões de pessoas utilizam redes sociais, atualmente, em todo o planeta. Quando fazemos um recorte para o Brasil, esse número é ainda mais expressivo: são mais de 150 milhões de brasileiros utilizando as redes, o que representa cerca de 70% da população.’ Inicialmente, esse crescimento causou preocupação entre estudiosos, devido à possibilidade de redução das interações presenciais. No entanto, com o tempo, ficou claro que se trata de um movimento irreversível, impulsionado pelo fácil acesso à internet via smartphones. (Diniz, 2022).²³

Em momentos de grande preocupação e histeria, como ocorreu durante a pandemia da Covid-19, as redes sociais possibilitaram a continuidade da vida social, do trabalho e da educação, mesmo em isolamento. “Se não fosse ‘o digital’, não haveria nenhuma interação social entre as pessoas durante dois anos. Isso sem falar no acesso à informação.” (Diniz, 2022)²⁴.

No campo da comunicação pessoal, redes como Instagram e WhatsApp transformaram a forma como nos relacionamos com amigos, familiares e conhecidos. O Instagram, centrado no conteúdo visual, tornou-se um espaço para compartilhar momentos e criar narrativas pessoais. No entanto, o foco excessivo em imagens idealizadas gera pressão por uma aparência perfeita, promovendo interações falsas e aumentando sentimentos de inadequação e comparação social.

Cugini (2008), ao interpretar Bauman (2005a, p. 8), explica essa dinâmica: “A vida líquida é uma vida precária, vivida em condições de incerteza constante.”. Bauman (2005a) aprofunda essa reflexão ao afirmar:

As preocupações mais intensas e obstinadas que assombram este tipo de vida são os temores [...] não conseguir acompanhar a rapidez dos eventos, ficar para trás, ficar sobrecarregado de bens agora indesejáveis, perder o momento que pede mudança, e mudar de rumo antes de tomar o caminho de volta.” (Bauman, 2005a, p. 9 *apud* Cugini, 2008, p. 162).

O WhatsApp, por sua vez, facilitou a comunicação direta e instantânea entre indivíduos e grupos. Com mensagens de texto, chamadas de voz e vídeo e compartilhamento de arquivos, o aplicativo tornou a troca de informações prática e acessível. No entanto, essa facilidade gerou efeitos colaterais, como a expectativa de disponibilidade constante e a pressão para respostas imediatas, resultando em ansiedade e estresse. Além disso, a ausência de sinais não verbais —

²³ Redes sociais: o pessoal e o profissional no digital. Exame, [s.l], 8 de jul. 2022. Disponível em: <https://exame.com/bussola/redes-sociais-o-pessoal-e-o-profissional-no-digital/>. Acesso em: 11 de nov. 2024

²⁴ Idem

como expressões faciais e tom de voz — compromete a clareza da comunicação, aumentando as chances de mal-entendidos, fator que é perceptível pela grande maioria dos usuários deste app.

Essas pressões e expectativas excessivas também afetam os relacionamentos afetivos. A espera constante por mensagens e a interpretação enviesada de silêncios digitais tornam ainda mais difícil construir laços sólidos e verdadeiros. Bauman foi um dos primeiros a investigar o impacto existencial da liquidez no campo afetivo:

A análise filosófica da pós-modernidade nas entranhas da vida existencial, analisando os efeitos disso na vida corriqueira, sobretudo, naquilo que de mais envolvente afeta a humanidade, ou seja, os afetos, os sentimentos, numa palavra, o amor. (Cugini, 2008, p. 164).

No contexto profissional, as redes sociais se tornaram ferramentas estratégicas para comunicação corporativa e marketing. O Instagram, por exemplo, é amplamente utilizado para fortalecer marcas, construir narrativas empresariais e engajar o público. Com o surgimento de influenciadores digitais, esse tipo de marketing se consolidou como uma prática lucrativa.

Já o WhatsApp é ferramenta essencial para a comunicação rápida em ambientes de trabalho, facilitando negociações, atendimento a clientes e vendas. Porém, essa integração total ao cotidiano profissional também levanta problemas como excesso de demandas fora do horário de trabalho, sobrecarga informacional e dificuldades em separar a vida profissional da pessoal, o que afeta diretamente a saúde mental e a produtividade.

A influência das redes sociais no estilo de vida e comportamento social

As redes sociais alteraram significativamente o modo de vida e a convivência social dos indivíduos, impactando diversas esferas da vida, desde a forma de comunicação e comportamento até as decisões rotineiras. Elas permitem manter contato facilmente, mas também podem afetar a saúde mental e a forma como os indivíduos se relacionam e percebem o mundo ao seu redor. Essas redes têm o potencial de moldar valores e estilos de vida, como destaca Castells (2017, p. 94): "As redes sociais transformaram a forma como interagimos, alterando nosso comportamento social e a percepção da identidade."

A comunicação digital tornou-se a principal forma de interação para as pessoas, especialmente em uma época em que as distâncias físicas e a busca por aceitação social estão

cada vez mais presentes. As relações nas redes sociais acabam sendo, em muitos casos, superficiais. O tipo de comunicação rápida e fragmentada, comum nessas plataformas, não exige o mesmo envolvimento emocional e mental que uma conversa presencial. Isso faz com que a sensação de conexão nem sempre seja profunda ou realmente significativa. Cugini (2008, p. 164) observa que:

O problema do tempo que, na modernidade, foi resolvido passando por cima da realidade, através das construções racionais chamadas de ideologias, que não eram nada mais do que nada menos que violações da realidade, que permitiram prender o presente para organizar e planejar o futuro, agora, no mundo líquido, inseguro, onde todas as ideologias modernas esfacelaram, tudo se torna mais difícil [...]

Além disso, o uso contínuo das redes pode diminuir a quantidade e a qualidade das interações presenciais, prejudicando habilidades sociais importantes, como a empatia e a capacidade de sustentar conversas mais longas e significativas. As redes sociais possuem a capacidade de aproximar pessoas de diferentes partes do mundo, criando uma rede de comunicação quase instantânea.

No entanto, essa conectividade global também gera um paradoxo: quanto mais conectados estamos, mais isolados podemos nos sentir. A troca constante de informações e imagens nos feeds cria uma pressão invisível para estarmos sempre no nosso melhor — ou, pelo menos, parecer que estamos. O problema é que, ao vivermos sob essa pressão por uma versão idealizada de nós mesmos, acabamos perdendo de vista o que é real.

O modo de vida das pessoas, atualmente consumido pelas redes sociais, afeta consideravelmente a forma como obtemos informações relevantes para o cotidiano. Além do entretenimento, as redes sociais influenciam escolhas relacionadas ao consumo de produtos e decisões pessoais de estilo de vida. Por exemplo, os criadores digitais têm papel relevante na propagação de tendências de moda, dicas de beleza e hábitos alimentares, moldando a rotina de muitas pessoas.

Essas influências podem ter efeitos positivos, como o incentivo a hábitos saudáveis — prática de atividades físicas e alimentação equilibrada —, mas também efeitos negativos, como a padronização de ideais de beleza irreais e a adoção de dietas extremamente rigorosas e prejudiciais à saúde.

Algoritmos de seleção segmentada e personalização de conteúdo expõem os usuários a um fluxo constante de informações alinhadas às suas crenças e preferências, reafirmando suas visões de mundo. Esse fenômeno, conhecido como “bolha de filtro”, altera a percepção da realidade, pois as pessoas passam a consumir apenas opiniões que validam suas próprias ideias, o que dificulta o diálogo e a empatia entre pontos de vista divergentes. Castells (2009, p. 167) destaca:

As redes sociais transformam as opiniões em 'conversações públicas', mas essas conversas tendem a se concentrar em torno de pontos de vista já compartilhados, ampliando a polarização e a falta de diálogo (Castells (2009, p. 167)

Essa realidade nos leva a refletir sobre o impacto das redes sociais no bem-estar. O uso excessivo ou inadequado dessas plataformas pode resultar em uma série de consequências negativas, como ansiedade, depressão e uma contínua sensação de inadequação. Por outro lado, quando utilizadas com consciência e equilíbrio, as redes sociais podem se tornar poderosas ferramentas de aprendizado, conexão e crescimento pessoal. Isso reforça a necessidade de buscar um equilíbrio entre o uso das redes e a participação em atividades e relações sociais presenciais, reduzindo a dependência digital e seus efeitos negativos sobre o comportamento e a saúde mental dos usuários. As redes podem, portanto, ser ferramentas úteis de comunicação e expressão, desde que não comprometam a integridade e a profundidade das experiências individuais.

Efeitos do Whatsapp e Instagram na comunicação instantânea e nas relações interpessoais

As redes sociais desempenham um papel relevante na conectividade global, permitindo que indivíduos de diferentes partes do mundo se comuniquem instantaneamente. Considerando o impacto dessas plataformas sobre a forma como nos conectamos, é fundamental examinar seus efeitos nas relações interpessoais, com foco específico no WhatsApp e no Instagram.

O WhatsApp e o Instagram estão entre as plataformas de mídia social mais utilizadas no Brasil, embora tenham finalidades distintas. O WhatsApp é um aplicativo de mensagens instantâneas, priorizando conversas privadas. Já o Instagram é voltado para o compartilhamento de conteúdo visual, com interações públicas, como curtidas e comentários, estimulando o engajamento.

Se antes as interações eram limitadas a familiares e amigos próximos, as plataformas digitais ampliaram essas conexões, permitindo trocas de ideias, interesses e aprendizado sobre culturas diversas, promovendo respeito à diversidade.

Percebe-se que as relações interpessoais ganharam novas configurações, ou seja, novos modelos, mediante o contexto digital, globalizado e tecnológico, em que indivíduos de diferentes credos, línguas, culturas, etnias e idades se inter-relacionam através da internet muitas vezes por meio das redes sociais. (Silva, Pimentel e Oliveira, 2023, p. 10).

Além das oportunidades de interação, as redes sociais oferecem ferramentas poderosas para construção de marca pessoal e busca por empregos. Também disponibilizam uma enorme quantidade de informações relevantes, sendo úteis para debates sobre economia, política, religião, movimentos sociais, entre outros temas. Nesse sentido, os autores apontam que: “Com o passar dos anos, o aumento permanece e com isso é considerável o aumento na dependência da busca por informações na internet.” (Silva, Pimentel e Oliveira, 2023, p. 4).

Apesar dos benefícios, o uso excessivo ou inadequado do WhatsApp e do Instagram pode provocar danos pessoais e coletivos. Segundo os autores: “Portanto, é importante ressaltar os ‘perigos’ que podem se esconder nas redes sociais.” (Silva, Pimentel e Oliveira, 2023, p. 4).

O WhatsApp pode se tornar prejudicial quando deixa de ser uma ferramenta de conexão para se tornar uma fonte de dependência digital e distração constante. Notificações frequentes comprometem a concentração em atividades importantes, afetando produtividade e tempo. A facilidade da comunicação digital, por vezes, substitui interações presenciais, enfraquecendo as relações. Além disso, há riscos com a exposição de dados pessoais, golpes e fraudes.

Com relação ao Instagram, a pressão social é uma constante. A busca incessante por curtidas e seguidores leva muitos usuários a manter uma imagem de perfeição. Essa comparação com vidas idealizadas afeta diretamente a autoestima, gerando ansiedade, depressão e isolamento social. Além disso, a exposição de imagens pessoais pode resultar em problemas de privacidade e segurança.

Segundo Agarwal e Dhanasekaran (2024 *apud* Matos e Godinho, 2024, p. 4), as consequências adversas do uso da internet e das redes sociais compreendem diversos níveis, tais como o desenvolvimento físico, psicológico e social:

A nível psicológico destacam-se: solidão, isolamento social, tristeza, depressão, ansiedade e impaciência, perturbações de personalidade e psicose, alterações de humor, irritabilidade, desatenção e apatia; biologicamente perceptíveis: tendinite e síndrome do túnel do carpo, dor nas costas, privação do sono, distúrbios alimentares e obesidade, deficiência visual. No plano social, destacam-se a timidez e a fobia social (Silva et al., 2021 *apud* Matos e Godinho, 2024, p. 4).

Mesmo existindo o lado negativo, as redes sociais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas. Na medida que o mundo evolui, mais conectados nos tornamos. Dito isso, é necessário buscar-se um equilíbrio. O estabelecimento de limites de uso de tela, o respeito pelas diversidades e os fortalecimentos das relações face a face são métodos indispensáveis que previne os impactos negativos das plataformas.

Análise

Os aplicativos Instagram e WhatsApp começaram a funcionar em um curto intervalo de tempo, entre os anos de 2009 e 2010, com funcionalidades distintas, sem representar, inicialmente, uma ameaça de sobreposição de funções entre si. Com o passar dos anos e com as constantes atualizações de ambos, iniciou-se uma disputa por popularidade, o que levou, em 2014, os criadores do WhatsApp, Jan Koum e Brian Acton, a venderem a plataforma para o Facebook (atual Meta). Embora o WhatsApp tenha mantido seu foco principal no envio rápido de mensagens, novas funcionalidades foram incorporadas, muitas delas semelhantes às do Instagram, como a publicação de fotos e vídeos em tempo real e o compartilhamento em status visíveis a todos os contatos.

Quanto à criação do Instagram, vale ressaltar que um dos seus fundadores é o brasileiro Michel “Mike” Krieger, que desenvolveu o aplicativo junto com Kevin Systrom. Posteriormente, a Meta Platforms Inc. adquiriu o Instagram por aproximadamente US\$ 1 bilhão, consolidando-se como a gigante que controla também o Facebook e o WhatsApp.

Essa concentração das plataformas mais populares sob o controle de uma única empresa fez com que a Meta passasse a ditar a padronização das formas de interação social nas redes. Isso conecta-se diretamente ao conceito de “relacionamento de bolso”, proposto por Zygmunt Bauman. Para o sociólogo, um relacionamento de bolso representa a combinação entre intensidade e disponibilidade permanente. Bauman adverte sobre a transformação nas relações humanas provocada por essa hiperconectividade, prevendo mudanças profundas na confiança

e na intimidade: “Não se deixe dominar nem arrebatado, e acima de tudo não deixe que lhe arranquem das mãos a calculadora.” (Bauman, 2001, p. 37).

Essa reflexão sobre a “calculadora” de Bauman nos remete diretamente ao funcionamento dos algoritmos. Como já mencionado neste artigo, os algoritmos trabalham de forma ativa para estimular o consumismo desenfreado, muitas vezes impulsionado por comparações com vidas irreais de influenciadores digitais, cujos seguidores sequer conhecem pessoalmente ou compartilham realidades socioeconômicas semelhantes. Em seus estudos, Bauman já analisava a gradual transformação das pessoas em mercadorias e alertava sobre os impactos disso no comportamento de consumo global. Esse, aliás, é um tema suficientemente complexo para ser explorado em um artigo específico.

Outro ponto recorrente nas discussões sobre redes sociais é a criação de personas — personagens construídos pelos próprios usuários para agradar suas audiências. Esse fenômeno é visível especialmente entre influenciadores digitais, que acabam ditando tendências em diversas esferas da vida cotidiana. O problema, como já abordado por Bauman, é que essas tendências são extremamente voláteis, aumentando ainda mais o ciclo de consumo rápido e a sensação de inadequação entre os seguidores. Além disso, em plataformas como Instagram e WhatsApp, a separação entre o que é público e o que é privado torna-se cada vez mais difusa, formando uma linha tênue difícil de delimitar. Essa questão é analisada por Koehler e Carvalho (2013, p. 281), ao afirmarem que:

A sociedade pós-moderna, na qual estamos inseridos, vive o momento da modernidade líquida (BAUMAN, 2010), onde tudo é passageiro, efêmero e muda de forma rápida, sob a menor pressão. Na verdade, a geração digital é incapaz de manter a mesma forma por muito tempo. Então, o que hoje é privado amanhã passa a ser público e vice-versa. Porém, como decidir o que pode tornar-se público ou o que deve manter-se privado? O impulso para transgredir, substituir, trocar, acelerar não permite a solidificação das coisas.

Retornando à ideia de “relacionamento de bolso”, Bauman reforça que esse tipo de vínculo é frágil, regido por uma lógica de alta rotatividade e baixa profundidade. Para funcionar, ele depende de duas condições: primeiro, a calculadora do consumo, como já mencionado; e segundo a facilidade com que o relacionamento pode ser descartado: “Lembre-se de que não é preciso muito tempo para que a convivência se converta no seu oposto [...] Não deixe que o relacionamento caia do bolso que é seu lugar.” (Bauman, 2001, p. 43).

Se no início Instagram e WhatsApp eram plataformas de entretenimento e troca simples entre amigos próximos, hoje elas se tornaram ferramentas indispensáveis para diversas profissões — e, em alguns casos, substituem o próprio papel dos comunicadores. A facilidade com que uma rede virtual densa pode ser construída permite que notícias sejam compartilhadas instantaneamente, o que levanta questões sobre a veracidade da informação. O WhatsApp, em especial, ganhou notoriedade negativa durante a pandemia da Covid-19 por ser um dos principais canais de disseminação de desinformação sobre vacinas, prejudicando campanhas de imunização no Brasil.

Diante desse cenário, a reflexão que nos inquieta é: até que ponto o uso dessas redes é saudável e qual o limite para que essas plataformas não se tornem agentes controladores de nossas vidas? Quando as redes passam a determinar nossa autoimagem e nossos vínculos, corremos o risco de perder a percepção real sobre nossas relações interpessoais. É preciso reconhecer que a padronização imposta pelos filtros e algoritmos reflete um universo de produção de alto custo e inatingível para a maioria das pessoas.

Ademais, ao tomar consciência de que o uso exacerbado pode gerar imagens distorcidas — de si e dos outros —, torna-se possível minimizar os riscos ao bem-estar. O objetivo não é abandonar as redes, mas compreendê-las criticamente, reconhecendo seus benefícios e, principalmente, seus limites. O desafio é equilibrar seu uso para que elas não enfraqueçam laços afetivos e não transformem a dinâmica social em algo artificial e superficial, criando um verdadeiro paradoxo entre suas promessas e seus efeitos reais.

Considerações

A análise desenvolvida ao longo deste artigo revela que a mudança na dinâmica das relações interpessoais e da comunicação, em decorrência do avanço tecnológico, traz benefícios, mas também acarreta malefícios significativos. O afastamento real entre as pessoas, em favor de interações mediadas por telas, é um dos principais impactos negativos observados. Ao interagirmos apenas por meio de imagens, vídeos e mensagens rápidas, corremos o risco de enfraquecer a profundidade afetiva dessas relações.

As reflexões de Zygmunt Bauman sobre a modernidade líquida ajudam a compreender essa dinâmica. Ao longo do artigo, mostramos como a liquidez das relações, reforçada pelas redes sociais, afeta diretamente nossas formas de ser, pensar e agir. Na pandemia da Covid-19,

por exemplo, as redes foram fundamentais para a manutenção das interações sociais, mas também serviram como veículo de desinformação, ilustrando bem essa dualidade.

O intuito deste trabalho não foi mascarar verdade ou trazer luz somente ao lado problemático da questão mas sim evidenciar que ambos os aplicativos devem ser usados de maneira consciente e correta, sempre lembrando que a realidade muitas vezes não condiz com aquilo que vemos no mundo virtual e que dessa forma não precisamos cair na padronização provocada principalmente pelo Instagram.

É importante estar em um meio tecnológico que tem suas vantagens e benefícios, mas é mais importante ainda nos lembrarmos do limite, que acaba por muitas vezes sendo uma linha tênue que atrapalha nossas relações, interações, nossa afetividade e até mesmo a nossa própria identidade quando devido ao que vemos, queremos reproduzir e perdemos a percepção de quem nós somos e até onde podemos ir. Sabendo diferenciar o real do virtual, a verdade do falso e sobretudo, se lembrar que por mais legais que sejam relações interpessoais virtuais é muito melhor que tais relações estejam também no mundo real, para que não haja espaço vazios para solidão e acaba-se criando uma sociedade em que o comportamento de ajudar os outros não se torna necessário ou não é bem visto como deveria ser.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 280 p.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 680 p.

CNN BRASIL. **Correspondente Médico** - Como as redes sociais influenciam no comportamento? . Youtube, 2020. 1 vídeo (17 minutos e 6 segundos). Disponível em: <https://youtu.be/VgnUyDsTcCY?feature=shared>. Acesso em: 10/mar/2025.

CUGINI, P. Identidade, afetividade e as mudanças relacionais na modernidade líquida na Teoria de Zygmunt Bauman, jan./jun., 2008, p. 161-178. **Revista Diálogos Possíveis**. Disponível em: <https://revista.grupofaveni.com.br/index.php/dialogospossiveis/article/view/273/266>. Acesso em: 10/mar/2025.

DA ROCHA, A. L. P. **Por que o WhatsApp?** Uma análise comparativa do processo de adoção de um meio de comunicação instantânea móvel. 2016, p. 151. Tese de Doutorado. PUC-Rio. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/33793/33793.PDF>. Acesso em: 10/mar/2025.

DINIZ, J. **Redes sociais: o pessoal e o profissional no digital**. Exame, 8 de jul. 2022. Disponível em: <https://exame.com/bussola/redes-sociais-o-pessoal-e-o-profissional-no-digital/>. Acesso em: 10/mar/2025.

FÁTIMA, R. **As influências das Redes Sociais no Comportamento dos Jovens**. IEP, 2024. 7 p. Disponível em: <https://blog.portaliiep.org.br/as-influencias-das-redes-sociais-no-comportamento-dos-jovens/?form=MG0AV3>. Acesso em: 10/mar/2025.

HOLANDA, I. **A influência das redes sociais na comunicação humana**. In: Blog Fortes Tecnologia, Fortaleza, 3 de set. 2024. 17 p. Disponível em: <https://blog.fortestecnologia.com.br/gestao-e-negocios/a-influencia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 10/mar/2025.

KOEHLER, C & CARVALHO, M. O público e o privado nas redes sociais: algumas reflexões segundo Zygmunt Bauman. **Espaço Pedagógico**. v. 20, n. 2. Passo Fundo, p. 275-287, jul./dez., 2013. Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rep/article/view/3555/2356>. Acesso em: 10/mar/2025.

LOSCHNER, E & ZONTA, G. Ciência, jornalismo e sociedade: caminhos para serem retomados os desafios da comunicação em tempos de desinformação e inteligência artificial. **Revista Iniciacom**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 111-123, jul./set. 2024. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4839/3205>. Acesso em: 10/mar/2025.

MATOS, K & GODINHO, M. **A influência do uso excessivo das redes sociais na saúde mental de adolescentes: uma revisão integrativa**. Revisto Foco. Curitiba, PR, v. 17, n. 4, ed. 4716, p. 1-18, 2024. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/4716/3436>. Acesso em: 10/mar/2025.

MARQUES, A. **Instagram: o que é, história e como funciona a rede social**. In: TECNOBLOG, 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>. Acesso em: 10/mar/2025.

Metodologia PUC-Rio, n. 04, p. 48-57, 2006. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9443/9443_4.PDF. Acesso em: 10/mar/2025.

MOREIRA, R. **Redes Sociais e seu impacto no comportamento humano**. In: Profissionais TI - PTI, 2017. Disponível em: <https://www.profissionaisiti.com.br/redes-sociais-e-seu-impacto-no-comportamento-humano/>. Acesso em: 10/mar/2025.

NOVO, B. **Metodologia de pesquisa: análise dos principais pontos para produção de uma pesquisa científica**. In: Brasil Escola - Meu Artigo, Disponível em: <https://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/educacao/metodologia-de-pesquisa.htm#:~:text=A%20metodologia%20%C3%A9%20o%20estudo,ensino%20de%20ci%C3%Ancia%20e%20arte>.

REDAÇÃO INSIGHTS. **Como as redes sociais influenciam no comportamento das pessoas?** In: Portal Insights. Disponível em: https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/como-as-redes-sociais-influenciam-no-comportamento-das-pessoas?form=MG0AV3#google_vignette. Acesso em: 10/mar/2025.

ROSSETI, R. & GARCIA, K. Inteligência artificial generativa: questões jurídicas e éticas em torno do ChatGPT. **VirtuaJus**, Belo Horizonte, v. 8, n. 15, p. 253-264, 2º semana, 2023. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/30769>. Acesso em: 10/mar/2025.

SILVA, F & PIMENTEL, F & OLIVEIRA, A. **A influência das redes sociais nas relações pessoais e interpessoais dos indivíduos.** Infinitum Revista Multidisciplinar, v. 10, n. 6, jan./jun., 2023. p. 109-126. Disponível em:

<https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/infinitum/article/view/21408/12064>. Acesso em: 10/mar/2025.

SOUSA, A & OLIVEIRA, G & ALVES, L. **A pesquisa bibliográfica:** princípios e fundamentos. Cadernos da Fucamp, v. 20, n. 43, p. 68-83/2001. Disponível em:

<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>. Acesso em: 10/mar/2025.

WHATSAPP. Sobre o Whatsapp. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about>. Acesso em: 10/mar/2025.

O Problema da Circulação das Imagens: caso dos incêndios no Brasil e na Califórnia

Marco Antônio de Oliveira TESSAROTTO

Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

O presente trabalho de análise discute a perambulação das imagens na circulação midiática e seus impactos nos mundos sociais. Para tanto, descrevemos a ocorrência e a extração do empírico a partir dos casos: seca/incêndios no Brasil (ago.2024) e, recentemente, os incêndios no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos da América (jan. 2025). Analisa-se, à priori, a ocorrência de dois fenômenos, um mais ampliado, no caso brasileiro e, este segundo, de campo mais restrito e nutrido por valores notícias que extravasaram sentidos a outras culturas e mundos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: imagens; incêndios; acontecimento; Brasil e Estados Unidos.

Introdução

O presente trabalho de análise discute a perambulação das imagens na circulação midiática e seus impactos nos mundos sociais. Para tanto, descrevemos a ocorrência e a extração do empírico a partir dos casos: seca/incêndios no Brasil (agosto, 2024) e, recentemente, no estado da Califórnia, nos Estados Unidos da América (janeiro, 2025). Analisa-se, à priori, a ocorrência de dois fenômenos, um mais ampliado, no caso brasileiro e, este segundo, de campo mais restrito e nutrido por valores notícias que extravasaram sentidos e bordas da circulação midiática.

A partir das inferências extraídas nos fluxos com marcas da produção de imagens disponibilizadas pelo buscador da *bigtech Google*²⁵, as representações imagéticas dos incêndios no Brasil que atingiram seu auge, no mês de agosto de 2024, são permeadas e descritas como imagens constituídas por planos abertos, de extensões territoriais remotas, distantes dos grandes centros urbanos, instância esta, de desmobilização de valores notícia, enquanto o acontecimento norte-americano, datado de janeiro de 2025, circulou com maior fluidez por apresentar a destruição de residências das estrelas do cinema hollywoodiano e da indústria do entretenimento norte-americano. Apesar do enfoque retratado, dos valores notícias presentes, a exemplo da notoriedade, celebridades e da tragédia, o espaço da circulação

²⁵ Extrações realizadas nos dias 13 de setembro de 2024 (incêndios no Brasil) e 04 de fevereiro de 2025 (incêndios na Califórnia, Estados Unidos). Em ambos acontecimentos, os empíricos foram extraídos 30 dias após os acontecimentos para mensurar as marcas das representações sedimentadas pelo algoritmo.

mediática é errático e temas como a emergência global climática revelaram desafios no delinear deste objeto empírico que se encontra em estado de atualizações, tensionamento e disputas. Entendemos ser necessária, para a configuração do objeto, lançarmos perguntas, estabelecer objetivos e descrever indícios para o desenho do caso.

Neste ponto de partida, nos endereça uma reflexão sobre o olhar de observação e dos materiais extraídos. É decerto que, o modelo funcionalista atribui possibilidades de desvelar como a imagem e seu imaginário aderem sentidos e resultam em afetações que se aportam nos mundos sociais cujo *feedback* é expresso em práticas, valores e significados. O caso a ser analisado, observa como o modelo de funcionamento da sociedade passa a transformar os mundos sociais via plataformas, local este, de disputas por referencialidades entre indivíduos/coletivos e instituições midiáticas. Para tanto, evocamos a midiatização e sua chave hermenêutica para observar como este metaproceto passa a tensionar o mundo da vida.

Para tanto, compreender que, na midiatização, as operações presentes como as de produção estão vinculadas a lógicas de sentido deste objeto midiatizado, no caso, das chamas/incêndios em dois momentos, contextos e proporções distintas. Desta assertiva, nos interessa investigar este “ir adiante” da circulação e, em quais mundos sociais tais imagens aderiram e se acoplaram no tecido social? A tragédia dos incêndios no Brasil ou nos Estados Unidos? O que circulou? Que trabalho foi elaborado pelos sujeitos/mundos sociais em rede? Quais imagens em disputa (Brasil-Califórnia) impactaram mundos sociais e que foram disseminadas pela mídia? Essas imagens não apenas retrataram eventos, mas também influenciaram a percepção pública e os valores culturais que forjam uma tessitura social onde essas representações se acoplam e se tornam parte do imaginário coletivo.

Não obstante, necessitamos descrever os efeitos destas imagens e de suas representações que o outro toma para si, uma vez que, o imaginário é uma “folha em branco”, desafiando o(a) pesquisador(a) a enxergar uma “imagem inacessível” deste simbólico presente nas chamas dos incêndios e o que é/foi ofertado na circulação. O recorte do empírico apresentado busca desenhar as operações de sentidos que são agenciadas pelas empresas jornalísticas com seus enquadramentos próprios/valores notícia e pelos sujeitos que impulsionam e alimentam o algoritmo das plataformas, neste caso, o buscador do *Google*. De forma tátil, buscamos traçar estratégias de observação dos acontecimentos para observar as simetrias, o que convergem e, simultaneamente, revelar a complexidade de dissecar partes/fases/etapas presentes nos materiais.

Contextualizando o caso

O trabalho, em movimento inferencial, traz relatos e busca compreender, em um cenário ainda em sedimentação, como essas informações foram trabalhadas com a população, destacando como a mídia retratou/emoldurou as imagens dos incêndios no Brasil (imagem 1, 2024) e nos Estados Unidos (imagem 2, 2025). As imagens constroem acontecimentos e transparecem marcas de operações construídas no âmbito do campo da produção midiática que é recepcionada pelos campos sociais. A pesquisa tem como proposta ler o contexto (incêndios no Brasil e nos Estados Unidos), sua “fixação” na circulação (imagens/enquadramentos), o que elas podem revelar sobre os modos do fazer jornalístico (processo de constituição – produção) com seus enquadramentos e, o que emerge das marcas deste fazer dos enunciadores no buscador do *Google* e, como os atores sociais fazem com elas.

Contextualizando o empírico e seus sentidos, propomos a analisar, como esta imagem-trucagem é perpassada por dois movimentos, um de contextualização (situar o leitor da imagem) e de descontextualização (enquadramentos, marcas de operação, sentidos geridos a partir da angulação do pano de fundo).

Imagens 1 e 2 – Movimento de descontextualização - Brasil/contextualização das imagens – Estados Unidos.

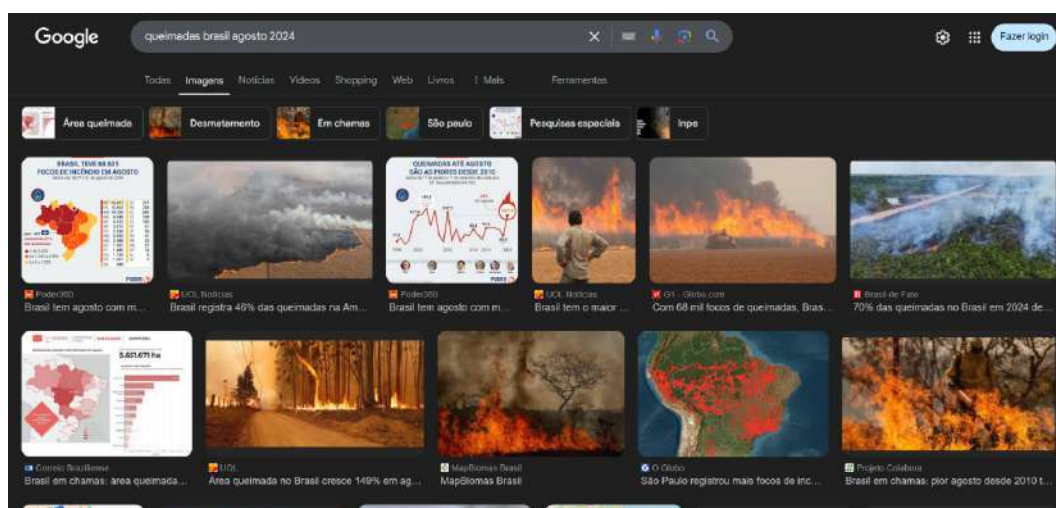


Fonte: G1 InterTv (agosto, 2024) e CNN Brasil (janeiro, 2025)

As duas imagens extraídas revelam aspectos que nos instigam a refletir sobre o que está em jogo? Como o acontecimento é agenciado nos fluxos? As respostas empreendem esforços interpretativos para ir além daquilo que se visualiza, ou seja, como as disputas de sentidos e suas derivações são tensionadas entre atores/instituições midiáticas. Para tanto, o enquadramento imagético com a extensão na distância, em sua modelização em profundidade perfazem a percepção do mundo visível que empreende esforços na leitura deste processo seletivo (por parte das empresas midiáticas) e percepção relacional (sentidos e modos de representação destas escolhas na audiência/recepção). Ao apontar/extrair as imagens do fluxo, temos a consciência que “estamos diante de multiplicações infinitas que não exigem ou sequer apontam na direção de um modelo original” (Neiva Jr, 2006, p. 65).

Tal percepção encontra sentidos na obra, “Introdução à análise da imagem”, de Martine Joly (2010) que, ao reconstruir os sentidos da imagem para “identificar o destinatário da mensagem visual não basta para compreender para que ela serve. A função da mensagem visual é também, efetivamente, determinante para a compreensão de seu conteúdo” (Joly, 2010, p. 55). Outro ponto destacado por Joly (2010) é que, para o destinatário, os sentidos da imagem dependem de elementos de referência, de contexto. Para tanto, em hipótese inicial, as imagens das queimadas no Brasil circulam em sentidos diversos, do fogo no campo (zona rural, Imagem 3), distanciamento da urbe, da imagem do homem só que observa impotente o avançar das chamas.

Imagem 3 – Enquadramento imagético (Google) das imagens das queimadas no Brasil (agosto/2024)



Fonte: Do autor, agosto de 2024

Em um outro movimento de leitura e reflexão tentativos, observamos um acontecimento que segue (nos Estados Unidos) e outro que encontra resistência, onde buscamos entender a existência de imagens saturadas e banalizadas pela circulação midiática. A pesquisadora Ana Paula da Rosa (2019), ao tratar de imagens que possuem “aderência à sombra” compreende que, algumas delas, se tornam permanentes no imaginário coletivo. O conceito de banalização encontra importantes aportes em Guy Debord (1967), na obra “A Sociedade do Espetáculo” que, este esvaziamento de sentidos, em nosso caso, das imagens dos incêndios no Brasil, pode ser entendido como “uma visão do mundo que se objetivou” (Mattelart, 2010, p. 94) que se transformou em mercadoria nesta outra etapa do capitalismo baseada em algoritmos.

A título de ilustração, as imagens da estiagem, da paisagem desértica e sem vida, de pessoas desalentadas pelo flagelo da seca foram postas em circulação desde 1897. Na época, o jornal “Estado de São Paulo” enviou o jornalista Euclides da Cunha e o fotógrafo Flávio de Barros para reportarem os acontecimentos da “Campanha de Canudos”. Na época, tamanho foi o espanto das imagens que, ao regressar à São Paulo, o repórter fotográfico Flávio de Barros (Imagens 4, 5 e 6), realizou diversas projeções eletrônicas em tamanho real, com imagens no sertão baiano, espaço este, desconhecido por muitos brasileiros na época. A circulação e consumo destas imagens da seca naquele período, ainda não estavam solidificadas no imaginário coletivo. A massificação dos meios impressos (nas capitais e em cidades do interior) com os registros das secas de 1915 e de 1930 forjaram as condições necessárias para assentar aquelas imagens no imaginário coletivo nacional.

Imagens 4, 5 e 6 – Imagens registradas pelo fotógrafo expedicionário Flávio de Barros



Fonte: Do autor, 2025.

Na última imagem, publicação na Gazeta de Notícias, datada de 02 de fevereiro de 1898 anuncia a projeção eletrônica das imagens da Campanha de Canudos. No anúncio, os valores empregados foram “Curiosidade, Assombro, Horror, Miséria”

O imaginário e seu simbólico atuam em um trabalho de associação por e entre sujeitos em condições específicas de relações e associações. A figura do jornalista, no contexto das redes digitais, diante destas imagens ofertadas pelas agências e atores sociais passa a atuar como intermediário, sua enunciação é marcada por outras falas compostas, muitas vezes, por banco de imagens que atuam esgarçando ainda mais os sentidos daquele registro. Observamos ainda, a transposição da figura do “*gatekeeper*” que se transmuta no “*gatewatch*” ou porteiro de telas que passa a /filtrar as imagens advindas das agências/correspondentes e quais enquadramentos devem permanecer disponíveis à mídia e, esta última, o que é resguardado pelas plataformas.

A estratégia ofertada pelo *Google* é um lugar de observação, local este, para descrever estratégias e como estes filtros atuam. A midiatização surge como uma categoria de análise e suas pistas são pontos de leitura para desenvolver hipóteses. Nos interessa, descrever como estes coletivos midiatizados, marcados pela atorização (lugar da experimentação) passa a acoplar outras narrativas (elaboradas pela mídia) que atuam ressignificando o acontecimento em seu conjunto de ações e cujas operações são mobilizadas pelos sujeitos sociais contribuindo para perpetuar ou não a banalização das imagens.

Os desafios de “ler” os filtros

O algoritmo é a materialização da experiência mental, ao pesquisador(a) interessa entender as lógicas destas experimentações mentais transpostas para a linguagem binária/codificada. Tais operações abstratas (dos códigos) fazem-nos pensar como estas imagens filtradas por códigos fechados e não passíveis de auditoria passam a afetar o mundo sensível e da experiência humana. Outro ponto de visada e de observação do empírico, diz respeito aos usos sociais das operações abstratas, como se articula seu acesso, usos/apropriações e, como estes usos sociais são validados na circulação midiática?

Tais reflexões tratam da materialização das representações sociais e de sua escritura no algoritmo que ocorre por meio da produção (*inputs*) inseridas nas máquinas e, estas últimas, revelam angulações específicas, uma vez que, estes mesmos algoritmos, após apropriação

destes *inputs* e posterior aprendizado, passa a agenciar os meios de interação de conteúdo, o que pode configurar o algoritmo como um “*gatewatch* abstrato” desenvolvido, segundo Fausto Neto (2024) a partir da “manufatura avançada produzida por um sistema de especialistas de conhecimento técnico-científico” onde, mais um filtro está acoplado.

O pesquisador Erick Felinto (2011) em entrevista na Revista do IHU da UNISINOS nos adverte que: “um imaginário é uma tradução do mundo em imagens, compostas por mitos, símbolos, representações mentais” (Felinto, 2011, p.02). Na entrevista concedida à Márcia Junges, Felinto (2011) lança luzes sobre duas questões implicadas nestas imagens em circulação, no próprio tema da entrevista: “A era da memória total e do esquecimento contínuo” apresenta duas problemáticas inerentes ao contexto atual das imagens técnicas, uma relativa ao resguardo/curatela destas imagens em base de dados presentes em grandes corporações (*Google, Microsoft, Amazon Web Services*) e uma afetação resultante do design destas plataformas, a exemplo da linha de tempo contínua retroalimentada pelo algoritmo que se sustenta no conceito de “esquecimento contínuo”.

O empírico extraído, segundo recorte netnográfico (Polivanov, 2014) permite observar o “novo” e não sedimentado através de sequências e elaborações produtivas/enunciadas pelas materialidades dos disponíveis nos fluxos. Desta premissa, as imagens extraídas descrevem a ocorrência de disputas por atribuição de valor ao visível (Rosa, 2019), de aderência ao simbólico dos incêndios nos Estados Unidos (de dimensão restrita) e a brasileira (geograficamente continental). A cultura midiática que atravessa os sentidos destas imagens necessita de leitura, interpretação, de descrição dos sentidos (implícitos e explícitos) dos enquadramentos e operações de produção advindas das agências de notícias e quais fatores no caso brasileiro e norte-americano passam a ser plataformizados e disponíveis para o leitor/usuários.

É decerto que, dissecar a circulação é observar as marcas de criação de coletivos na circulação, local este, das diferenças/defasagens, onde observamos parcialidades e/ou fragmentos destas produções. O desafio consiste em desvelar, dentro da arquitetura da plataforma, quais marcas emanam das produções (agências/atores sociais) e do mundo das materialidades (o que o empírico revela destes marcadores).

Debruçado no empírico: o que está acontecendo por aqui?

Este tópico descreve os dois fenômenos como acontecimento que, segundo Maurice Mouillaud (2002) cabe, ao campo da informação, construir a moldura que enquadra o sentido na construção da notícia. O autor afirma que o campo da informação é responsável por enquadrar tais “aderências à sombra” (Rosa, 2019) ou reenquadrá-las, tomando para si, uma recircularização destas imagens, mobilizando atores e instituições. Nos interessa, neste ponto, analisar o fenômeno em uma característica mais genérica: incêndios florestais no Brasil (2024) e na Califórnia, nos Estados Unidos (2025). Quais imagens circularam com maior fluidez? Quais destas “aderiram às sombras” dos mundos sociais?

É decerto que, o acontecimento dos incêndios no Brasil se caracterizou por um aspecto geográfico mais ampliado. Aquele flagelo da seca que, ocorria sazonalmente na região Nordeste, atravessou a Floresta Amazônica, campeou no cerrado e suas consequências atravessaram as dinâmicas/rotinas das urbes nas regiões Sul e Sudeste do país. Observa-se, à priori, apesar deste espraiamento territorial da estiagem e das queimadas, o enquadramento noticioso com baixo engajamento e mobilização social para o fenômeno em curso na época. (Imagem 7)

Imagem 7 – Quadro comparativo das dimensões dos dois acontecimentos (Brasil em 2024 e EUA, 2025)



Fonte: @ibsustentabilidade, 2025

Ao mobilizar fios condutores de possíveis interpretações/leituras sobre estes dois acontecimentos, as imagens das queimadas/incêndios florestais no Brasil foram tratados sob critérios de noticiabilidade mais brandos, destacando a problemática como pertencente aos povos da Amazônia legal, do Brasil rural. A imagem truncagem de satélite (Imagem 7) trazida a circulação pelo Instituto Brasileiro de Sustentabilidade revela duas dimensões antagônicas para o mesmo acontecimento.

As imagens, no caso brasileiro, reproduzidas pelos portais do UOL/G1 e ancoradas no buscador do *Google*, sobre ponto de vista de seu factual foram apropriadas pelos atores e acopladas em outras instâncias/narrativas foram alicerçadas por uma espécie de negacionismo ambiental, político e estrutural, conforme denunciado pela Ministra dos Povos Indígenas (Imagem 8).

Imagem 8 – Tensão entre o jornalismo informativo e o negacionismo das redes sociais



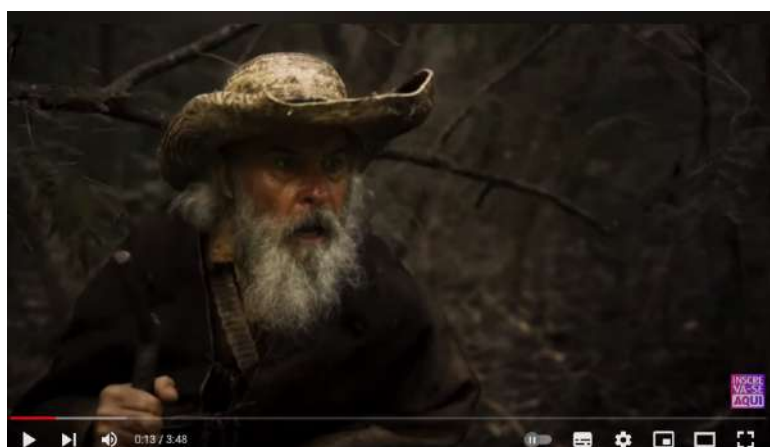
Fonte: Portal Metrópoles, 25 de setembro de 2024

A questão das crenças e dos comportamentos pré-estabelecidos, de resistência/não aceitação encontra amparo no processo rotineiro da produção jornalística que emerge nas plataformas dos sites das redes sociais. Em hipótese inferencial, a imprensa desloca seu papel de mediador, de agenciamento das pautas para um mero expectador destes atravessamentos digitais. Não mais se questiona, sedimenta-se tais crenças, através de um enquadramento e/ou angulações mais brandos produzidas pela pauta jornalística.

Em trabalho publicado em 2022, Erick Felinto destaca que:

Não obstante a acumulação de gadgets na vida contemporânea ser também responsável pela desapareição de importantes afetos atmosféricos (efeitos de “presença” e de relações diretas com o mundo), as tecnologias contemporâneas de comunicação podem, paradoxalmente (em seus melhores momentos) trazê-los de volta. Essas tecnologias colaboraram para nos alienar das coisas do mundo e suas presenças (...)” (Felinto, 2022, p. 6)

Destacamos neste fazer das tecnologias/linguagens audiovisuais, uma espécie de reenquadramento das imagens, ora banalizadas/esvaziadas de contexto que possuem potência para ressignificar, retroalimentando este imaginário novamente. No ano de 2022, a Rede Globo de Televisão relança o *remake* da novela “Pantanal”, gravado em um dos biomas mais atingidos pelos incêndios florestais, o pantanal. Recuperado das redes, trechos da produção, onde observamos um movimento de ressignificações das imagens banalizadas, como extraído no



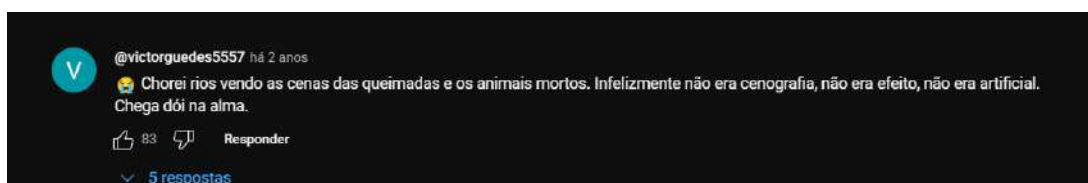
capítulo 80, exibido em 22/06/2022 que

emoldurou novos sentidos à experiência do sensível. (Imagens 9 e 10)

Imagens 9 e 10 – Reenquadramento das imagens banalizadas, uso do primeiro plano com imagens de animais carbonizados durante as gravações da produção

Fonte: Resumo Capítulo 80 | Pantanal. Youtube, Rede Globo, 22 de junho de 2022.

O empírico extraído faz parte da narrativa dramatizada das novelas. Para Immacolata Lopes (2003), a partir da inserção desse viés mais naturalista nas ficções televisivas, pode-se entender que esse vasto conjunto de referências narrativas passam a ser um nutriente na memória do receptor, acionando processos de pertença a condição humana e de fragilidade diante do acontecimento e “(...) mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano” (Lopes, 2003, p. 30), a exemplo do comentário abaixo do trecho do capítulo.

Imagem 11 – Ator social em comentário sobre as cenas em primeiro plano dos animais carbonizados.

Não
eram

imagem artificiais, a realidade “dói na alma” e estremece imaginários
Fonte: Youtube, Rede Globo de Televisão, 28 de junho de 2022.

O comentário extraído revela como o imaginário pode ser condicionado e potencializado a partir de novas molduras/enquadramentos. Os corpos carbonizados dos animais, na época, não possuíam uma permanência no imaginário coletivo. Os atores sociais em interação começaram a demonstrar os primeiros sinais do diagnóstico desse movimento de afetação, originado do modo de dizer (Fausto Neto, 2024) sobre um acontecimento (queimadas no bioma do pantanal) ressignificado pela produção audiovisual.

De modo inferencial, as imagens das queimadas/incêndios na Califórnia são marcadas por impermanências simbólicas (cidades, pessoas – coletivos, artistas da indústria do entretenimento, celebridades, equipes em ação – bombeiros/jornalistas). Já na angulação do acontecimento no Brasil, circulam sentidos diversos, do fogo no campo (zona rural), do distanciamento da urbe e pela presença do homem que observa impotente o avanço das chamas, em processo de conformação. Ambos acontecimentos (Brasil/EUA) foram lastreados e acompanhados por imagens/reportagens/infografias e pela presença do jornalista no acontecimento, entretanto, observamos diferenças nítidas dos valores notícias entre os dois fatos, a exemplo do lugar de relato que, ao ser enquadrado, fortalecem outras leituras, cujos sentidos se esvaziam/banalizam.

Notas e percepções do pesquisador

Os dois acontecimentos dos incêndios florestais no Brasil e nos Estados Unidos foram acoplados à circulação midiática através de reenquadramentos e segundo valores notícias diversos, desde as rotinas jornalísticas às elaborações e racionalidades dos campos sociais. Observamos, nesta pesquisa inicial que, as imagens e mensagens sobre o acontecimento no

Brasil foram trabalhados segundo dimensões banalizadoras, já as imagens nos Estados Unidos são caracterizadas por uma diversidade de construções de sentido de outra natureza (de proximidade, da urbe, do coletivo). O acontecimento se consolida dentro de cada temporalidade e, embora a mídia privilegie o presente, fatos noticiados demandam uma explicação diferenciada se comparados com outros. Para Verón (1991), ele só existe na medida em que esses meios os elaboram, uma vez que “(...) são o lugar onde as sociedades industriais midiaticizadas e amparadas por discursividades produzem essa realidade” nas telas dos dispositivos sociotécnicos.

As imagens constroem acontecimentos e, não se pode gerir o registro imagético e de sua essência pelo fator humano (daquilo que foi moldado – ajustado e enquadrado) pelo tema/intenção do autor da imagem e, o que se revela enquanto produto emoldurado com determinada intencionalidade trabalhada para que o leitor passe pelas mesmas sensações e experiências. Enseja-se, em um segundo momento do estudo com um corpus mais ampliado de materialidades construir categorias de análise para desvelamento dos atravessamentos provocados pelo trabalho elaborativo dos produtores e pelas interações destas imagens midiaticizadas e, ao mesmo tempo, banalizadas.

Referências

- BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida (Org.). *Mediação e Midiaticização: Livro Compós 2012*. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52. Disponível em: https://www1.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111302.pdf. Acesso em: 17 set. 2024.
- FELINTO, Erick. **“O Mito é o Nada que é Tudo”: Imaginário, Atmosfera e a Mídiosfera**. In: ANAIS DO 31º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2022, Imperatriz. *Anais eletrônicos...*, Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/o-mito-e-o-nada-que-e-tudo-imaginario-atmosfera-e-a-midiosfera?lang=pt-br>. Acesso em: 11 Fev. 2025.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE SUSTENTABILIDADE. **Comparação da atual mancha de CO2 gerada pelo fogo em Los Angeles, com aquela do dia 29 de agosto de 2024 no Brasil**. Disponível em: <https://www.instagram.com/ibsustentabilidade/p/DEnO6bLRwXy>. Acesso em 11 fev. 2025.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução: Marina Appenzeller. Campinas, SP. Papirus, 14ª ed, 2010.
- MATTELART, Armand&Michèle. **História das teorias da comunicação**. Tradução Luiz Paulo Roaunet. São Paulo. Edições Loyola, 13ª ed. 2010.
- MOUILLAUD, Maurice. **A crítica do acontecimento ou o fato em questão**. In: M. Mouillaud; S.D. Porto (Org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília, 2002. Editora UnB: 49-83.

NEIVA JR, Eduardo. **A imagem**. São Paulo: Ática, 2002.

POLIVANOV, B. B. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. **Esferas**, v. 1, n. 3, 16 jul. 2014.

ROSA, Ana Paula da. **Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra**. MATRIZES, São Paulo, Brasil, v. 13, n. 2, p. 155–177, 2019. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v13i2p155-177. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/150455>.. Acesso em: 5 fev. 2025.

SAID, Flávia. Portal Metrôpoles. **Na ONU, ministra Sonia Guajajara relaciona queimadas a negacionistas**. Matéria publicada em 25 de setembro de 2024. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/na-onu-ministra-sonia-guajajara-relaciona-queimadas-a-negacionistas>. Acesso em 11 fev. 2025.

TV Globo. **Velho do Rio tenta impedir que fogo se espalhe pelo Pantanal e mais! | Resumo Capítulo 80 | Pantanal**. Exibido no dia 28 de junho de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7GtrUnmEZaQ>. Acesso em 11 fev. 2025

VÉRON, Éliséo. **Il est là, je le vois, il me parle**. In: P. Beaud et al. (Org.). Sociologie de la communication. Paris: Réseaux / CNET, 1997, p. 521-539

GT 03

Pesquisas Interdisciplinares no Sertão Piauiense

Recebe trabalhos que versam sobre o encontro de áreas, mas cuja abrangência geográfica seja o Sertão do Piauí, no campo das ciências humanas e sociais. A intenção é que estudos de diversas áreas dialoguem em busca de conhecimento e melhor convivência no sertão piauiense.

Coordenação

Profa. Ma. Lana Krisna de Carvalho Moraes
Prof. Esp. Edvan Luiz da Silva

O Rádio Como Companheiro do Homem do Campo no Sertão do Piauí

Arthur Sousa MARIANO
João Mikael dos Santos LOPES
Jailson Dias de OLIVEIRA
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

O trabalho analisa a importância do rádio para trabalhadores do campo no sertão do Piauí, considerando sua relevância como meio de comunicação em um contexto limitado tecnologicamente. O objetivo é compreender os motivos do rádio permanecer essencial na rotina rural. A pesquisa tem abordagem qualitativa, baseada em entrevistas em profundidade com três trabalhadores rurais. A fundamentação teórica discute a dependência da mídia, conforme Defleur e Ball-Rokeach (1993), e os impactos da radiodifusão, seguindo Hartmann e Mueller (1998). Os resultados revelam que o rádio é uma fonte primordial de informação, entretenimento e companhia, com destaque para a preferência por conteúdos jornalísticos e musicais, principalmente das emissoras: Cultura FM, Difusora FM e Grande FM. Conclui-se que a radiodifusão continua sendo indispensável no cotidiano do homem do campo, seja como elo cultural e social.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Radiofusão; Comunicação; Trabalho rural

Introdução

O rádio ocupa uma posição singular entre os meios de comunicação no contexto rural brasileiro, onde desafios socioeconômicos e limitações de infraestrutura moldam as formas de acesso à informação. No sertão do Piauí, esse meio midiático se destaca como um recurso de comunicação essencial, cuja relevância permanece inalterada, mesmo diante da expansão tecnológica. Tal persistência está diretamente associada à sua capacidade de alcançar populações em áreas remotas, oferecendo um acesso democrático à informação e ao entretenimento. Para comunidades ainda pouco favorecidas pela tecnologia, o rádio não apenas informa, mas também cumpre um papel integrador, conectando indivíduos e reforçando laços culturais já consolidados.

Assim, o papel do rádio pode ir além de sua função informativa. Sua presença constante e sua capacidade de entreter e informar simultaneamente criam uma ligação emocional, derivada da proximidade, reforçando sua importância agora crucial no cotidiano de cada pessoa. Transcendendo a mera transmissão de conteúdos, é estabelecida uma experiência de companheirismo, mesmo em contextos de isolamento e distância física.

Desse modo, o diferencial do rádio está na combinação da simplicidade operacional, baixo custo e abrangência geográfica, características que o tornam acessível a diferentes

estratos sociais, particularmente àqueles que enfrentam restrições econômicas e educacionais. Ademais, sua flexibilidade permite que seja consumido simultaneamente a outras atividades, como o trabalho no campo, consolidando-se como uma companhia constante, indispensável na rotina da labuta diária.

Diante desse panorama, o presente artigo propõe analisar a importância que o rádio desempenha para as pessoas que o utilizam durante o trabalho, investigando as preferências radiofônicas dos trabalhadores do campo e compreendendo as razões pelas quais ele continua sendo um meio de comunicação relevante para esses indivíduos. A pesquisa fundamenta-se em uma abordagem qualitativa, utilizando entrevistas em profundidade, conforme delineado por Duarte (2009), realizadas com três trabalhadores rurais residentes do interior piauiense.

Ao explorar essa temática, o estudo pretende não apenas evidenciar a relevância do rádio como meio de comunicação no campo, mas também contribuir para a reflexão sobre a relação entre mídia e sociedade em contextos marcados por desigualdades estruturais. A compreensão das dinâmicas que sustentam a permanência do rádio entre os trabalhadores rurais oferecerá dados relevantes para o debate acerca da inclusão comunicacional e o papel das mídias tradicionais nestes cenários de infraestrutura limitada.

A influência da dependência midiática na construção da percepção social

Na sociedade contemporânea, a mídia desempenha um papel essencial ao conectar indivíduos à informação, cultura e entretenimento. Nesse contexto, a interação entre os sistemas de comunicação e a população suscita debates sobre a capacidade da mídia não apenas influenciar a percepção do mundo, mas também moldar aspectos fundamentais da vida cotidiana. Em uma época onde a distribuição de informação é um recurso abundante, a relação entre indivíduos e a mídia pode ir além de um consumo passivo, se configurando como um sistema sustentado pelas necessidades presentes nas estruturas sociais e culturais.

Nesse processo, os meios de comunicação social desempenham um papel fundamental, porque são muitas vezes o instrumento que proporciona a informação para a construção de uma percepção da realidade. O que quer dizer que quando são percebidos como merecedores da confiança, os consumidores de notícias tendem a dar por certo o seu conteúdo e a tomá-lo como base nos processos de decisão individual e coletiva (Cerdeira; Ribeiro, 2022, p. 180).

No livro *Teorias da comunicação de massa*, Defleur e Ball-Rokeach (1993) abordam variadas perspectivas teóricas presentes no campo comunicacional, uma delas sendo a teoria de dependência do sistema de mídia. Essa premissa se fundamenta na ideia de que os sistemas midiáticos detêm o controle sobre recursos essenciais, como informação e entretenimento, os quais são indispensáveis para que indivíduos e instituições alcancem seus objetivos no dia a dia. Dessa forma, estabelece-se uma relação de dependência cuja intensidade varia conforme o contexto social, político e cultural.

Sendo assim, a base dessa ideia estaria no relacionamento com as mais diversas formas de mídia (televisão, rádio, jornal, revista, etc.) e os seus pormenores:

Os relacionamentos de dependência da mídia apoiam-se em metas, por um lado, e recursos, do outro. Parte do que significa viver em sociedade é que para os indivíduos, grupos e grandes organizações atingirem suas metas pessoais e coletivas, têm de depender de recursos que outras pessoas, grupos ou sistemas controlam, e vice-versa (Defleur; Ball-Rokeach, 1993, p. 321).

Para analisar esse fenômeno, dois níveis são estabelecidos, o macro, onde é investigado como os sistemas de mídia interagem com estruturas sociais amplas, desempenhando um papel central na manutenção da estabilidade, na promoção de mudanças institucionais e na coesão social. Esse nível destaca o papel da mídia como mediadora essencial na organização e transformação das dinâmicas sociais; já o micro, o foco recai na relação, direta e indireta, da mídia sobre os indivíduos, analisando como as pessoas dependem dela para compreender o ambiente, orientar decisões práticas e obter passatempos (Defleur; Ball-Rokeach, 1993). A articulação entre esses níveis permite entender como é exercido o impacto na esfera coletiva e na experiência individual, revelando a complexidade da influência desse sistema na sociedade.

Para Defleur e Ball-Rokeach (1993), essa dependência também seria causada por diferentes tipos de recursos, como a coleta de informações: que seria a obtenção ou elaboração de conteúdos que atendem às necessidades de conhecimento, representação ou entretenimento (exemplo - um repórter que reúne informações acerca de uma ocorrência específica levando o interesse do público em conta); processamento da informação: envolve a transformação de dados brutos, coletados ou criados, em formatos organizados e utilizados para fins específicos (exemplo - um pesquisador analisa dados coletados em uma entrevistas de campo, os organiza e os integra no relatório que apresenta os resultados do estudo); disseminação: refere-se à capacidade de distribuir informações a uma audiência ampla, atuando como um elo entre a

produção de conteúdo e sua transmissão ao público (exemplo - o âncora do noticiário comentando sobre a informação coletada pelo repórter e verificada pelo redator).

No contexto das discussões desses conceitos, a palavra “informação” é empregada de forma genérica para se referir a variados conteúdos. Ademais, há divisões tradicionais que apontam as "notícias" como fontes legítimas de informação, em contraste com o "entretenimento", que seria desprovido desse papel.

Uma parte dos pesquisadores das teorias do jornalismo destaca o entretenimento como um valor-notícia fundamental para manter os leitores, internautas, ouvintes e telespectadores interessados na “matéria prima” do jornalismo, essa mercadoria valiosa denominada informação. Por outro lado, alguns autores ainda desqualificam a capacidade do entretenimento como difusor da informação jornalística e o caminho para a reflexão do público sobre questões políticas, culturais e econômicas da sociedade (Miranda; Aguiar, 2020, p. 9).

Embora essas distinções insinuam que os indivíduos obtêm os dados que moldam suas interpretações e comportamentos por conta, principalmente, das notícias, essa perspectiva apresenta ao menos duas limitações significativas.

Primeiramente, a ideia desconsidera os modos pelos quais os indivíduos utilizam os meios de entretenimento para refletir sobre si, sobre o mundo ao seu redor ou sobre realidades distantes de sua vivência direta. Além disso, ignora o papel desses meios na orientação de suas ações e interações sociais. Restringir o conceito de informação exclusivamente ao conteúdo jornalístico implica, por exemplo, na suposição de que os aprendizados adquiridos por meio do entretenimento não possuem impacto significativo nas concepções internas presentes nas pessoas, que não são aplicados em suas socializações ou não são utilizados como base para fundamentar suas relações interpessoais. (Defleur; Ball-Rokeach, 1993).

Em seguida, ao desvincular o entretenimento do campo da informação, é subestimada a relevância da diversão na esfera individual e coletiva. Pois, apesar das evidências fornecidas pela psicologia e antropologia, que apontam em sentido contrário, o entretenimento é frequentemente considerado uma dimensão secundária na motivação humana. No entanto, ele desempenha um papel significativo em vários aspectos cruciais, como no desenvolvimento infantil (exemplificado pelo aprendizado da linguagem e na construção da identidade) e em práticas como cerimônias, competições e festividades, que promovem a adesão social. Seria essa a razão pela qual é defendida uma definição mais ampla de “informação”, considerando

que toda mensagem possui o potencial de influenciar o modo como as pessoas pensam, sentem e agem (Defleur; Ball-Rokeach, 1993).

Percebe-se, então, que os meios midiáticos, sejam através de notícias, marcadas por sua factualidade, ou por conteúdos de entretenimento, caracterizados por uma abordagem descontraída, podem exercer, sim, influência significativa dentro do meio social atual.

Contemplar, utilizar ou perceber uma extensão de nós mesmos sob forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la. Ouvir rádio ou ler uma página impressa é aceitar essas extensões de nós mesmos e sofrer o “fechamento” ou o deslocamento da percepção, que automaticamente se segue. É a contínua adoção de nossa própria tecnologia no uso diário que nos coloca no papel de Narciso da consciência e do adormecimento subliminar em relação às imagens de nós mesmos (Mcluhan, 2005, p. 64).

Em suma, a dependência do sistema de mídia destaca sua posição central na formação da percepção e das interações sociais. Mais do que um simples canal de comunicação, o sistema de mídia constitui uma base essencial que conecta indivíduos e contribui para transformar a maneira como compreendem e interagem com o mundo.

Radiodifusão: conexões e inclusão

A chegada do rádio ao Brasil impactou inúmeras esferas — culturais, sociais e comunicacionais. Segundo o autor Adolpho Queiroz, as pesquisas sobre a radiodifusão no país estão centradas em três períodos distintos.

A primeira fase, entre 1922 e 1935, corresponde aos anos iniciais do rádio, quando o meio passava por um período experimental, priorizando a propagação de conteúdos culturais e educativos. Posteriormente, entre 1935 e 1955, ocorreu a consolidação do rádio, conhecido como o auge do meio, também chamado de “anos dourados”. Já a terceira fase, entre 1955 e 1976, foi marcada pelo impacto da ascensão da televisão no país.

Apesar dos avanços tecnológicos, o rádio ainda exerce uma contribuição de suma importância para o corpo social e para seus consumidores, como pontua Meditsch (2001, p. 249): “[...] Pesquisas de recepção revelam que o público em geral reconhece três funções relevantes no rádio: entreter, informar e educar, nesta ordem de importância [...]”.

Além das funções de entretenimento, informação e educação que o rádio possui, como pontuado pelo autor acima, o rádio é um meio comunicacional que desempenha uma função

social. Guillermo Piernes (1990, p. 67) destaca que a radiodifusão, muitas vezes foi vista como algo inferior em relação ao cenário televisivo. Entretanto, o rádio tem se tornado fundamental para a comunicação coletiva, principalmente quando se trata de uma parcela populacional desamparada. O rádio pode ser considerado um instrumento inclusivo e cidadão, distanciando-se do caráter meramente comercial.

Para que os atributos mencionados e as informações propagadas pelo rádio sejam eficazes, é preciso que o público consiga compreender o que está sendo dito. Isso é possível com a utilização de um vocabulário claro e acessível (Prado, Emílio, 1989). O emprego de textos e palavras complexas pode dificultar a decodificação da mensagem, como afirma Prado, Emílio.

Dele dependerá, em última instância, a decodificação, ao lado das dificuldades que cada um tenha para compreender determinado tema. Os códigos utilizados devem ser acessíveis a todos os níveis culturais que compõem a audiência radiofônica. Se o sistema de símbolos utilizado pelo emissor é compreendido pelo sistema de símbolos de cada um dos níveis dos receptores, a eficácia comunicativa será máxima (Prado, Emílio, 1989, p.25).

Tal fator é necessário, como ressalta Prado (1989), porque o público que consome os conteúdos disseminados pela radiodifusão é diverso e se encontra em realidades distintas, inclusive em inúmeros níveis socioculturais, o que afeta diretamente a compreensão das mensagens. A ligação do ouvinte com o rádio é, de certa forma, tênue, tendo em vista a acessibilidade e facilidade de ouvi-lo em segundo plano ao realizar ocupações rotineiras. Por isso, se firma a precisão de uma comunicação compreensível, como observa Prado.

O rádio, devido a sua mobilidade, facilita que a recepção da mensagem seja compatível com outras atividades, em especial com as que têm caráter manual. Assim, temos ouvintes que estão dirigindo, trabalhando em uma fábrica, no campo, ou em casa etc. Estas situações são múltiplas e diversas, mas todas elas exigem uma parte da atenção da pessoa dedicada à sua execução. Desta forma, a decodificação de uma mensagem com uma estrutura expressiva complexa ou obscura será praticamente impossível (Prado, Emílio, 1989, p.32).

Como exposto, o rádio é um instrumento presente durante muitas atividades do dia a dia, se estendendo desde residências até serviços rurais. Meditsch (2001, p. 100) ressalta que o rádio é predominante de forma simultânea com afazeres, pois não demanda uma interrupção das atividades, o que diverge de meios audiovisuais e impressos, que necessitam de uma

atenção especial para imagens e leituras. Com isso, é importante compreender as formas como o público consome o rádio, se há uma recepção do que está sendo transmitido ou se há um distanciamento da mensagem.

A radiodifusão, uma vez presente constantemente nos afazeres rotineiros, possibilita desenvolver uma relação de companheirismo entre o ouvinte e o meio, que vai além dos números de audiência, como refletem Hartmann e Mueller (1998, p. 83): "O rádio permite manter uma relação interior com as pessoas. Possui a capacidade de ser um amigo. É muito importante identificar o ouvinte, não tratá-lo como um número. [...] É necessário que ele sinta a sua importância [...]".

O contato com o rádio se expande para além do sentimento de cumplicidade e parceria, sendo uma ferramenta de contribuição pessoal para o ouvinte. O rádio funciona como uma fonte próxima de informações e orientações, o que ajuda na superação de adversidades. Esse apoio pode ser de forma direta, com o acesso pessoal ao programa, ou pela sugestão de outros recursos extras de auxílio (Mcleish, 2001, p. 20). Para mais do que aconselhamento, Hartmann e Mueller (1998, p. 85) apontam o rádio como uma oportunidade de desafoço:

[...] o rádio pode ser também uma porta de evasão, de alívio para a enxurrada de problemas sociais, familiares e conjugais que o ouvinte enfrenta no seu dia-a-dia. A programação radiofônica não deve ser um veículo alienador, que fuja dos problemas, mas que alivie, renove as energias do radiouvinte para animá-lo a retomar a solução dos mesmos. Assim, o humor é um aliado para ver a realidade com outra ótica, não deixando o ouvinte mergulhar na tristeza, melancolia, desânimo e depressão (Hartmann e Mueller, 1998, p.85).

Além da restauração de ânimos, o autor Cyro César (2005, p. 117) aponta que o rádio tem benefícios funcionais. Ele incentiva o interesse por assuntos e eventos, a ampliação da criatividade, reforça a sensação de pertencimento e é um meio que, através da disseminação de notícias, ajuda na estruturação de uma sociedade democrática, demonstrando ao ouvinte como agir como cidadão por meio de decisões conscientes. A concepção do autor firma a relevância do rádio em diferentes esferas, sejam elas sociais, pessoais ou educacionais.

Metodologia

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a importância do rádio para as pessoas que usam esse meio durante o trabalho agrícola, bem como identificar suas preferências radiofônicas, levando em consideração a notável presença do rádio durante as atividades

diárias. Para atingir o objetivo estabelecido, o trabalho efetuou pesquisas bibliográficas sobre a dependência do sistema de mídia e sua influência na compreensão social, além das características e benefícios do rádio durante o dia a dia.

Além disso, foram utilizadas entrevistas em profundidade, conforme Duarte (2004), com três pessoas que desempenham funções rurais e utilizam o rádio durante a função agrícola, sendo que dois entrevistados moram na zona urbana da cidade de Bocaina, Piauí, e um mora na zona rural do município. A definição do número restrito a três entrevistados foi determinada devido à abordagem metodológica utilizada, de entrevistas em profundidade, já que a mesma tem como princípio a obtenção de discussões ricas, e o trabalho tem como característica pontos qualitativos, não quantitativos. Portanto, foi considerado que tal número de participantes seria suficiente para a exploração da temática.

O grupo de entrevistados que participaram da pesquisa foi selecionado com base em critérios que contemplem os objetivos da pesquisa e garantem a representatividade do homem do campo e sua relação com o rádio. Para isso, foi levado em consideração os seguintes fundamentos: estar frequentemente ativo para funções agrícolas, realizando atividades no campo durante a semana, para assim se configurar como homem do campo; ser residente do sertão piauiense, região onde a pesquisa foi realizada; e ter um aparelho de rádio como companhia, onde, de fato, o rádio esteja incorporado na sua rotina de trabalho e não esporadicamente. Além disso, foi essencial o critério de que o rádio fosse utilizado sintonizado na programação transmitida pelas emissoras, e não apenas para reproduzir conteúdo de dispositivos externos, como pen drives e outros.

As entrevistas aconteceram de forma presencial, entre os dias 18 e 23 de dezembro de 2024, na residência dos entrevistados, onde foram marcadas de forma prévia.

Foi determinada a utilização de entrevistas em profundidade para explorar a problemática do por que o rádio continua como um companheiro importante para quem trabalha no campo. Já que segundo Duarte (2004, p.215), entrevistas são fundamentais quando se precisa/deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados.

Para a pesquisa, foram executadas entrevistas semiestruturadas, baseadas em um roteiro previamente estruturado, com perguntas abertas para os entrevistados, com a finalidade de conhecer sua rotina e preferências relacionadas ao rádio.

Perfil dos entrevistados

O primeiro entrevistado, Apolunário Florencio Lopes, tem 66 anos, reside na zona urbana da cidade de Bocaina e realiza suas atividades do campo a cerca de 3 quilômetros do município, conhecido como Barra. O segundo entrevistado, Luciano de Sousa Vieira, tem 33 anos e mora na localidade Lagoa Grande, por volta de 7 quilômetros do município bocainense, onde exerce suas funções rurais na localidade em questão. O terceiro entrevistado, Helvécio de Sousa Moura, de 75 anos, reside na cidade de Bocaina, mas trabalha na cidade de Sussuapara, a uma distância de aproximadamente 13 quilômetros da sua moradia. Os entrevistados trabalham na roça desde crianças e já possuem um dispositivo de radiodifusão no seu local de trabalho.

A sintonia do homem do campo com o rádio

A relação dos entrevistados com o rádio começou desde muito cedo. Os lavradores apontam que foi um hábito que começou dentro da família e, em seguida, foi sendo implantado durante os trabalhos no campo.

Apolunário Florencio Lopes destacou: “Esse trabalho de ouvir rádio é antigo, há aproximadamente 50 anos sou muito fã de ouvir rádio” (Apolunário Florencio Lopes, 2024). Luciano de Sousa Vieira complementa que: “A gente não tinha na roça não, porque naquele tempo não era toda roça que tinha energia, mas quando chegava em casa, sempre tinha um radinho ali na hora do meio-dia, com o Correspondente do Interior para ver as notícias principais [...] Foi um costume de casa que levei pra roça depois” (Luciano de Sousa Vieira, 2024). Para Helvécio de Sousa Moura, o hábito começou mais cedo: “Eu acho que eu tinha uns 12 anos, daí pra cá, eu sempre gostei de rádio” (Helvécio de Sousa Moura, 2024). Os relatos apontam como o companheirismo com o rádio é algo que veem há um longo tempo.

Os entrevistados estão diariamente na zona rural para desempenhar suas funções agrícolas, relacionadas ao plantio de grãos e raízes. Dos três participantes da entrevista, dois indicam que o rádio está constantemente ao seu lado durante o seu trabalho. “Então, a partir da hora que eu chego na roça, já tô com ele ligado. A partir das 7h da manhã até 11h ou 11h30, que é quando eu paro para vir para casa. Quando é 13h da tarde, já estou com ele ligado de novo” (Luciano de Sousa Vieira, 2024). “Quando tem serviço, eu vou pra roça e levo o rádio.

Mas eu tenho um rádio que já fica na roça durante o inverno. Eu tenho um que uso direto, primeira coisa que faço” (Helvécio de Sousa Moura, 2024). Com isso, pode-se considerar a ligação dos homens do campo com a radiodifusão, já que para eles, é um elemento essencial para o desenvolvimento do ofício.

Contudo, Apolúnario Florencio aponta uma preferência na forma de utilizar o rádio durante o serviço, o que reforça a multiplicidade das funções e possibilidades do meio: “Eu gosto de ligar rádio em horas de jornal, nas horas próprias de jornal mesmo, eu sou muito ligado em jornal, então, ligo cerca de meio-dia” (Apolunário Florencio Lopes, 2024).

Historicamente, o rádio é conhecido pela transmissão de músicas e informações diversas de utilidade pública (Oliveira, 2003). Portanto, levando em consideração a larga escala de programação transmitida pelo rádio, um ouvinte pode apresentar favoritismo em relação a emissoras de rádio ou a um tipo de programação, dentre eles: musical, jornalístico, religioso, esportivo e outros.

Apolinário Florencio (2024) aponta que “Antes, eu era mais fã da rádio Difusora, hoje é da Cultura FM, porque ela é uma rádio mais popular, uma rádio de som mais limpo e a gente escuta bem melhor do que as outras”. Já Helvécio Sousa (2024), um dos entrevistados deste estudo, menciona que tem preferência pela Difusora, devido às músicas e notícias propagadas. Para Luciano Vieira (2024), programas com músicas nostálgicas lhe chamam mais atenção, em especial, o programa “Grande Saudade”, da sua emissora predileta, a Grande FM.

Com isso, por mais que os entrevistados desta pesquisa prefiram três emissoras picoenses distintas, sendo elas a Cultura FM, Grande FM e Difusora FM, por uma questão de opinião e gosto individual, ainda assim é salientada uma concentração no consumo de conteúdos musicais e noticiosos. Os trabalhadores rurais, além de se entreterem durante o trabalho, se mantêm informados sobre acontecimentos locais e nacionais, uma vez que recorrem a rádios próximas à sua realidade.

Segundo o autor Cyro César (2005, p. 117), o rádio proporciona relaxamento e lazer e reduz sentimentos de solidão, criando uma sensação de companhia. Os três entrevistados, na maioria das vezes, desempenham suas funções rurais sozinhos e afirmam que o rádio se torna o seu companheiro no momento de solidão e proporciona uma impressão de distração.

É um ‘intertimento’, né? Eu acho que o ‘caba’ tá assistindo, as vezes passa uma música, você começa a cantar, parece que o tempo passa mais rápido, dá a impressão, você vê ‘rapaz, já é essa hora’. [...] Sem o rádio, sei lá, fica chato. Meu rádio eu deixo sempre lá na roça. Às vezes eu sou transferido para

trabalhar em outro lugar. Mas, quando está sem o rádio, é chato, o dia fica chato demais. [...] Com o rádio, quando dá fê tem passado o dia. Mas, sem o rádio, é ruim demais. Tipo, é uma pessoa que tá conversando ali comigo, é meu companheiro (Luciano de Sousa Vieira, 2024).

Quem vive no campo, é muito só, então, ouvindo no rádio, ele tá se orientando em alguma notícia. O rádio ajuda a passar o tempo. Ah, com o rádio a gente se ‘interte’ muito. Às vezes, você tá assim, pensando em parar o serviço, mas fica aí, envolvido, ouvindo ele, e vai adiantando mais um pouco o trabalho, viu? A hora passa mais... mais tranquila (Apolunário Florencio Lopes, 2024).

Helvécio Sousa (2024) compartilha do mesmo sentimento: “Me ajuda a se distrair. Às vezes tô com Yuri (neto), tem vezes de tá eu e o rádio... serve como uma companhia.”

Os entrevistados mencionam que a distração é no sentido de tornar sua rotina mais leve. A presença do rádio serve como um suporte; entretanto, o meio não tira o foco do seu trabalho nem diminui o seu desempenho por devaneio devido ao que está sendo disseminado.

Luciano Vieira relata que consegue fazer as duas coisas simultaneamente: “Eu presto atenção na notícia, na música que eu tô ouvindo. Eu tô trabalhando aqui, mas o ouvido tá lá” (Luciano de Sousa Vieira, 2024). Para Apolunário Florencio, o rádio está para ajudar e não lhe atrapalhar: “Não, não tira o meu foco. Eu ouvindo o rádio, ele só está me ajudando nas horas de trabalho, e a gente fica mais comportado ali no rádio” (Apolunário Florencio Lopes, 2024).

O rádio, que tem como característica a rapidez e a atualidade de difusão da informação (Prado, Emílio, 1989, p. 27), juntamente com a acessibilidade e a portabilidade, pode ser de grande serventia para quem trabalha em lugares afastados ou com baixa estrutura tecnológica, como o homem do campo. Isto posto, o entrevistado Apolunário Florencio compartilha como o meio oferece assistência na sua ocupação.

Toda notícia é um conforto. Toda notícia você fica mais confortável, porque você fica sabendo o que tá acontecendo e o que pode acontecer. Passa muita previsão de tempo, eu gosto de previsões. Me ajuda muito. A gente se baseia muito em notícias para programar serviço, em negócio de plantio (Apolunário Florencio Lopes, 2024).

Através do rádio, Luciano Vieira também tem conhecimento de fatores importantes para a sua função: “Ele [rádio] atualiza muito as coisas, também fico por dentro dessas atualização do tempo, de seguro safra. As coisas sempre passam ‘ah, tem que fazer renascimento, recadastramento...’ (Luciano de Sousa Vieira, 2024).

Para que a propagação de tais informações seja útil para os entrevistados, é preciso que a mensagem seja decodificada. Para Apolunário Florencio, ele não tem problema para entender o que está sendo repassado: “O radialista informa bem informado, a gente ouve bem, bem explicado a conversa deles, eles falam em uma meta certa para nós do campo” (Apolunário Florencio Lopes, 2024). Luciano Vieira (2024) informa que os profissionais de rádio que ele consome têm técnicas eficazes e compreensíveis no momento de conduzir a programação. Tal ponto demonstra a necessidade e a importância dos comunicadores utilizarem uma linguagem clara para os ouvintes.

Considerações

Em suma, perante as pesquisas realizadas e expostas, foi evidenciado que o rádio pode ser considerado um fiel companheiro para quem desempenha funções rurais no sertão piauiense, tendo em vista que o meio está presente diariamente e constantemente durante as atividades dos trabalhadores entrevistados, em momentos em que os mesmos se encontram sozinhos e isolados.

O meio de radiodifusão se torna fundamental para essas pessoas, levando em consideração que a ferramenta auxilia a diminuir a pressão do trabalho, através de conteúdos de entretenimento musical, e os mantém informados sobre fatos locais, nacionais e relacionados ao seu ofício rural. Os participantes entrevistados para esta pesquisa têm as emissoras Cultura, Grande FM e Difusora como favoritas, consumindo em maior escala os conteúdos musicais e jornalísticos por elas propagados, o que ressalta a importância da radiodifusão picoense para a microrregião.

É pertinente ressaltar que o rádio continua sendo um meio de comunicação considerável para essas pessoas, pela conexão com o meio gerada, devido a ser um hábito que já estava implantado dentro do vínculo residencial e familiar e foi estendido para o trabalho rural, por ser uma ferramenta acessível, de fácil instalação e utilização para os mesmos, com uma linguagem inclusiva e clara.

O rádio, em conclusão, promove companheirismo, cidadania e inclusão, apresenta benefícios funcionais, sociais e informativos, de forma que não prejudique a produção e o desempenho do homem do campo, mas de forma que torne a sua rotina de trabalho leve e congregada.

REFERÊNCIAS

- CERDEIRA, J. P.; RIBEIRO, V. C. Confiança e consumo de conteúdos de comunicação. A dependência dos meios digitais e de comunicação social. **Comunicação Mídia e Consumo**, [s.l.], v. 19, n. 54, p. 176-198, 2022. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2605>. Acesso em: 20 dez. 2024.
- CESAR, Cyro. **Rádio: inspiração, transpiração e emoção**. São Paulo, Ibrasa, 1996.
- DEFLEUR, M. L., BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- DUARTE, Rosália. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. In: Educar, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Editora UFPR.
- HARTMANN, Jorge e MUELLER, Nélon. **A comunicação pelo Microfone**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: um Guia Abrangente de Produção Radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.
- MCLUHAN, H. M. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem**. 20. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.
- MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação**. Teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: UFSC, 2001.
- MIRANDA, P. ; AGUIAR, L. O Infotainment e o Jornalismo Sensorial: o entretenimento na cobertura jornalística sobre animais. **INTERCOM**, v. 43, p. 1-15, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2366-1.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2024.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi. Sinais da modernidade na Era Vargas: vida literária, cinema e rádio. In.: FERREIRA, Jorge, DELGADO, Lucília de Almeida Neves (org.). **O Brasil Republicano – O tempo do nacional-estatismo – do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo**. V.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003
- PIERNES. Guillermo. **Comunicação e Desintegração na América Latina**. Brasília: UNB, 1990.
- PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1989. 101 p.
- QUEIROZ, Adolpho. **GT história da publicidade e da propaganda**. Florianópolis: Umesp, 2004. 14 p.

Análise da Cobertura Midiática da Cidade de Bocaina (PI) pelo Portal de Notícias Cidades na Net

João Mikael dos Santos LOPES
Ruthy Manuella de Costa BRITO
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

RESUMO

O presente estudo discute sobre a relação entre jornalismo e vínculos financeiros, com o objetivo de analisar criticamente como é realizada a cobertura do município de Bocaina (PI) pelo portal Cidades da Net. Para isso, foi estabelecido os presente os objetivos específicos: identificar os principais temas presentes, investigar os vieses e avaliar os impactos na percepção pública. A fundamentação teórica tem como destaque os autores Peruzzo (2005) e Abreu (2003). Foi utilizada uma abordagem metodológica qualitativa, empregando a análise de conteúdo de notícias publicadas no portal entre 8 de março de 2024 até 4 de abril do mesmo ano. A análise considerou critérios como temas recorrentes, tom das reportagens, presença de ideologias e diversificação de fontes. Os resultados indicam uma padronização nas notícias, tanto na estrutura, como nas temáticas abordadas, de maneira que promovam a prefeitura, com predominância de fontes institucionais, com a ausência da população ou testemunhas.

Palavras-Chave: Poder público; mídia regional; jornalismo cidadão; população bocainense. patrocínio comunicacional.

Introdução

O jornalismo, além do objetivo social, assim como outros campos, necessita de rendas econômicas para conseguir o progresso da profissão. Como alternativa de lucro, alguns portais noticiosos estabelecem contratos com prefeituras dos municípios próximos à sua atuação, para disseminar informações no veículo comunicacional sobre feitos promovidos pela gestão da cidade em questão. Entretanto, é fundamental ter cautela para que tais influências financeiras não afetem a qualidade noticiosa, para que a população consiga ter acesso a uma informação ética e transparente, pois, como pontua Alzira Alves (2003, p. 26), é notável que a informação é crucial para que os cidadãos consigam usufruir de seus direitos, onde a imprensa, além de fornecer informações, pode ser considerada um instrumento fiscalizador dos poderes municipais e governamentais. Portanto, a pesquisa indaga o seguinte ponto: como o portal Cidades na Net cobre noticiosamente os acontecimentos da cidade de Bocaina, considerando a parceria financeira com a prefeitura local?

Diante disso, o presente artigo buscou analisar criticamente a cobertura midiática de Bocaina pelo portal Cidades na Net e, conseqüentemente, dissertar sobre os seguintes objetivos específicos: identificar os principais temas e eventos noticiados sobre Bocaina no portal,

investigar a presença e o tipo de vieses na cobertura, considerando possíveis influências das parcerias financeiras, e avaliar o impacto da cobertura na percepção pública da cidade e de suas instituições.

Como fundamentação teórica, serão utilizados como base estudiosos da comunicação que discorrem sobre notícias e a representação da sociedade, aprofundando-se nos estudos de Peruzzo (2005), sobre como a mídia é um elemento simbólico para um grupo local, e de Abreu (2003), por analisar os processos de produção de uma notícia, além de pesquisas científicas que dissertam sobre a relação entre jornalismo e fonte de renda.

Dada a natureza exploratória do objetivo estabelecido, a pesquisa adotará uma abordagem metodológica qualitativa, sendo realizada a análise de conteúdo, com a seleção de notícias e reportagens relacionadas a Bocaina, publicadas no portal Cidades na Net, com delimitação entre os dias 8 de março e 4 de abril de 2024, adotando critérios específicos para a seleção, como temas relevantes e o tom das reportagens.

Posteriormente, foi apresentado de forma breve, informações sobre a cidade de Bocaina e do site Cidades da Net, e explorado a metodologia adotada na pesquisa. Por fim, a análise crítica das matérias jornalísticas presentes no Cidades da Net, dentro da editoria voltada para o município de Bocaina.

Dessa forma, o trabalho foi estruturado inicialmente dissertando sobre a ética dentro do jornalismo, explorando a transparência e a responsabilidade no exercício da profissão. Em seguida, foi debatido o conceito de enquadramento midiático e como a comunicação regional se constitui perante a sociedade. Também foram apresentadas reflexões sobre a relação entre jornalismo e poder público, considerando a comunicação como um instrumento fiscalizador. Posteriormente, foram expostas, de forma breve, informações sobre a cidade de Bocaina e o site Cidades na Net, além de explorada a metodologia adotada na pesquisa. Por fim, realizou-se a análise crítica das matérias jornalísticas presentes no Cidades na Net, dentro da editoria voltada para o município de Bocaina.

Ética e jornalismo: questões de transparência, independência e responsabilidade na cobertura jornalística

Para que a prática jornalística seja executada de forma responsável, é preciso a presença e a priorização de questões éticas e transparentes. Sem a existência de tais pontos, o impacto direto na qualidade final do conteúdo é notável. Segundo Jorge Kanehide Ijuim (2009), o termo

“responsabilidade social” é usado com frequência no campo institucional ou mercadológico dos veículos de comunicação. Todavia, a utilização da expressão, em grande parte, não é aplicada na prática, sendo usada como uma tentativa de demonstrar credibilidade.

Dentre os princípios básicos do jornalismo, a informação é um dos destaques. O jornalismo tem como objetivo principal informar a sociedade sobre fatos, opiniões e circunstâncias, sendo que, sem o trabalho da imprensa, haveria barreiras na distribuição de conhecimentos (Gomes, 2004, p.183). A informação apurada, coletada e divulgada pelo jornalista é de sua total responsabilidade e, caso o produto não tenha sido alterado por terceiros, cabe a ele responder por sua ação, como é explícito no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, presente no capítulo III, artigo 8º

Majoritariamente, o profissional não tem autonomia completa durante uma cobertura jornalística, mas a consciência ética não é algo que possa ser determinado por terceiros, assim como ressaltam os Princípios Internacionais da Ética Profissional dos Jornalistas, no Princípio III:

Informação em jornalismo é compreendida como bem social e não como uma comodidade, o que significa que os jornalistas não estão isentos de responsabilidade em relação à informação transmitida e isso vale não só para aqueles que estão controlando a mídia, mas em última instância para o grande público, incluindo vários interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista requer que ele ou ela agirão debaixo de todas as circunstâncias em conformidade com uma consciência ética pessoal (IOJ, 1983, p. 3).

Além dos fatores dissertados acima, a transparência implica diretamente na credibilidade dos meios de comunicação, onde a forma como é estruturado e disseminado o discurso jornalístico resulta na percepção pública sobre a veracidade. Segundo Lisboa e Benetti (2015), o sujeito deve crer que o jornalismo diz a verdade.

De acordo com Karlsson (2010), a transparência pode ser reforçada com a adoção de informar ao público como a notícia é produzida, humanizando a rotina jornalística durante a produção no cenário web “[...] incluiria links para as fontes e documentos originais e abertura sobre como a informação foi obtida, correções de erros e, finalmente, esforços para explicar ao público como as demandas de uma produção noticiosa 24/7 afeta o conteúdo”. De certa forma, a participação colaborativa com o público também torna o material mais abundante, mas exige maior tempo e dedicação, o que, com rotinas factuais, não é visto com frequência neste dispositivo.

Outro ponto explorado por Karlsson (2010) é sobre a transparência participativa dos leitores, onde eles têm a possibilidade de checar as informações, expor sua visão crítica e estar inclusos no processo. A ausência de métodos de transparência é uma forma de mascarar técnicas inadequadas e distorções presentes devido à influência de terceiros (Ward, 2011). Tais pontos são recorrentes devido à demanda capital das empresas comunicacionais, que, ao não conseguirem se estabelecer financeiramente no mercado de forma independente, recorrem à cooperação com patrocinadores.

Portanto, o fazer jornalístico, em certas circunstâncias, possui barreiras e conflitos quando se presta serviço para uma instituição. A relação entre comunicação e demandas mercadológicas influencia na procedência do trabalho, como explica Pereira (2004).

O jornalista é, ao mesmo tempo, funcionário de uma empresa capitalista, responsável pela produção de uma mercadoria (a notícia) submetida às leis de mercado; e uma espécie de contra-poder, cuja autoridade, delegada pela sociedade, lhe permite fiscalizar as instituições em nome do interesse público (Pereira, 2004, p. 2).

Por mais que existam as amarras mercadológicas que o autor acima discute, é possível haver um alinhamento para que sejam cumpridas tanto as demandas da empresa quanto as convicções profissionais.

Enquadramento midiático e o papel da mídia regional na formação de identidade local

O pertencimento a um determinado local pode influenciar na formação de caráter, na definição de determinados conceitos e, principalmente, na identidade. A identidade é definida como um “conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social e identificar-se com ele” (Cuche, 1996). Entre os fatores que possuem ligações com o processo de identificação, a globalização e o avanço midiático se sobressaem.

A globalização forma uma variedade cultural múltipla, acarretando uma demanda de pertencimento, assim como disserta Adélia Borges (2003, p. 63): “quanto mais a tal da globalização avança, trazendo consigo a desterritorialização, mais [...] a gente sente necessidade de pertencer a algum lugar, àquele canto do mundo específico que nos define.”

Por mais que a polarização de interesses tenha ascendido, os cidadãos buscam informações que se referem a questões rotineiras do seu dia a dia, da sua localidade, junto com

acontecimentos de conhecidos (Slaviero, 2009), o que fomenta o crescimento de redes comunicacionais locais, enquadrando ocorridos em pequenos municípios, para desenvolver uma conexão que o público consiga enxergar sua realidade inclusa nos meios de comunicação.

A ideia de que determinado espaço territorial define a formação de opinião dos indivíduos e contribui para a inclusão em tal área é formada por uma série de fatores, sendo um deles a mídia. Dentro do campo midiático, há a existência entre o internacional, nacional e o regional, onde o que é produzido regionalmente exerce um papel importante de como uma localidade se mantém informada e de como as pessoas da cidade são representadas pelos meios de comunicação. A comunicação local e canais de massa existem simultaneamente no quesito histórico, assim como afirma Peruzzo (2005, p. 69)

A mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa. Historicamente o jornal, o rádio e a televisão, ao nascer, atingem apenas um raio de abrangência local ou regional. Alguns destes meios de comunicação desenvolvem potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais (Peruzzo, 2005, p. 69).

Não existe uma hierarquia de importância no campo comunicacional baseada no alcance; cada um contribui de acordo com a finalidade designada e imposta pela realidade presente. A visão de superioridade, de acordo com números, foi descartada por Peruzzo (2005, p. 75).

Houve, assim, a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detém o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local. A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no ou por mais que o nacional tenha um alcance maior, o que é produzido localmente exerce seu papel socialmente (Peruzzo, 2005, p. 75).

Segundo Peruzzo (2005), a forma como a mídia local se sobressai é quando se depara com a necessidade de noticiar sobre um município adjacente. Isso ocorre porque o que é produzido localmente, em sua maior parte, possui um olhar mais profundo e sistemático para relatar sobre sua própria realidade ou algo que tenha uma determinada proximidade. Entretanto, é plausível destacar que o enquadramento, de acordo com as influências políticas e econômicas, pode distorcer o fato noticiado para o favorecimento de quem se propõe a contribuir financeiramente. Ademais, isso não exclui o fato de que problemáticas e temáticas locais estão

sendo disseminadas, assim como pontua Peruzzo (2005), mesmo com essa interferência do capital.

Outrossim, a autora reflete sobre a naturalidade midiática formada pelo regional, por mais que barreiras do mercado se formem:

Mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais. Está num contexto vantajoso para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural (Peruzzo, 2005 p. 78).

O conceito da comunicação local, apontado por Peruzzo, proporciona que o público obtenha maior proximidade do fato. Mas, quando essa alternativa de mediação não está presente, o telespectador se mantém informado de acordo com o relato de um terceiro, que é disseminado a partir de um enquadramento exterior. De acordo com Juliana Teixeira et al. (2022), o enquadramento refere-se a organizar e participar da percepção da realidade.

Dentro do âmbito jornalístico, Porto (2004, p. 15) explica que os enquadramentos noticiosos “são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos”. Durante esse processo, é pontuável a exclusão ou o destaque de uma perspectiva de acordo com o propósito. Os resultados de determinados enquadramentos se interligam com a interpretação e formação de quem consome a notícia, que pode avaliar uma temática ou evento político e atribuir aos órgãos/responsáveis a responsabilidade de interferir, tratar e solucionar o que está exposto.

Esse processo de enquadramento fomenta como o público recebe a informação, forma sua opinião e constrói sentidos em relação ao fato. Entretanto, não é o único fator responsável. Nesse processo, é necessário levar em consideração questões culturais, experiências subjetivas e o grau de exposição aos meios (Antonelli e Ferracioli, 2017, p. 83).

Porto (2004, p. 13) reflete que “poucos trabalhos incluem pesquisas empíricas sobre os efeitos dos enquadramentos da mídia na formação das preferências políticas do público”. A partir dessa consideração, mesmo sendo pouco explorado, é notável que o enquadramento tem efeitos nas preferências ou concepção de um sujeito. Quando um veículo, na estruturação de seu trabalho, aponta ou máscara ações políticas que provêm monetariamente, como em sites, programas televisivos ou de radiodifusão, há impactos no público consumidor.

Jornalismo e poder público: relações entre veículos de comunicação, poder público e sociedade

O jornalismo, dentro de sua construção e dos conceitos que contribuem para o exercício profissional, constituído de responsabilidade, encontra linhas contraditórias quando se analisa profundamente. Para uma concepção igualitária e democrática para a sociedade, Luiz Martins Silva (2010) pontua incompatibilidades em relação a uma linha tênue na comunicação, pois, de um lado, responde aos domínios dos anunciantes e, de outro, trata-se de uma prática que deve corresponder a valores cívicos, principalmente a liberdade de expressão. Portanto, a tese de controle por parte de governos, patrocinadores ou do Estado não pode interferir e modificar a ligação social, mas também não deve desagradar a quem o domina.

Nessa lógica, assim como pontua Alzira Alves Abreu (2003), para um cidadão conseguir exercer seus direitos, é preciso que ele esteja informado sobre o que lhe é assegurado. Portanto, cabe à imprensa disseminar tais informações e direcionar a busca pelos responsáveis pela resolução.

O poder público, massivamente, é o encarregado de determinadas demandas que afetam a cidadania, saúde e educação. Dentro dessas utilidades sociais, o jornalismo cidadão pode mediar e intervir nas preocupações e interesses dos indivíduos (Watine, 1996). Consequentemente, se o jornalismo não noticiar e cobrar sobre o que diz respeito ao interesse público, há um dano em todo o corpo social. É necessário que a informação seja distribuída e consiga, nesse processo comunicacional, superar censuras e restrições por parte do Estado, assim como afirma Alzira Abreu (2003):

A imprensa tem por função dar visibilidade à "coisa pública", e a visibilidade é uma condição da democracia. Não por acaso, as primeiras medidas dos regimes autoritários geralmente visam a restringir a liberdade de informação, e a censura é imediatamente imposta às estações de rádio e televisão e à imprensa escrita. Por outro lado, a informação é decisiva para os movimentos de libertação contra a opressão. E é a imprensa que permite ao cidadão alargar o seu conhecimento sobre as questões públicas, evidentemente, não sobre o todo, e sim sobre parte do que se passa na sociedade (Abreu, 2003, p. 26).

Sem a intervenção de terceiros perante o jornalismo, cabe ao profissional dar visibilidade a ações do poder público, reforçando pautas de interesse social de diferentes formas, tanto na fiscalização quanto na exposição dos pontos que interfiram no coletivo, reflete Alzira Alves (2003):

Uma outra forma de exercer o jornalismo de utilidade pública é a imprensa se apresentar como fiscalizadora do poder público. Nesse caso, ela está mais voltada para a denúncia de corrupção, para desvendar negócios ou ações ilícitas envolvendo personalidades da vida pública, seja da política, do meio artístico, empresarial e/ou esportivo. As revelações dizem respeito a questões que na maioria das vezes envolvem a justiça e a polícia (Abreu, 2003, p. 33).

A contribuição fiscalizadora que o jornalismo apresenta, citada acima, é um recurso valioso que vai além do ato de denunciar negligências. Assim como Starr (2009) pontua, esse acompanhamento de ações públicas se figura como um bem comunitário, onde a comunicação é uma forma de esclarecer para o corpo social as dominações abusivas por parte do estado.

Mais do que qualquer outro meio de comunicação, os jornais têm sido os nossos olhos sobre o Estado, os nossos sistemas de controlo de abusos privados e os nossos processos de alerta cívico. É verdade que nem sempre cumpriram estas funções tão bem como deveriam. Mas o que está agora em causa é se poderão sequer continuar a desempenhá-las (Starr, 2009, p. 70).

A preocupação exposta por Starr (2009) sobre os meios comunicacionais conseguirem manter esse tipo de trabalho de inspeção é pertinente, levando em consideração as massivas mudanças que a imprensa vem sofrendo. O autor considera que a internet pode ter afetado pilares financeiros essenciais para a construção noticiosa. Todavia, a evolução tecnológica não exclui o compromisso social do jornalista. Para Starr (2009), sem a existência de um aparato financeiro, há um impacto direto na produção de notícias com bens públicos:

A cobertura jornalística não é a única coisa que os jornais nos proporcionam. Emprestaram ao público um poderoso meio de influência sobre o Estado e esta influência está em risco. [...] Os jornais contribuíram para controlar tendências de corrupção, tanto no governo como nas empresas. Se quisermos evitar uma nova era de corrupção, teremos de arranjar outras formas de reunir esse poder. As nossas novas tecnologias não nos desobrigam das nossas velhas responsabilidades (Starr, 2009, p. 79).

Entretanto, as influências e o fortalecimento de pontos que afetam o jornalismo cidadão, como a evolução tecnológica, a indústria cultural ou a desvalorização do trabalho da imprensa, não são sinônimo da normalização de uma comunicação sem princípios. O estudioso Luiz Martins (2010) disserta que o mínimo que se espera do jornalismo e de seus profissionais é o cumprimento e priorização dos deveres essenciais, como a verdade e a objetividade, juntamente com o empenho nas etapas éticas.

Cidades da Net: uma análise da construção midiática da cidade de Bocaina (PI) dentro do portal

A cidade de Bocaina, localizada no Sudeste Piauiense, a aproximadamente 338 quilômetros da capital do estado, Teresina, possui uma população residente de 4.078 cidadãos, de acordo com o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022, o que pode ser considerado um município de pequeno porte. Entretanto, como a informação deve chegar a diferentes públicos, sem distinção de quem ou quantidade, é fundamental o noticiamento de assuntos relacionados à cidade, principalmente no cenário digital. Um dos principais veículos midiáticos que pautam sobre acontecimentos ligados ao município é o site “Cidades da Net”. O portal possui grande abrangência, se denominando em sua descrição como “o maior portal da região”, referindo-se ao seu foco de atuação, que é entre Picos, Piauí e Maranhão, realizando seu trabalho jornalístico há 16 anos.

Metodologia

Portanto, o presente trabalho centrou-se em analisar e discutir como a cidade de Bocaina é apresentada a partir do portal, levando em consideração a parceria financeira com a prefeitura do município, para, assim, debater se a intervenção monetária pode impactar na construção noticiosa. Para tal ponto, foi realizada uma análise de conteúdo, selecionando as notícias e reportagens relacionadas a Bocaina que foram publicadas no portal Cidades da Net, levando em consideração a editoria municipal presente no site.

Dentro da delimitação de pesquisa, foi estabelecido o período entre os dias 08 de março de 2024 até 04 de abril do mesmo ano, devido a ter sido notado que, durante o intervalo de tempo, houve uma aparição de cobertura em maior escala dos acontecimentos, chegando a ter duas matérias por semana, totalizando nove coberturas relacionadas a Bocaina nesse meio tempo.

Com o estabelecimento do lapso temporal, partiu-se do critério de se aprofundar em pontos importantes que contribuíram para a estruturação de uma notícia e para a formação de opinião pública. Os pilares essenciais analisados foram: os temas recorrentes no site, partindo da premissa de se verificar se há uma predominância hegemônica de somente um assunto, com a ausência de temas críticos e sistêmicos à realidade; explorou-se o tom das reportagens, averiguando não somente o que está explícito e exposto, mas também qual o viés das entrelinhas dos discursos presentes, com a apuração da presença de opiniões divergentes e

fontes plurais. Pois, uma vez que se tem o posicionamento de somente uma perspectiva institucional, sem a inclusão de cidadãos, há fatos que podem ser invisibilizados.

A partir desses preceitos, os critérios para analisar o tom e viés das matérias se centram na observação da presença de fontes, se é recorrido somente a fontes institucionais ligadas a prefeitura ou se há uma diversidade de indivíduos, como é construída a narrativa e linguagem da notícia, observando o uso de adjetivos com frequência, tom neutro ou tendencioso e padrões estabelecidos para se aproximar ou distanciar-se da prefeitura de Bocaina.

Exploração das matérias do portal Cidades da Net centrado no município de Bocaina (PI)

Categorização das notícias

Após o levantamento das matérias analisadas, foi constatado que, dentre as editorias relacionadas ao município de Bocaina, há um número igual entre educação, meio ambiente, saúde, economia e política.

Gráfico 1 - Editoria das notícias



Fonte: elaboração própria (2024).

Um ponto chamativo nas categorias apontadas é a padronização adotada pelo portal na construção do lead da notícia, onde o veículo sempre busca trazer o “quem” em primeiro plano. Esse “quem” se trata da gestão municipal de Bocaina. As matérias constantemente destacam a prefeitura para o leitor inicialmente. Para exemplificar tal feito, pode-se citar a matéria do dia 23 de março de 2024, que supostamente tinha como foco principal noticiar sobre a promoção socioeducativa do Dia Mundial da Água na escola municipal da cidade, intitulada “Educação e Meio Ambiente conscientizando alunos sobre a importância da água”. Já na sua primeira

linha, tem-se a presença da gestão, com a seguinte colocação: “Uma ação promovida pela Prefeitura de Bocaina na gestão do prefeito Erivelto de Sá Barros, em conjunto com a Secretaria de Educação e de Meio Ambiente, trabalhou atividades educativas sobre o Dia Mundial da Água”.

Aprofundando-se no ponto superior e elencando a defesa de Burnett (1976), uma notícia vale muitas vezes pelo título, exigindo a necessidade de se estruturar um bom lead para atrair o leitor. Portanto, a maneira como o site adota o seu lead e título pode ser intencional para propagar o desempenho da prefeitura sempre em primeiro lugar. Pois, como pontua Guimarães (1995, p. 51), o título constrói significados antecipados do sentido da matéria. Mas não somente o título, a primeira linha da matéria também. Ou seja, com essa ideia da autora, pode-se afirmar que o leitor atribui sentidos sobre o papel da gestão antes de conferir todo o conteúdo.

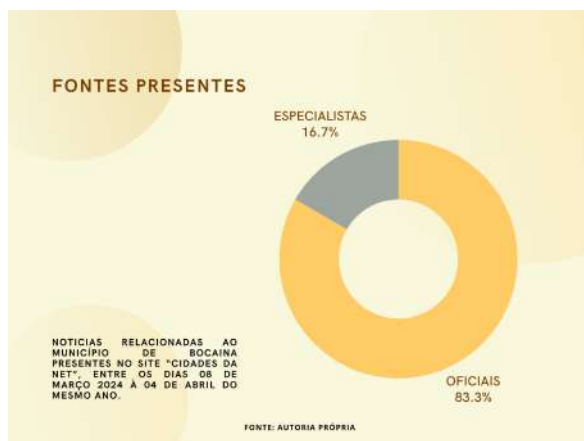
Além dessa notícia em específico, a padronização de lead centrada na prefeitura é usada nos dias 08 de março, 09 de março, 16 de março, 22 de março e 04 de abril de 2024. Isso pode firmar uma proposta entre tentar consolidar uma identidade própria, que seja identificada facilmente, ou uma limitação textual, com pouco aprofundamento na redação, que se limita a somente uma forma para promover patrocinadores.

As únicas matérias que não possuem essa estrutura são referentes a uma prisão realizada no município no dia 19 de março e a um ato religioso no dia 23 de março. Entretanto, são justamente essas matérias que não possuem entrevistados, comparadas aos outros seis acervos, o que fomenta a percepção de que o aprofundamento de temáticas e declarações só está disponível quando há uma ligação direta com a gestão municipal e pessoas envolvidas ao principal provedor do patrocínio, o prefeito.

Fontes

Partindo para as fontes presentes nas matérias do período estabelecido, tem-se a presença de seis fontes ao total. Quando não são realizadas entrevistas, é feita uma busca em dados da internet. Constatou-se que as fontes oficiais estão hegemonicamente presentes, o que pode ser intencional, pois, como disserta Molotch e Lester (1974), as fontes funcionam como promotores de notícias, com o intuito de destacar certas ocorrências.

Gráficos 2 - Fontes presentes nas matérias



Fonte: elaboração própria (2024)

Quando o portal decide disseminar somente um tipo de fonte, uma problemática é perpetuada: a de silenciamento de perspectivas distintas. Rotineiramente, segundo Lage (2001), as fontes oficiais são as mais buscadas pela mídia devido à emissão de informações com maior facilidade, mas deve-se atentar ao falseamento da realidade. Tal fonte responde em nome de uma empresa, instituição ou movimento; portanto, como deve atender aos critérios de quem lhe domina de certa forma, no âmbito financeiro e mercadológico, há uma preservação de declarações, como inclinações estratégicas. Tal qual sinaliza Lage (2001), deve-se atentar à presença de fontes oficiais, já que: “fazem isso para preservar interesses estratégicos e políticas duvidosas, para beneficiar grupos dominantes, por corporativismo, militância, em função de lutas pelo poder” (Lage, 2001, p. 63).

Como é o caso das fontes institucionais que o portal entrevista quando a temática é relacionada a Bocaina, dentro do número de 83,3% das fontes institucionais, elas são baseadas em secretários de saúde, educação e meio ambiente, pessoas que prestam serviços para a gestão e que possuem barreiras de como se posicionar para não resultar em desavenças.

Uma das estratégias que poderiam ser consolidadas para a diversificação de fontes e superação da problemática apontada anteriormente seria a presença de fontes testemunhais, pois esses indivíduos são sinais de que não houve uma estratégia de ocultamento, por serem vistos como ingênuos e sem interesses conflitantes, como aponta Charaudeau (2009, p. 53).

Já que a cobertura do site se centra em eventos públicos, como a matéria do dia 08 de março, que foi divulgada sobre uma passeata nas ruas da zona urbana em combate à dengue, significa que a população também estava envolvida ou presenciando o ato, como o secretário (e única fonte) enfatiza, quando entrevistado pelo portal, a necessidade de apoio e colaboração

da população, com a fala: “Fizemos essa parceria e tentamos mobilizar a população. Precisamos do apoio da comunidade”. Tanto o portal quanto o secretário reconhecem a necessidade da inclusão da população nesse processo de saúde pública, mas em nenhum momento é exposta a opinião de tais populares, o que invisibiliza a visão dos mesmos sobre a saúde que ele utiliza, como a localidade trata da pauta ambiental e ainda interfere em uma comunicação inclusiva e plural.

Construção discursiva

Dentro de uma narrativa jornalística, é de suma importância a exploração do discurso presente, tanto o que está exposto quanto os posicionamentos implícitos. Na relação entre Cidades da Net e Bocaina, é perceptível que os conteúdos têm o intuito superior de buscar formas de mencionar o prefeito Erivelto Barros, sendo a última matéria em análise, do dia 04 de abril, a com maior evidência do fato. Pois, em alusão à Páscoa, foi realizada a distribuição de ovos de chocolate em uma escola, e é redigida de uma forma que se destaque que o gestor é o principal promotor, principalmente no trecho: “De acordo com a secretária Simone Grangeiro, a iniciativa foi do prefeito Dr. Erivelto, com o objetivo de presentear os estudantes. ‘Quero agradecer ao prefeito Erivelto pela sensibilidade em lembrar dos nossos alunos e ter a iniciativa de distribuir os ovos de Páscoa.’”

Com isso, é explícita a ideologia política e econômica presente. Brandão (1994) afirma que “O discurso é uma das formas em que o materialismo ideológico se concretiza, isto é, é um dos aspectos materiais da ‘existência material’ das ideologias” (Brandão, 1994, p. 37). Por fim, o materialismo ideológico exposto, por sua vez, em certos momentos, acaba impactando na qualidade da notícia, onde é ignorado o fato principal e as ações que possam ser interligadas ao contratante se sobressaem.

Considerações

Em suma, perante as pesquisas realizadas e expostas, foi evidenciado como as influências mercadológicas, em específico em relação ao contrato financeiro estabelecido entre veículos de informação e prefeituras, podem impactar na representação da realidade de um município, acarretando em somente uma perspectiva: a das fontes oficiais. Perante as matérias jornalísticas analisadas, foi entendido como o portal Cidades da Net contribui para a invisibilização da população bocainense, onde, durante o período de quase um mês de notícias divulgadas sobre sua cidade, os mesmos não tiveram espaço para expor seu posicionamento.

Ademais, o site possui uma estrutura de destacar primeiramente a prefeitura de Bocaina, mesmo quando a temática não possui ligação direta com a mesma, evidenciando uma imagem de limitação jornalística perante suas coberturas.

Com isso, há uma construção no conhecimento popular de que, dentro do município de Bocaina, não existem certas problemáticas, pois é repassada somente uma visão otimista e positiva por parte das fontes oficiais. Como forma de evolução comunicacional e representativa, a cidade necessita de meios comunicacionais independentes, que pautem sobre questões além de ações e atos da gestão municipal, pois, como dissertado na pesquisa, o jornalismo é uma das principais ferramentas de fiscalização, podendo ser aliado em casos de problemáticas em torno do município.

A ampliação do debate sobre uma comunicação democrática e plural se faz necessária, para que governantes, população e empresas jornalísticas tenham o discernimento de que, por mais que as demandas financeiras se façam presentes, a comunicação deve chegar a todos, desde a apuração até a propagação. Nessa vertente, foi concluído que o portal Cidades da Net não busca se aprofundar em pautas diversas quando os fatos são sobre Bocaina, optando somente pelo que pode ser direcionado aos patrocinadores.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. Jornalismo cidadão. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 31, p. 25-40, jan./jun. 2003. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2185>. Acesso em: 02 de jun. 2024.

BORGES, A. **Designer não é personal trainer e outros escritos**. 2 ed. São Paulo: Edições Roari, 2003.

BRANDÃO, Helena. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 1994.

BURNETT, L. **A língua envergonhada**. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 1991.

CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp>. Acesso em 24 de maio de 2024.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela Corrêa. São Paulo: Contexto. 2009.

CUCHE, D. **La notion de culture dans les sciences sociales**. La Découverte. Col., “Repères”: Paris, 1996.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004

Juliana Teixeira et al. Enquadramento midiático como metodologia para estudo da desigualdade no jornalismo. In: **Anais do 20º Encontro nacional de pesquisadores em jornalismo**, 2022, Fortaleza. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor>. Acesso em: 01 jun. 2024.

KARLSSON, Michael. Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. **Journalism Studies**, V. 11, N. 4. Londres: Routledge - Taylor & Francis Group, 2010. p. 535-545.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2001

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**. Vol. 11, p. 10-29, dez. 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/254044>. Acesso em: 28 de maio de 2024.

MOLOTCH, H.; LESTER, M. **News as purposive behavior: on the strategic use of routine events, accidents, and scandals**. 1974. p.101-112. American Sociological Review 39.

PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Mídia Regional e Local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, SP, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão**. Lisboa: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2004a. Disponível em: Acesso em: 13 abr. 2009.

PINTO, Elisa Guimarães. **A articulação do texto**. São Paulo: Ática. 2007.

PORTO, Mauro. **Enquadramentos da mídia e política**. 2004. p. 73-104. Comunicação e política: conceitos e abordagens. Edufba. Salvador. 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/>. Acesso em: 04 de jun. 2024.

PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS da Ética Profissional dos Jornalistas, Os. Praga, IOJ, 1986. Disponível em: Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo. Acesso em: 15 de maio de 2024.

SILVA, Luiz Martins da. **Comunicação pública: estado, governo e sociedade**. In: SILVA, Luiz Martins da (org). Comunicação pública: algumas abordagens. Brasília: Casa das Musas, 2010.

SLAVIERO, Daniel Pimentel. **Regionalização da mídia**. Observatório de Imprensa, 2009. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-q> .Acesso em: 29 maio. 2024.

STARR, Paul. A democracia sobreviverá sem jornais? **Courrier Internacional**. N. ° 164, p. 70-79, 2009.

WARD, Stephen J. A. **Ethics and the Media**. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

WATINE, Thierry'. 1996. Journalistes: une profession em quête d'utilité sociale. **Les CaJúers du Journalisme**, n. 2, p. 34-41, dez, 1998.

RIZZOTTO, Carla Candida.; ANTONELLI, Diego.; FERRACIOLI, Paulo. A política nas páginas dos jornais: uma discussão metodológica sobre o enquadramento noticioso. **Revista Latinoamericana de**

Ciencias de la Comunicación, [S. l.], v. 13, n. 24, 2017. Disponível em:
<https://www.revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/241>

GT 04

Direitos, políticas públicas e desenvolvimento social

Recebe estudos de natureza teórica, analítica ou empírica e tem natureza interdisciplinar, uma vez que direitos, políticas públicas e desenvolvimento social devem acompanhar todas as áreas. Trabalhos que versem sobre ações afirmativas, meio ambiente, habitação, proteção de crianças e adolescentes, educação, participação social, saúde, pessoas com deficiência, questões fundiárias urbanas, migração, relações de trabalho, desenvolvimento humano e outros contemplam a proposta.

Coordenação

Profa Dra. Debora Maria dos Santos
Jornalista Mestrando Edielson Teixeira Mota

Democracia e políticas públicas: uma análise das interações e desafios para a consolidação do sistema democrático no Brasil

Lottar Matheus Rodrigues BARROS
Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. Picos, Piauí

Resumo: O objetivo desse artigo é analisar a relação entre democracia e políticas públicas no Brasil, destacando como o sistema democrático influencia as decisões políticas e a implementação de políticas públicas e os desafios que o país enfrenta na concretização de seus ideais democráticos. Fruto de uma pesquisa bibliográfica exploratória no Direito, discute alguns dos principais desafios que o país enfrenta na concretização de políticas públicas desde a redemocratização e fatores que dificultam sua efetividade e a participação dos cidadãos, numa realidade com os meios de comunicação e redes sociais tecnologicamente avançados. Ainda precário constatamos a necessidade, pesquisas e discussões para a superação da corrupção, da desinformação e da pouca participação, que dificultam o fortalecimento da democracia no Brasil

Palavras-chave: Democracia; Políticas Públicas; Participação Social; Corrupção.

Introdução

Criada pelos gregos por volta do século V a. C, a democracia passou a fazer parte das Constituições das modernas nações ocidentais com as Revoluções burguesas liberais, principalmente entre os séculos XVII e XVIII, enquanto sistema político que busca garantir os direitos, garantias e liberdades aos cidadãos. A democracia, mesmo com suas limitações, ainda é uma das práticas políticas que melhor tem se mostrado eficiente nos processos de resolução de conflitos e de organização política em sociedades plurais e complexas, garantindo a representatividade e a defesa dos interesses dos diferentes grupos sociais.

E, nesse sentido, sendo ainda jovem e, em certo sentido, frágil diante dos crescentes desafios, o sistema democrático brasileiro busca se consolidar como um sistema democrático moderno e perspicaz, de fato e de direito. Sendo importante lembrar que o Brasil é um país muito grande, com dimensões continentais e com uma população grande e muito diversificada em vários sentidos, e que enfrenta muitos desafios e problemas que demandam solução política eficiente. Entendemos a democracia como uma das formas de governos, que hoje, mais se mostram eficientes para enfrentar esses problemas, uma vez que pode contar com um dos mais importantes mecanismos de justiça social, que são as políticas públicas. As políticas públicas nas áreas da saúde, educação, da segurança pública, do trabalho dentre outras são referências nas democracias ocidentais desenvolvidas na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos.

Porém, seguindo certa tendência de outras nações secularmente democráticas, percebe-se o crescimento de movimentos antidemocráticos muito parecidos ao Fascismo, que têm colocado em risco a solidez da democracia como forma de governo no Ocidente, em troca de modelos autoritários e intolerantes, que, no fundo, servem a um sistema econômico que cada vez mais concentra riquezas e espalha a pobreza e a miséria.

Portanto, nosso objetivo geral nesse artigo é apresentar a importância da democracia como forma de buscar soluções coletivas para os grandes problemas sociais que hoje se apresentam, através do emprego das políticas públicas com participação e controle social.

Por isso procuramos centrar essa discussão em alguns temas que consideramos fundamentais para a temática desenvolvida como: políticas públicas e pós-democratização; políticas públicas e corrupção a partir de uma reflexão crítica; políticas públicas e participação e dentro dessa discussão o papel dos meios de comunicação, hoje municiados de um desenvolvimento tecnológico em escala crescente.

Dessa feita, é importante ressaltar que as políticas públicas desempenham um papel essencial na consolidação da democracia no Brasil, pois elas são um dos principais mecanismos para garantir a implementação dos direitos fundamentais da população e para promover o bem-estar social conforme reza a Carta Constitucional de 1988 nos seus cinco primeiros artigos. A democracia, como regime político, pressupõe a participação ativa dos cidadãos e o exercício de seus direitos civis, políticos e sociais. E é dessa forma que as políticas públicas surgem como um instrumento que traduz as demandas da sociedade para a ação estatal, que, quando colocadas em prática, as políticas públicas contribuem sobremaneira para a efetivação de um Estado democrático de direito.

A metodologia deste estudo é de natureza bibliográfica e exploratória, o que permite uma análise profunda da relação entre democracia e políticas públicas no Brasil. Através de revisão de literatura, buscamos identificar e discutir os principais desafios que o país enfrenta na efetivação de suas políticas públicas desde a redemocratização. A escolha por essa abordagem decorre da necessidade de contextualizar o tema em um panorama mais amplo, considerando as particularidades e as adversidades do sistema democrático brasileiro.

Os encaminhamentos argumentativos apresentados neste artigo visam destacar a importância central das políticas públicas na consolidação da democracia, enfatizando a necessidade de uma participação cidadã efetiva e de um sistema de comunicação social responsável e atuante. No desenvolvimento dos tópicos, serão discutidos fatores como a

corrupção, a desinformação e a fragmentação política, que, aliando-se a um sistema jurídico moroso, representam barreiras significativas para a implementação de políticas que atendam ao bem-estar coletivo. Por meio dessa análise, buscamos contribuir para um debate robusto sobre as possíveis soluções e caminhos para o fortalecimento da democracia no Brasil.

A Evolução das Políticas Públicas no Brasil Pós-Democratização

Após o fim da ditadura militar (1964-1985) e o início do processo de redemocratização, a sociedade é chamada a optar por projetos de governos que tenham compromisso e passem a implementar políticas públicas focadas na inclusão social, redução das desigualdades e fortalecimento dos direitos civis e políticos. “Políticas públicas são ações de Governo, portanto, são revestidas da autoridade soberana do poder público. Dispõe sobre “o que fazer” (ações), “aonde chegar” (metas ou objetivos relacionados ao estado de coisas que se pretende alterar) e “como fazer”.” (estratégias de ação) (Rodrigues, 2010, p. 53).

Por isso, a Constituição de 1988, marco fundamental para a consolidação da democracia no país, foi um ponto de inflexão. Ela estabeleceu, entre outros avanços, o direito à educação, saúde, moradia e seguridade social como direitos básicos dos cidadãos. No Brasil, as políticas públicas voltadas à educação, saúde, segurança e inclusão social têm sido fundamentais para promover a cidadania e fortalecer o processo democrático. A criação do Sistema Único de Saúde (SUS) é um exemplo claro de política pública que visa garantir o direito universal à saúde, conforme previsto na Constituição.

Conforme Cardoso, 2010:

O enfoque latino-americano de políticas dá ênfase indispensável às políticas universais, como educação e saúde, sem deixar de dirigir esforços para beneficiar os segmentos mais vulneráveis da população, sobretudo quando eles são numerosos. Na tradição social-democrática europeia o bem-estar foi promovido por políticas públicas que reforçaram o acesso à educação, à saúde e à previdência social (Cardoso, 2010, p. 195).

Dessa maneira, a educação, por sua vez, é um fator crucial na formação de cidadãos críticos e conscientes, capazes de exercer plenamente seus direitos e responsabilidades dentro da democracia. Mas tem que haver, por outro lado, o compromisso político com o processo de desenvolvimento e aperfeiçoamento da democracia, por isso, Segundo Bittar, 2011:

Se o direito tem um compromisso com a justiça, não pode prescindir de considerar que o desenvolvimento humano é um elemento que, atrelado a

políticas públicas, a cláusulas constitucionais dirigentes, a compromissos políticos, a atitudes prestativas do Estado, pode representar o primeiro passo em direção à liberdade. (Bittar, 2011, p. 612)

Entretanto, a implementação das políticas públicas no Brasil enfrenta desafios, como a escassez de recursos financeiros, a falta de coordenação entre os diferentes níveis de governo, o controle eficaz dos recursos públicos desde sua origem até seu destino e aplicação final e a persistência de desigualdades regionais e sociais, sem falar num verdadeiro “câncer” que contamina as instituições públicas e compromete a justa aplicação desses recursos a malfadada corrupção. Com o aperfeiçoamento das tecnologias da informação e o crescente processo de mundialização dos mercados o Banco Mundial estima, que pelo menos US\$ 1,5 trilhão, ou 5% do PIB mundial, são desviados anualmente pela corrupção, segundo dados apresentados na Convenção da ONU contra a Corrupção, no ano de 2003 e hoje esses números podem ser bem superiores. A corrupção é um problema muito sério que precisa ser combatido de forma severa, pois ela desvia uma quantidade vultosa de recursos que se perdem nos entremeios da burocracia e não chegam como deveriam às finalidades definidas e destinadas na Constituição. Uma vez desviados por políticos corruptos, esses recursos que deveriam ser empregados em saúde, educação, segurança dentre outros exclui uma grande parcela da população quando procura por esses serviços.

Assim, a luta pela efetivação dessas políticas exige um constante aprimoramento das instituições no Legislativo, Executivo e Judiciário para combater eficazmente a corrupção e principalmente os corruptos, que organizaram uma rede muito imbricada e eficiente de roubo e desvios do erário público. É fundamental o combate a práticas daninhas que corroem o sistema democrático, assim como a promoção de um Estado de direito efetivo, onde as conquistas sociais de todos os cidadãos sejam respeitadas, independentemente de sua classe social, etnia ou região geográfica dentre outras.

Defendemos que a transparência, a responsabilidade, a eficiência e a eficácia na gestão da coisa pública são elementos cruciais para o fortalecimento da democracia no Brasil, pois garantem que o poder público atue de forma justa e responsável. Leis como a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) e a Lei de Responsabilidade Fiscal (Lei Complementar nº 101/2000) são instrumentos legais que buscam garantir a transparência na gestão pública e, conseqüentemente, consolidar a confiança da população nas instituições democráticas, assim como seu fortalecimento, perante os ataques cada vez mais incisivos e mais recrudescidos à democracia em várias nações.

Portanto, a interdependência entre políticas públicas e a consolidação da democracia no Brasil é clara. Políticas públicas bem estruturadas são fundamentais para a promoção da justiça social e a eliminação de desigualdades, enquanto a democracia é o ambiente propício para que essas políticas sejam discutidas, aprimoradas e implementadas de maneira eficaz. Como acentua Hochman, "A implementação de políticas públicas no Brasil frequentemente enfrenta desafios relacionados à coordenação entre diferentes níveis de governo e à participação da sociedade civil." (Hochman, 2007, p. 315). Acreditamos e defendemos que, a consolidação da democracia no Brasil depende da continuidade e do fortalecimento das políticas públicas, garantindo que os direitos constitucionais sejam efetivamente alcançados por toda a população, principalmente aquela mais vulnerável, cujo acesso é, muitas vezes, dificultado e negado.

Políticas Públicas e corrupção no Brasil: uma reflexão crítica

A relação entre políticas públicas e corrupção no Brasil tem sido um tema central nas discussões sobre o desenvolvimento e a governança do país. Conforme Caio Tácito a corrupção, em sua definição mais ampla, refere-se ao abuso de poder e apropriação de bens públicos para fins pessoais, frequentemente envolvendo a manipulação de recursos públicos ou favorecimento de interesses privados (Tácito, 2004). Já as políticas públicas, como um conjunto de ações do governo para promover o bem-estar da sociedade, têm sido, ao longo do tempo, tanto um meio de avanço para o país, quanto uma via de exploração por práticas corruptas. Esta interação complexa tem implicações profundas nas estruturas sociais, econômicas e políticas do Brasil, infelizmente tão enraizadas e cristalizadas nas instituições públicas que é como um câncer de difícil combate. Essa corrupção está tão profundamente entranhada que derrotá-la de forma definitiva é desafio extremamente extenuante e desanimador, com seus avanços e retrocessos.

Desta feita, a corrupção tem sido um fator de distorção no processo de implementação de políticas públicas, afetando diretamente sua eficácia, sua efetividade e comprometendo o alcance dos objetivos estabelecidos. O Brasil possui uma série de políticas públicas direcionadas à melhoria das condições sociais e econômicas de sua população, como os programas de saúde, educação, segurança pública e infraestrutura. No entanto, a corrupção tem-se mostrado um obstáculo significativo para o sucesso de tais iniciativas. Um exemplo claro disso é o desvio de verbas públicas em projetos de infraestrutura, como o que ocorre com

esquemas de corrupção em obras superfaturadas, em contratos espúrios que envolvem prestações de serviços dentre outros com a manipulação de contratos e o desvio de recursos destinados à construção e manutenção de obras públicas.

Assim sendo, a relação entre as políticas públicas e a corrupção no Brasil pode ser compreendida a partir de alguns fatores estruturais e institucionais. Primeiramente, a concentração de poder nas mãos de uma elite política e econômica, somada a um sistema político viciado caracterizado por baixa transparência, baixa rotatividade dos que chegam ao poder pelo voto, baixa participação social cria um ambiente propício para a corrupção. A falta de mecanismos independentes e mais severos de fiscalização e controle social efetivos, além da impunidade de muitos envolvidos em práticas corruptas, contribui para que esses esquemas sejam perpetuados. A corrupção acaba, assim, sendo uma prática que mina a confiança da população nas instituições públicas, o que, por sua vez, compromete a legitimidade das políticas públicas implementadas.

E assim, a corrupção alimenta um ciclo vicioso no qual os recursos que poderiam ser direcionados para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos são desviados para interesses privados. Isso não só prejudica o desempenho econômico do país, como também agrava as desigualdades sociais. Programas como o Bolsa Família, destinados a reduzir a pobreza no Brasil, além de outros programas sociais, podem ser afetados por práticas corruptas, desde o desvio de recursos até o favorecimento político de determinados grupos em detrimento dos mais necessitados. Quando há um desvirtuamento no uso de recursos públicos, a eficácia da política pública é drasticamente reduzida, dificultando a redução das desigualdades e o fortalecimento da cidadania e perpetuando as velhas elites no controle das instituições, inoculando mudanças profundas.

Além dessas questões, outro ponto que consideramos importante a ser destacado é a relação entre a corrupção e o processo eleitoral. O financiamento de campanhas políticas, muitas vezes realizado por meio de esquemas ilícitos, cria um ambiente de dependência entre políticos e grupos econômicos poderosos. Esse sistema favorece a perpetuação de práticas corruptas e cria um ciclo de financiamento ilícito e de apoio mútuo entre poderosos e governantes, excluindo a maior parcela da população da participação nos bens que a sociedade produz. O impacto disso nas políticas públicas é devastador, pois aqueles que têm poder de influência, por meio de doações ilegais ou contratos fraudulentos, acabam direcionando os

recursos públicos em suas próprias agendas, para satisfazer seus interesses próprios ao invés de atender ao interesse público.

A corrupção é um obstáculo à radicação do Estado de direito democrático. Beneficia de cumplicidades, cobre-se com a intransparência das atividades públicas e privadas, oculta informações relevantes, joga com o vazio de responsabilidades, vive do conúbio entre o econômico e o político. (Canotilho, 2011, p. 9).

Entretanto, é importante frisar que a relação entre políticas públicas e corrupção não é inevitável. O Brasil, ao longo dos anos, tem implementado algumas medidas para combater a corrupção e melhorar a gestão pública. A criação de órgãos como a Controladoria-Geral da União (CGU), a Lei da Ficha Limpa e as exigências de Planos e Projetos que permitam o rastreamento dos recursos de suas fontes de origem e agentes responsáveis até seu destino final e comprovação do uso correto dos recursos, hoje exigidos pelo Supremo Tribunal Federal (STF), são exemplos de tentativas de se combater a corrupção sistêmica. Além disso, a crescente mobilização da sociedade civil e o fortalecimento dos mecanismos de transparência, como o Portal da Transparência, têm mostrado que é possível avançar na construção de um Estado mais justo e menos suscetível à corrupção.

Conclusivamente, a relação entre políticas públicas e corrupção no Brasil é um desafio multifacetado que exige uma abordagem integrada para ser resolvido. A corrupção, ao desviar recursos e comprometer a eficácia das políticas públicas, agrava as desigualdades e limita o desenvolvimento do país.

Porém, com a implementação de medidas de transparência, controle social e fiscalização, é possível minimizar o impacto da corrupção e garantir que as políticas públicas cumpram seu papel de promover o bem-estar da população. O Brasil, embora ainda enfrente grandes desafios nesse campo, têm demonstrado que avanços são possíveis quando há uma combinação de vontade política, participação da sociedade e instituições comprometidas com a justiça e a integridade pública.

O Papel da Participação Cidadã nas Políticas Públicas e o Papel dos Meios de Comunicação Sociais

Dentre as políticas públicas mais significativas desde então, destacam-se o Sistema Único de Saúde (SUS), o Programa Bolsa Família, e o Programa Nacional de Educação, que

têm contribuído para a melhoria das condições de vida de milhões de brasileiros. Esses avanços, no entanto, não foram homogêneos e refletem a dificuldade de efetivar transformações profundas em um país com uma grande diversidade social e econômica.

Em uma democracia, a participação cidadã é fundamental para garantir a legitimidade e a eficácia das políticas públicas. No Brasil, a Constituição de 1988 garantiu diversos mecanismos de participação, como os conselhos de políticas públicas e o orçamento participativo, onde a população tem voz na definição das prioridades governamentais, mesmo que ainda com efetividade limitada.

A participação cidadã tem o potencial de melhorar a qualidade das políticas públicas, ao garantir que as decisões sejam mais representativas das necessidades da população e ao aumentar a transparência e o controle social. No entanto, a participação ainda enfrenta limitações significativas. Em muitas regiões, especialmente nas mais afastadas dos centros urbanos, os cidadãos não têm acesso às informações necessárias ou os meios adequados para influenciar na concretização das políticas.

Por isso, chamamos a atenção para uma questão essencial no processo de participação política e desenvolvimento da cidadania: o papel dos meios de comunicação social. A forma como esses meios podem contribuir para a solidificação do sistema democrático brasileiro participando ativamente, ao difundir informações, do perfil de um cidadão cada vez mais consciente e participativo, reclama pesquisa mais aprofundada que merece destaque e urgência. Chamar a atenção e levantar o debate sobre a maneira como os meios de comunicação estão contribuindo (ou não) para a consolidação da democracia no Brasil.

E tudo isso porque constatamos uma grande evolução tecnológica na possibilidade dos meios de comunicação levarem notícias, informações, entretenimento, diversão de um canto a outro do Planeta numa velocidade nunca antes vista. Nas palavras de Marshall MC. Luhan, da escola de Frankfurt, o mundo caminha para se transformar numa espécie “aldeia global” unido por uma” teia” de informações (Mcluhan, 1972). “A ascensão da internet e das plataformas digitais criou uma comunidade democrática global e permitiu mobilizações em nível mundial contra governos autoritários.” (Barroso, 2022, p. 112).

Além dos tradicionais meios de comunicação como televisão, jornais, revistas dentre outros a internet vem se constituindo como um evoluído e sólido meio de transmissão de informações viajando na velocidade da luz pelos cabos de fibra ótica, que, além de reunir em si todos os tradicionais meios de comunicação elencados acima, conta ainda com redes sociais

dinâmicas e alternativas onde as informações podem ser selecionadas e retransmitidas de acordo com o interesse do “freguês”. Constitui-se de um sistema de algoritmos capazes de identificar preferências pessoais e “bombardear” o destinatário com informações que são de seu interesse.

Porém, é crescente e preocupante os desafios que precisam ser superados. A falta de uma regulamentação normativa clara e específica para essa nova forma de transmissão de informações pode propiciar um espaço aberto não só para informações verdadeiras e pedagógicas que visem o desenvolvimento e crescimento da sociedade, mas, se não for denunciado, pode se transformar num espaço para informações falsas, factoides, sem qualquer compromisso ético, moral ou valorativo que pode até transmitir informações verdadeiras, mas, pode também veicular informações mescladas com temperos de má-fé, de doutrinação, de racismo, intolerância, preconceito, sexismo, homofobia, dentre outros que são extremamente nocivos a uma sociedade democrática e participativa onde deveria prevalecer o interesse pelo bem comum e o bem-estar da coletividade. "A sociedade pode se aliar à tecnologia para dar voz às suas reivindicações e buscar soluções para os problemas que enfrenta." (Cavalli, 2003, p. 59). Cada vez mais a internet, mesmo diante dos desafios que se colocam, constitui-se numa tecnologia de informação com abrangência e poder de cobertura em crescente expansão.

Por isso que acreditamos ser essa uma questão que precisa ser discutida e levada para a sociedade com muita seriedade. São situações que reclamam um trabalho comprometido com o desenvolvimento real da sociedade como um todo. Acreditamos em pesquisas e discussões profundas e realmente qualificadas, científicas, sistemáticas, rigorosas, metódicas e comprometidas apenas com o desenvolvimento do país. Como acentua BOBBIO, "um indivíduo instruído é mais livre do que um inculto; um indivíduo que tem um trabalho é mais livre do que um desempregado; um homem é mais livre do que um enfermo" (Bobbio, 2001, p. 508). Produções científicas visando o aprimoramento de uma comunicação que seja educativa, democrática, crítica, participativa, inclusiva e contribua para o pleno desenvolvimento do ser humano convivendo num ambiente cada vez mais democrático e plural.

Nessa seara, ressaltamos também a existência de um sistema eleitoral brasileiro, baseado em eleições periódicas e no voto direto e secreto, que, infelizmente, por razões nefastas tem sido enfaticamente atacado por grupos de tendência fascistas agregadores de uma grande parcela da população brasileira descontente com os desmandos da política e de muitos

problemas sociais que tem envolvido a instituição família e, em muitos casos, guiados por discursos religiosos, que culpam o “Sistema”, mas não demonstram uma clareza conceitual de identificação desse sistema tornando-se seguidores em redes sociais de grupos que se dizem combatentes desse “Sistema”, para quem seria o causador de todas essas mazelas e desmando. Grupos que buscam o poder a qualquer custo.

Mas, os constituintes de 1988 conseguiram estabelecer do ponto de vista jurídico e constitucional um sistema eleitoral que desde lá (1988) tem-se consolidado e se aperfeiçoado tecnologicamente com as urnas eletrônicas, demonstrando-se eficiente, eficaz, efetivo, seguro e à prova de fraudes, contribuindo para fortalecer os princípios democráticos onde prevaleça a vontade popular.

Entretanto a lógica eleitoral frequentemente voltada para a conquista e permanência no poder tem levado vários governantes a tomarem decisões com foco no curto prazo, visando atender às demandas imediatas da população nem tanto pelo zelo às políticas públicas e seus objetivos, mas muito mais para garantir sua reeleição e continuidade no poder, o que pode comprometer a implementação de políticas públicas sustentáveis e de longo prazo. O interesse pela permanência no poder como forma de obtenção e garantia de benefícios pessoais, além de ser contrário aos princípios da administração pública fragiliza a democracia, contribui para o aumento e descontrole da corrupção e exclui as parcelas mais vulneráveis de nossa população de muitos benefícios a que teriam direito assim como a negação de outros tantos direitos e garantias assegurados na Constituição de 1988, que deveriam ser positivados na vida real e concreta dos cidadãos.

E, sendo assim, o sistema partidário, pensado para atender a todos os segmentos da vida social em uma democracia em sociedades cada vez maiores e diversificadas, é caracterizado pela fragmentação e pela necessidade de coalizões para garantir governabilidade. Assim como também influencia a formulação, a condução e a eficiência das políticas públicas. Muitas vezes, os acordos políticos em busca de garantir a governabilidade e interesses de cunho partidário resultam em políticas que atendem muito mais a anseios individuais ou de grupos específicos, em detrimento do atendimento ao bem-estar coletivo da população. Essa é uma temática que acreditamos ser muito importante discutir e elencar outros desafios que precisam ser superados, mas deixaremos essas discussões para outra pesquisa em outros momentos.

Conclusão

Concluindo, sem necessariamente concluir, vimos aqui que a democracia no Brasil, apesar dos avanços, ainda enfrenta desafios consideráveis na implementação de políticas públicas eficazes e inclusivas e no seu processo de amadurecimento e consolidação. Procuramos demonstrar nesse trabalho que, embora o país tenha conquistado avanços importantes desde a redemocratização, a desigualdade, a corrupção e a ineficiência administrativa aliados às limitações do Sistema Jurídico moroso, burocrático continuam a ser barreiras significativas para a consolidação de uma democracia plena e participativa.

Todavia, a participação cidadã, o controle social, a democratização dos meios de comunicação sociais e a busca por maior transparência no governo são elementos essenciais para que essas políticas públicas se alinhem melhor às necessidades da população e contribuem cada vez mais para a construção de um Brasil mais justo e igualitário.

Concluimos que, a consolidação da democracia envolve muitos desafios que precisam ser superados, pois o desenvolvimento humano e a melhoria de vida da população brasileira. O aprimoramento das políticas públicas assim como sua eficiência e efetividade passam necessariamente pela busca do desenvolvimento do sistema educacional brasileiro, pela formação permanente, pela valorização real dos professores, pelo incentivo à leitura, à pesquisa e à produção acadêmica, pelo aumento das vagas no Ensino Superior. Em outro aspecto, pelo aumento da longevidade através de políticas de saúde eficazes que alcancem os mais longínquos rincões desse país e de políticas de complementação de renda, de aumento real dos salários, da garantia do pleno emprego e da previdência social.

Entretanto, acreditamos e defendemos a importância dos meios de comunicação em todos esses processos. Através de suas múltiplas e tecnológicas formas de levar, cabe-lhes também a responsabilidade com o desenvolvimento social do povo brasileiro, com a difusão de conteúdos que auxiliem nesse processo de crescimento integral como seres humanos no gozo de sua dignidade enquanto tal e de um cidadão ativo e participativo renovando o sistema democrático para que se torne capaz de ampliar os canais de participação.

Assim, a relação entre democracia e políticas públicas é intrínseca, pois a democracia oferece o contexto no qual as políticas devem ser formuladas, implementadas e avaliadas e o interesse coletivo, o bem comum, e o bem-estar dos brasileiros respeitados e atendidos em sua plenitude. Para que o Brasil avance nesse sentido, defendemos que é essencial que haja uma combinação de vontade política, gestão eficiente e, acima de tudo, o fortalecimento da participação cidadã na vida política do país. Isso garantirá que as políticas públicas atendam de

forma mais efetiva às necessidades da população, contribuindo para um país mais democrático e mais justo para todos. Contando, além de outras instituições, com os meios de comunicação social uma vez que esses podem exercer um papel fundamental para que isso se concretize, desde que haja um compromisso axiológico, social, ético e moral. A partir desses estudos é nisso que acreditamos e esperamos ter dado uma parcela de contribuição nesse debate tão relevante nos dias de hoje.

Referências bibliográficas

- BOBBIO, Norberto. Teoria Geral da Política. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BARROSO, Luna Van Brussel. Liberdade de expressão e democracia na era digital: o impacto das mídias sociais no mundo contemporâneo. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2022.
- BITTAR, Eduardo C. B. Curso de filosofia do direito. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- CANOTILHO, José Joaquim Gomes. O Espectro da Corrupção. Coimbra: Almedina, 2011.
- CARDOSO, Fernando Henrique. Xadrez internacional e social-democracia. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- CAVALLI, Tássia Teixeira de Freitas Bianco Ermano. Formação da democracia digital brasileira: um novo cidadão na era digital e os infoexcluídos. Ponta Grossa: Atena Editora, 2023.
- HOCHMAN, Gilberto; ARRETCHE, Marta; MARQUES, Eduardo (Org.). Políticas públicas no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.
- MCLUHAN, Marshall. A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Editora Nacional; Editora da USP, 1972.
- RODRIGUES, Marta Maria Assumpção. Políticas Públicas. São Paulo: Publifolha, 2010.
- TÁCITO, Caio. Moralidade administrativa. In: GARCIA, Emerson; ALVES, Rogério Pacheco. Improbidade Administrativa. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2004.
- ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Convenção das Nações Unidas contra a corrupção. Disponível em: <https://www.unodc.org/lpobrazil/pt/corruptcao/convencao.html#:~:text=A%20conven%C3%A7%C3%A3o%20orienta%20os%20Estados,da%20Justi%C3%A7a%20pelos%20mesmos%20meios>. Acesso em: 5 mar. 2025.

A obra reúne os artigos apresentados nos Grupos de Trabalho da VII Semana de Comunicação da Universidade Estadual do Piauí [UESPI], campus Professor Barros Araújo – Picos, realizada entre os dias 7 e 9 de abril de 2025. Com o tema "Repensando o Lugar do Jornalismo: Desafios Éticos, Tecnologias Emergentes e Educação Midiática", o evento promoveu reflexões fundamentais sobre o papel do jornalismo em um cenário de transformações digitais, desinformação e novas linguagens. Organizado em formato de e-book, o volume contempla produções acadêmicas que transitam por diferentes eixos: jornalismo regional, mídias digitais, políticas públicas, comunicação no sertão piauiense e práticas interdisciplinares. Mais do que um registro institucional, este livro é uma mostra da vitalidade intelectual e da pluralidade de olhares que compõem o campo da comunicação no interior do Nordeste. Um convite ao diálogo entre teoria, prática e território.