



ORGANIZAÇÃO
Alciane Baccin
Cintia Xavier
Cintia Vieira
Lívia Vieira
Rafael Bellan
Rafael Lima



Alciane Baccin
Cíntia Xavier
Lívia Vieira
Rafael Bellan
Samuel Lima

## ENTRE CRISES E (RE)CONSTRUÇÕES: A PESQUISA EM JORNALISMO 20 ANOS DEPOIS

Edição o1

Brasília, Brasil SBPJor 2023

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Entre crises e (re)construções [livro eletrônico]
 : a pesquisa em jornalismo 20 anos depois /
 organização Alciane Baccin...[et al.]. - Brasília, DF : Sbpjor, 2023.
 PDF

Vários autores.

Outros organizadores: -serif">Cíntia Xavier, Lívia Vieira, Rafael Bellan, Samuel Lima.
ISBN 978-65-88995-03-7

1. Jornalismo - Brasil 2. Jornalistas - Brasil 3. Pesquisas I. Baccin, Alciane. II. Xavier, Cíntia. III. Vieira, Lívia. IV. Bellan, Rafael. V. Lima, Samuel.

23-179622 CDD-070

#### Índices para catálogo sistemático:

1. Jornalismo 070

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

## **GESTÃO 2021-2023**

## **DIRETORIA EXECUTIVA**

Presidente: Samuel Pantoja Lima (UFSC)

**Vice-Presidente: Cintia Xavier (UEPG)** 

Diretora Administrativa: Lívia de Souza Vieira (UFBA)

Diretor Científico: Rafael Bellan (UFES)

Diretora Editorial: **Alciane Baccin** (UNIPAMPA)

### **CONSELHO ADMINISTRATIVO**

Juliana Doretto (PUC/Campinas-SP)

Laura Storch (UFSM)

**Moreno Cruz Osório** (PUC/RS)

## **CONSELHO CIENTÍFICO**

Janaína Visibeli (UEMG)

**Marcos Paulo** (UFMS)

Marta Maia (UFOP)

Rafiza Varão (UnB)

Rodrigo Botelho (UFPR)

Vilso Santi (UFRR)

Vitor Belém (UFS)

## EDITORAÇÃO GRÁFICA E DIAGRAMAÇÃO

**Diogo Trindade** (UNIPAMPA)

## **SUMÁRIO**

PARTE I - ENTRE CRISES E (RE)CONSTRUÇÕES:

Orientação: Ana Cláudia Gruszynski / Coorientação: Marcia Benetti

A PESQUISA EM JORNALISMO 20 ANOS DEPOIS
Apresentação10
20 anos de (re)construções necessárias e propulsoras do campo Alciane Baccin Cíntia Xavier Lívia Vieira Rafael Bellan Samuel Lima
Mesa de debate13
Entre crises e reconstruções: a pesquisa em jornalismo 20 anos depois Cíntia Xavier Carlos Franciscato Roseli Figaro
POSJOR 21
10° Posjor: Em busca da institucionalidade Edgard Patrício Juliana Teixeira
JPJOR23
12º JPJor: modalidade híbrida como forma de resistência da pesquisa em
jornalismo na graduação Juliana Doretto
PARTE II - PRÊMIO ADELMO GENRO FILHO DE PESQUISA
EM JORNALISMO
Pesquisador Sênior29
20 anos de SBPJor e 20 anos de cotas UnB: uma trajetória afrocentrada em
defesa do jornalismo de qualidade e da inclusão Dione Oliveira Moura
Doutorado38
Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo

Mestrado
Iniciação Científica
PARTE III - RELATOS DAS REDES DE PESQUISA DA SBPJOR  Rede Renoi
Rede Renami
Rede Radiojor
Rede Retij
<b>Rede Jortec</b> Jornalismo e tecnologia em pauta: 15 edições de comunicações coordenadas da JorTec

Gerson Luiz Martins Maíra Evangelista de Sousa Marcelo Barcelos Raquel Ritter Longhi Thais de Mendonça Jorge

## **PARTE I**

ENTRE CRISES E (RE)CONSTRUÇÕES: A PESQUISA EM JORNALISMO 20 ANOS DEPOIS

## **APRESENTAÇÃO**

## 20 anos de (re)construções necessárias e propulsoras do campo

Alciane Baccin 1

Cíntia Xavier<sup>2</sup>

Lívia Vieira <sup>3</sup>

Rafael Bellan 4

Samuel Lima 5

O ano de 2022 foi marcado por reencontros. Reencontros que esperávamos desde 2020, quando nossas vidas foram transformadas por um vírus (Sars-Cov-2, o Coronavírus causador da Covid-19), que até o final de 2019 era praticamente desconhecido pela maioria da população mundial. Muitos de nós perderam pais, mães, avós/ôs, irmãs/ãos, filhas/os, amigas/os para a doença e o descaso do governo Bolsonaro com a saúde da população, retardando a compra de imunizantes para a população brasileira. De março de 2020 a dezembro de 2022 foram 693.853 óbitos causados pela doença, obrigando que eventos científicos, ou de qualquer outra natureza, fossem cancelados ou realizados de forma remota. A SBPJor optou pela realização online do 18° e do 19° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. O começo da vacinação, em janeiro de 2021, possibilitou que, aos poucos, os encontros e reencontros fossem retomados em 2022.

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) realiza encontros anuais desde 2003. A comunidade de pesquisadoras/es em jornalismo ansiava pelo retorno dos encontros presenciais, pelos afetos, pelos bate-papos nos intervalos de palestras e sessões de apresentação de trabalhos, pelas discussões de temas acaloradas que terminavam na mesa de bar no final do dia. O 20º Encontro, já prometido para Fortaleza por dois anos, precisava ser presencial para marcar a retomada do que também faz o campo pulsar, além das nossas pesquisas: as trocas, os afetos, o olho no olho, o abraço...

Foram 20 anos de realização de encontros que focaram temáticas importantes para o cam-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Diretora Editorial da SBPJor. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPG-CIC) e do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa (Unipampa)

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Vice-presidente da SBPJor. Docente do curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Atual coordenadora do Mestrado em Jornalismo da UEPG.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Diretora Administrativa da SBPJor. Docente do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom) da da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Diretor Científico da SBPJor. Docente do curso de Jornalismo, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades e colaborador do Programa de Pós-Graduação em Política Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Presidente da SBPJor. Docente do e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atual Secretário de Comunicação da UFSC.

po do jornalismo, como os desafios da inter e da transdisciplinaridade, as interfaces com as mídias digitais, as pesquisas na América Latina, o fortalecimento da área, as audiências e reconfiguração dos sujeitos e das fronteiras, os silêncios, censuras e potências do jornalismo, o papel na afirmação dos direitos humanos, os conflitos em pauta e os conflitos do campo, a ética profissional, a democracia em tempos de pandemia e o conhecimento e a resistência de Adelmo Genro Filho.

Ao longo desses 20 anos de trocas entre pares, os encontros da SBPJor percorreram quatro regiões do Brasil, foram realizados cinco encontros na região Sul, cinco encontros na região Sudeste, quatro encontros na região Centro-Oeste e outros quatro encontros aqui no Nordeste, contando com este. Além dos de 2020 e 2021 que ocorreram de modo virtual. É um desafio ainda para a Associação e para os cursos e programas de pós-graduação da área, já consolidados na região norte, a realização de encontros naquela região tão importante para o Brasil e para os estudos de jornalismo.

A retomada do encontro presencial era algo que todas e todos nós sonhávamos. Por isso, a 20ª edição foi marcada por um sentimento de esperança, do retorno dos abraços, dos afetos, das conversas nos corredores, dos happy hours e de muito mais que estávamos ansiosas e ansiosos para fazer. Mesmo com a carência de recursos, pela negativa de financiamento das agências de fomento Capes e CNPq (na época sob a coordenação do governo Bolsonaro), que historicamente sempre estiveram junto conosco, a diretoria executiva da SBPJor, juntamente com o coordenador do prêmio Adelmo Genro Filho, a coordenadora do Encontro de Jovens Pesquisadores de Jornalismo (JPJOR) e a equipe da UFC organizadora local, que muito se empenhou para a realização pelo 20º Encontro, realizamos um grande evento, promovendo um espaço acolhedor para a efervescência de ideias, conhecimentos e afetos.

A temática que marcou a 20ª edição dos Encontros da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) foi "Entre crises e (re)construções: a pesquisa em jornalismo 20 anos depois". O tema provocou reflexões e debates sobre as constantes crises que mobilizam o jornalismo, os jornalistas e os pesquisadores, bem como as construções e reconstruções necessárias e propulsoras das mudanças no campo. A conferência de abertura, realizada na noite do dia 09 de novembro, abordou o tema "As metáforas do jornalismo: mutações e desafios" com a participação da pesquisadora da Universidad Argentina de la Empresa/UADE, Buenos Aires – Argentina, Adriana Amado. Já a abertura do 13º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor) ocorreu na manhã do mesmo dia com a apresentação dos trabalhos vencedores em três categorias do Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo 2022 (trabalhos esses que compõem este livro), mais o relato da trajetória de pesquisadora de Dione Moura, agraciada com o PAGF na categoria Sênior. Ainda na tarde do mesmo dia, os jovens pesquisadores apresentaram 30 trabalhos, espalhados em seis salas de discussão. A programação do evento ainda reuniu oito oficinas de formação em pesquisa, realização da reunião geral e setorizada das Redes de Pesquisa da SBPJor.

O segundo dia de evento contou com a mesa de debate "Entre crises e (re)construções: a

pesquisa em jornalismo 20 anos depois", com a/o pesquisador/a professora Dra Roseli Figaro (USP) e com o professor Dr. Carlos Franciscato (UFS). Também foi realizada a entrega do Prêmio Adelmo Genro Filho 2022 e na sequência a sessão de lançamento de livros. O evento ainda promoveu o IX Seminário da Pós-Graduação em Jornalismo, o PósJor, importante momento de articulação que mais uma vez reuniu representantes dos Programas de Pós-Graduação em Jornalismo ou em Comunicação com ênfase na pesquisa em Jornalismo.

Além de todos esses espaços, a SBPJor 2022 congregou 118 trabalhos científicos de 277 autores, de pelo menos 20 universidades diferentes. Foram realizadas 19 sessões de Comunicações Livres que reuniram 63 trabalhos, mais duas Sessões Coordenadas e outras 13 Sessões Coordenadas de Redes de Pesquisa, somando 55 trabalhos nessas duas modalidades. Já o 12º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor) recebeu 29 artigos de 73 autores, o que resultou em seis sessões temáticas.

Mesmo que os números de trabalhos apresentados no 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e no 11º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor) não tenha chegado perto dos dois últimos Encontros que foram realizados de maneira remota, as discussões foram ainda mais proveitosas, principalmente porque elas se estendiam até os espaços de happy hours, almoços, coffee breaks.

Acreditamos que este livro é um relato e registro do evento que marcou duas décadas de potentes discussões sobre o campo da pesquisa, da profissão e do fazer jornalístico, sob olhares críticos para o jornalismo.

Desejamos a vocês uma excelente leitura!

## MESA DE DEBATE

## Entre crises e reconstruções: a pesquisa em jornalismo 20 anos depois

Cíntia Xavier <sup>1</sup> Carlos Franciscato <sup>2</sup>

Roseli Figaro <sup>3</sup>

Ao longo dos últimos 20 anos pesquisadores do Jornalismo, se reúnem todos os anos, no mês de novembro, para debater o Jornalismo, como instância de pesquisa, como campo de produção de conhecimento, como área de atuação e inserção na dinâmica social. O evento é uma oportunidade dos pesquisadores compartilharem os resultados de suas pesquisas, além de realizar trocas e atualizações sobre o contexto da pesquisa no Brasil e em outras regiões do mundo.

Organizados pela SBPJor, os encontros oferecem temáticas que vão desde o "Pesquisa em Jornalismo, conhecimento e resistência: o legado de Adelmo Genro Filho", tema do 19º encontro, passando por "Análise da natureza e história do jornalismo, conceitos e modelos de jornalismo, Teorias normativas e Impacto das novas tecnologias" (GRUPOJOL, 2003), eixos propostos no 1º Encontro realizado em 2003, quando a entidade estava em fase de criação.

Para tentar fazer um balanço do que foram os últimos 20 anos de pesquisa em jornalismo, no Brasil, os professores Roseli Figaro (USP) e Carlos Franciscato (UFS) foram convidados a produzir reflexões na mesa de debate: Entre crises e reconstruções: a pesquisa em jornalismo 20 anos depois. Os professores ofereceram duas perspectivas distintas e até certo ponto, complementares. Propuseram reflexões a partir das pesquisas que desenvolvem e dos eixos de interesse.

Ao longo de sua trajetória como pesquisador, o professor Carlos Franciscato observa os fenômenos do jornalismo por diferentes entradas. Desde as bases para delimitação teórica da atualidade como conceito para o jornalismo (FRANCISCATO, 2003), até descrever as condições das inovações tecnológicas e o impacto nas organizações jornalísticas (FRANCISCATO, 2017. FRANCISCATO; SILVA, 2020). Sistematizações sobre levantamentos metodológicos acerca da pesquisa aplicada em jornalismo (FRANCISCATO, 2017), também estiveram no horizonte do trabalho do professor. Nesse contexto, as preocupações com os interesses e resultados de buscas realizadas por outros pesquisadores e a organização do campo também orientaram os esforços da mesa de debate.

O professor Carlos Franciscato realizou um levantamento sobre a consolidação de cenários de pesquisa com as principais tendências nas investigações em Jornalismo, nos últimos 25 anos. Em sua exposição o professor buscou resposta para a seguinte indagação: "Como os estudos de jornalismo têm abordado e produzido diagnósticos para compreender as transformações em curso no

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Professora do PPGJornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Professor da Universidade Federal de Sergipe.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Professora da Universidade de São Paulo.

século XXI?" (FRANCISCATO, 2023, p.5<sup>4</sup>). Para dimensionar os movimentos e principais percursos da pesquisa em Jornalismo, foram realizadas buscas nos textos publicados em língua inglesa. O levantamento realizado apresenta um conjunto de artigos científicos em jornalismo publicados nos últimos 25 anos (FRANCISCATO, 2023, p.1).

Para chegar a interpretar os cenários de emergência, consolidação e tendências de investigação (FRANCISCATO, 2023) a busca teve como referência os artigos científicos em língua inglesa, "via Google Acadêmico, de artigos indexados em um dos termos Journalism studies, Theories of journalism e Theory of journalism até o limite de 300 primeiros documentos ranqueados em cada um dos três intervalos temporais" (FRANCISCATO, 2023, p.06). Os intervalos temporais estabelecidos para a busca foram separados em cinco anos cada: 1997-2001, 2007-2011 e 2017-2021.

Para dialogar com o temário apresentado na proposta da mesa, o professor Fransciscato destacou o temas que mais apareceram no material observado. Explicitando a pouca ênfase que a palavra crise teve nos textos selecionados para o corpus:

Nos 326 artigos científicos que constituíram o corpus inicial desta pesquisa, os temas das transformações, da crise e do futuro do jornalismo foram tratados na maioria das abordagens, embora a ênfase tenha sido mais gradualista e menos fatalista: o termo "crise", por exemplo, muito pouco apareceu nas palavras-chaves (FRAN-CISCATO, 2023, p.04).

Os movimentos nos temas de investigação mapeados também ajudam a estabelecer as principais áreas de interesse e como elas foram sendo transformadas no decorrer dos 25 anos do recorte. Franciscato encontrou nas palavras-chaves dos artigos as indicações de como o jornalismo foi se adaptando às mudanças tecnológicas.

Em contrapartida, há significativos apontamentos para salientar que o jornalismo se transforma de maneira acelerada e imprevisível, e isso desafia a academia a acompanhar e entender o grau dessas mudanças, bem como a demanda por novos posicionamentos teóricos, temáticos, disciplinares e metodológicos, em que fenômenos transversais como a digitalização intensiva, a globalização e a erosão da democracia solicitam uma revisão de fundamentos, procedimentos, desenho organizacional e talvez até das bases do estatuto do jornalismo (FRANCISCATO, 2023, p.04).

O diálogo com as condições de produção traz efeitos nas investigações, provocando um articulações entre o que se verifica na produção jornalística, quer no mundo corporativo ou em diferentes âmbitos produtivos da notícia.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>A organização das informações apresentadas pelo professor Carlos Franciscato na mesa resultou na publicação do artigo "TRÊS CENÁRIOS EM 25 ANOS DA PESQUISA EM JORNALISMO (1997-2021)" publicado na BJR, que passamos a usar como referência para fazer a síntese da palestra.

[...] perceber que elementos a academia tem trazido para caracterizar as transformações da atividade; como esses estudos têm apontado a profundidade e a extensão dessas mudanças; e de que formas essas pesquisas apontam tendências na configuração das pesquisas em jornalismo nas últimas décadas (FRANCISCATO, 2023, p.02).

Nas sínteses da amostra observada é possível dimensionar um temário de interesse nos grupos e quantidades de artigos encontrados. Com o eixo estudos de jornalismo, com as palavras Journalism studies aparecerem 283 artigos e um gradual crescimento ao longo dos anos. Nos cinco primeiros anos (1997-2001) foram recolhidos um total de 56 artigos com o termo. No intervalo posterior (2007-2011) o número de artigos com os termos mais que dobrou chegando a 117 artigos que apareceram na busca. No último intervalo (2017-2021) circunscrito pela pesquisa o número se manteve estável, ficando um pouco abaixo, como 110 artigos, com o termo Journalism studies.

Os outros termos de busca tiveram número bem menor de artigos listados. Theories of journalism apresentou um conjunto de 22 artigos na soma dos intervalos e Theory of journalism somou 21.

No retrato apresentado sobre os cenários da pesquisa em jornalismo é possível identificar que houve aumento no número de artigos pesquisados. "Isso se deve a dois motivos básicos: a digitalização da produção científica se intensifica a partir da década de 2000; e o surgimento de um maior número de periódicos científicos especializados em jornalismo nesses últimos 20 anos." (FRAN-CISCATO, 2023, p. 6).

As sínteses alcançadas a partir das palavras-chaves foram concentradas em quatro eixos principais: Fundamentos e questões epistemológicas do jornalismo; Perspectivas amplas de estudo aplicadas ao jornalismo; Modelos e áreas de estudo do jornalismo; Interfaces com áreas de conhecimento (FRANCISCATO, 2023, p. 7). Dentro das categorias de análise criadas a partir da leitura flutuante, o professor Franciscato (2023) observou o grande fluxo de pesquisas concentrado no primeiro eixo, fundamentos e questões. Como quase a metade das palavras-chaves estiveram agrupadas nos fundamentos e questões epistemológicas do jornalismo, o dado revela os esforços "da comunidade científica em abordar o jornalismo como fenômeno particular que demanda modelos próprios de estudo" (FRANCISCATO, 2023, p.9).

Ainda dentro do universo das sínteses, o professor defende que houve um crescimento no interesse na área tanto pela ampliação no número de revistas, como na própria produção de resultados de pesquisas publicados na área. Defende ainda que, embora em alguns momentos se adote uma perspectiva de crise das instituições, entre elas o jornalismo, este ainda tem uma centralidade como objeto de estudo.

"Pelo número de artigos analisados e sua riqueza acadêmica, foi possível constatar que, mesmo em um cenário de possível enfraquecimento do jornalismo, a atividade não perdeu a centralidade como objeto de estudo para compreender formas, lugares e a importância do jornalismo nas sociedades contemporâneas" (FRANCISCATO, 2023, p. 23).

É possível destacar ampliação da diversidade "temática nos estudos de jornalismo, em movi-

mentos entrecruzados de atravessamentos teóricos e especialização de modelos" (FRANCISCATO, 2023, p. 23-24). Nos eixos de interesse, o professor ressalta "estabilidade nos modelos de estudo do jornalismo durante as últimas décadas em torno de questões" que podem ser concentradas em cinco eixos: estudos sobre a notícia e noticiabilidade; a produção e as rotinas de trabalho jornalístico; o jornalismo como profissão e identidade; os estudos de enquadramento; e questões de ética e deontologia do jornalismo (FRANCISCATO, 2023, p.24).

Por fim, uma ressalva que pode ser feita é sobre as plataformas que tem centralizado a pesquisa e circulação, quer como repositório dos resultados das pesquisas, com da própria produção jornalística, é também uma dimensão problemática. Destaque para a falta de transparência no armazenamento e disponibilização dos dados.

Esta pesquisa utilizou, além do ranqueamento do Google Acadêmico, um rastreamento na plataforma para capturar apenas artigos que tivessem no mínimo 40 citações, para contrabalançar o ranking original. Entretanto, mesmo a mensuração das citações pela plataforma utiliza procedimentos fechados ao conhecimento acadêmico (FRANCISCATO, 2023 p. 24).

Naturalmente que os últimos apontamentos do professor Franciscato sobre a falta de transparência das plataformas abrangem a toda comunidade de pesquisadores. Não somente aos pesquisadores em jornalismo. Mas o levantamento realizado pelo professor oferece uma visada e um mapa interessante do que se produz de pesquisas sobre o jornalismo e as áreas de interesse dos pesquisadores.

A professora Roseli Figaro, por sua vez, apresentou os principais resultados de 10 anos de pesquisa em jornalismo, a partir das contribuições do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT. A professora centra suas pesquisas nas relações entre comunicação organizacional, jornalismo e mundo do trabalho. Os movimentos de pesquisa desenvolvidos por Figaro buscam entender as mudanças do jornalismo no mundo do trabalho (FIGARO, 2013), nas condições de produção de trabalho dos jornalistas em organizações (FIGARO, 2008). Ainda sobre as condições de trabalho observando arranjos econômicos alternativos (FIGARO, 2019).

Em 2013 lançou o livro As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas, no prefácio o professor José Marques de Melo destacou a importância do resultado da pesquisa, em função de que naquele momento ainda eram carentes os estudos que revelassem as peculiaridades e dimensionassem as tendências (MELO, 2013, p. IX). "Desde que fundou o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho na Escolas de Comunicações e Artes, Roseli Fígaro se tornou legatária desse semento de estudo comunicacional brasileiro"... (MELO, 2013, p. X).

Os movimentos de pesquisa que geram resultados a partir do CPCT têm início em 2009, com a pesquisa "O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo. Um estudo das mudanças no mundo do jornalista profissional em São Paulo". Na sua fala, a professora situa que as condições do trabalho do jornalismo entre 2005 e 2008 podiam ser registradas por alterações das atividades dos jornalistas e das empresas de comunicação. "Os jornalistas ocupavam distintos postos nas empresas de comunicação. Exerciam atividades de jornalismo, de marketing, relações públicas, publicidade e

de gestão e direção da organização" (FIGARO, 2022).

Como resultado do perfil do jornalista, na pesquisa desenvolvida entre 2009 a 2012 está precarização. No seu bojo está a intensificação de atividades sem vínculo, demissões, juvenização, crise geracional, mudanças nas rotinas produtivas. Reforçando as características apresentadas estão: o trabalho como freelancer, as redes sociais, onde 70% são mulheres e 57% têm até 30 anos (FIGARO, 2013, p. 3).

Em sua exposição a professora Roseli seguiu demonstrando as sínteses dos movimentos de pesquisa realizadas para entender o que acontece com os profissionais do jornalismo ao longo dos momentos posteriores. Entre 2016 e 2018 o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho buscou observar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. O desafio para os profissionais na comunidade investigada foi arranjar-se para trabalhar, buscar formas organizativas para poder exercer o jornalismo fora da estrutura convencional.

Entre 2017 e 2020, o Centro fez um novo movimento de pesquisa, dessa vez olhando o discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. Esse projeto teve apoio do CNPq, chamada Universal. Nos resultados, CPCT observou que não há periodicidade no regime de publicação, ou seja, os arranjos alternativos carecem de regularidade nas publicações. Outro aspecto levantado é que há uma ausência de valores-notícia no que se refere às instâncias de seleção, composição e circulação.

Novamente os anos de 2017 a 2020 e 2021 a 2023 foram pesquisadas as relações de comunicação e condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. Durante a investigação foram observados os enlaces possíveis de pesquisa na América Latina. Nesse cenário as sínteses alcanças demonstraram que há arranjos jornalísticos em países da América Latina com financiamento por fundações e projetos de empresas do norte global.

Durante o ano de 2020 o Centro também investigou como trabalham os comunicadores na pandemia de Covid-19. A pesquisa foi realizada entre 5 e 30 de abril de 2020. Entre os resultados encontrados estão a intensificação dos usos dos aplicativos e a redação virtual. Além disso, observou também o regime de publicação e as instâncias de composição, seleção e circulação.

No ano de 2021 o CPCT seguiu investigando como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19. A pesquisa realizada entre 5 e 30 de abril de 2021. Nos resultados houve reforço nas sínteses encontradas na pesquisa anterior, na qual se verificou a intensificação dos usos dos aplicativos e redação virtual. Os pesquisadores buscaram entender o regime de publicação e as instâncias de composição, seleção e circulação. Procuraram estabelecer informações sobre os adoecimentos, intensificação das jornadas – absoluta e relativa. Verificou também a hibridização das funções e a desespecialização com a produção de conteúdo.

Entre as sínteses globais dos 10 anos do CPCT a professora destacou os principais desafios. Para Figaro (2022) a atividade jornalística revela-se polivalente, em que os profissionais produzem conteúdo para várias mídias. Observa que a atividade jornalística tem características alteradas: linguagem SEO e métricas das plataformas ditam o que é notícia. O Centro de Pesquisa em Comunicação

e Trabalho identifica ainda a desespecialização em relação à deontologia do jornalismo. Nota-se uma necessidade de arranjar-se para trabalhar com a criação de múltiplos e um número significativo de pequenos veículos, que são novos manejos.

No que se refere às empresas tradicionais registra uma concentração com equipes menores e multitarefas. Percebe-se ainda um aprofundamento das diferenças entre os poucos que conseguem emprego e os muitos que buscam arranjar-se. Existe ainda uma confusão entre o que é discurso jornalístico e as distintas narrativas com finalidade de marketing. A desespecialização conta com o endosso do final do diploma e a queda da obrigatoriedade do registro profissional (Gov. Temer MP 905/2019, em 21/04/2020).

Ao final de sua explanação a professora Roseli Figaro destacou os desafios importantes para o jornalismo: regulamentação das plataformas de comunicação e a necessidade da regulamentação do trabalho em plataformas.

Um aspecto dos movimentos apresentados pelos professores que pode ser destacado é a preocupação com as plataformas. Pelo lado do professor Carlos Franciscato a ênfase é a falta de transparência nos ranqueamentos das pesquisas publicadas nas revistas. Na perspectiva da professora Roseli Figaro é a necessidade de regulamentação das plataformas e os modelos de regulação do trabalho.

Para contribuir com o mapa sobre os movimentos de pesquisa apresentados pelos professores Roseli Figaro e Carlos Franciscato, no horizonte do que foram os 20 anos de encontros promovidos pela SBPJor, abaixo vai uma tabela com os encontros. Na tabela estão organizados os temas, os locais do evento e os convidados que participaram das mesas de debate. E que venham os próximos 20 anos da pesquisa em Jornalismo no Brasil.

ANO	TEMA	LOCAL	CONVIDADOS	EDIÇÃO
2022	Entre crises e reconstruções: a pesquisa em jornalismo 2 20 anos depois Pesquisa em Jornalismo, conhecimento e resistência: o	Fortaleza, CE	Adriana Amado da Universidad Argentina de la Empresa/UADE de Buenos Aires – Argentina. José Luís Garcia – Instituto de Ciências Sociais	20°
2021	legado de Adelmo Genro Filho Pesquisa em jornalismo e democracia em tempos de	online	da Universidade de Lisboa (Portugal) Susanne Fengler – Universidade Técnica de	19°
2020	) pandemia	online	Dortmund	18°
2019	Pesquisa em jornalismo e Ética Profissional Pesquisa em Jornalismo: dos conflitos em pauta aos	Goiânia, GO	Tim P. Vos – Michigan State University (EUA) John S. Bak, da Universidade de Lorraine	17°
2018	3 conflitos do campo	São Paulo, SP	(França) Jyotika Ramaprasad, da Universidade de Miami	16°
2017	' Direitos Humanos e a Pesquisa em Jornalismo A pesquisa em Jornalismo como espaço de observação	São Paulo, SP	(EUA)	15°
2016	o do mundo: silêncios, censuras e potências Pesquisa em Jornalismo e reconfiguração de fronteiras:	Palhoça, SC	Diretoria Executiva da SBPJor James Curran, da Universidade de Londres	14°
2015	tensões, interfaces e diálogos Pesquisa em Jornalismo para o século XXI: as	Campo Grande, MS Santa Cruz do Sul,	(Inglaterra) Pere Massip, da Universidade Ramon Llull	13°
2014	audiências e reconfiguração dos sujeitos	RS	(Barcelona/Espanha) Florence Le Cam, da Universidade de Bruxelas	12°
2013	3 10 anos de Fortalecimento da Pesquisa em Jornalismo	Brasília, DF	(Bélgica) Frederico Tavares (Dr), Juliana Fernandes	11°
2012	Pesquisa em Jornalismo na América Latina	Curitiba, PR	Teixeira (Mest.), Carina Mersoni (IC) e Graça Caldas (Sênior) John Pavlik, Un. NJ (EUA); Axel Bruns, Un. T. Queensland (AUS); e Ramón Salaverría, Un.	10°
2011	Jornalismo e Mídias Digitais Desafios da pesquisa em jornalismo: interdisciplinaridade	Rio de Janeiro, RJ	Navarra (ESP)  Muniz Sodré, da Universidade Federal do Rio de	9°
2010	e transdisciplinaridade	São Luiz, MA	Janeiro Pamela Shoemaker, Un. Syracuse (NY/EUA);	8°
	A Pesquisa em Jornalismo em um mundo em		Ibrahim Saleh, Un. Cairo (EG); e Erik Neveu, I.	
2009	) transformação	São Paulo, SP São Bernardo do	Pol. Rennes (FR) Silvio Waisbord, The George Washington	7°
2008	A construção do campo do Jornalismo no Brasil	Campo, SP	University	6°
	Metodologias de Pesquisa	Aracaju, SE	Maxwell Mccombs, Universidade do Texas	5°
2006	S Pesquisa em Jornalismo e interesse público	Porto Alegre, RS	Denis Ruellan, Univerdide de Rennes Javier Diaz Noci, Universidad de País Vasco; Thomas Hanitsch, Universidade de Ilmenau;	4°
	Novas tendências da pesquisa em Jornalismo	Florianópolis, SC	Nelson Traquina, Universidade Nova de Lisboa	3°
2004	A pesquisa em Jornalismo no Brasil Análise da natureza e história do jornalismo, conceitos e modelos de jornalismo, teorias normativas e impacto das			2°
2003	novas tecnologias	Brasília, DF		1°

## Referências

GRUPO JOL. Últimas Notícias. Disponível em: https://facom.ufba.br/jol/materias/sbpjor\_recebe\_trabalhos.htm Acesso em: 25/09/2023.

FIGARO, R. As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: ATLAS, 2013.

FIGARO, R. O mundo do trabalho e as organizações: abordagens discursivas de diferentes significados. Organicom, [S. l.], v. 5, n. 9, p. 90-100, 2008. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2008.138986. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138986. Acesso em: 10 out. 2023.

FIGARO, R. Barros, J. V.; Kinoshita, J. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. 2019, Anais.. Goiânia: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2019. Disponível em: https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003029161.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

FIGARO, R. 10 anos de pesquisa em jornalismo: contribuições do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT. Mesa de debates, 20º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo. Fortaleza, 2022.

FRANCISCATO, C. E. (2023). THREE SCENARIOS IN 25 YEARS OF JOURNALISM RESEARCH (1997-2021). Brazilian Journalism Research, 19(1), e1573. DOI: 10.25200/BJR. v19n1.2023.157.

FRANCISCATO. C. E. A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica. Tese (doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003.

FRANCISCATO. C. E; SILVA, G. S. Fatores sociais nos estudos de inovação em organizações jornalísticas. Estudos em Jornalismo e Mídia.Vol. 17 Nº 1 Jan-Jun de 2020.

FRANCISCATO, C. E. A INOVAÇÃO METODOLÓGICA COMO PROBLEMA NA PESQUI-SA EM JORNALISMO DIGITAL. Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura. v. 15n.1 (2017): Dossiê Temático Inovação no Jornalismo: escopo e percursos.

MELO, J. M. Prefácio. IN: FIGARO, R. As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: ATLAS, 2013.

## 10° Posjor: Em busca da institucionalidade

Edgard Patrício <sup>1</sup>
Juliana Teixeira <sup>2</sup>

O 10° Seminário de Programas de Pós-graduação em Jornalismo – 10° PosJor, realizado durante o 20° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – 20° SBPJor, aconteceu em Fortaleza, em 2022. E com uma singularidade. Foi o seminário que retomou as atividades presenciais depois do início da pandemia. Essa fase de 'transição' repercutiu no número de participantes presentes às discussões. Mesmo assim, conseguimos reunir dez representantes de oito programas de pós-participação interessados em articular ações conjuntas no âmbito da pós-graduação em Jornalismo.

As discussões tiveram como orientação a necessidade de estruturarmos, de maneira mais sistematizada, as atividades do fórum. A ideia é que sua atuação não se limite a discussões acontecidas apenas durante o evento. Mas que possa ganhar fôlego e se incorporar ao cotidiano dos programas de pós-graduação, preferencialmente de forma articulada e em diferentes dimensões. Essa articulação, da mesma maneira, pode ter uma natureza flexível. A colaboração entre dois ou mais programas vão ser estimuladas. Quantos mais programas participarem da atividade proposta por um deles, mais fácil pra se chegar a alguns consensos e resultados.

O tempo para diálogos e encaminhamentos foi dividido em dois momentos. No primeiro, abertura das atividades para a discussão sobre possíveis diretrizes à atuação do Fórum, no sentido de construir uma institucionalidade mais expressiva. As diretrizes aprovadas espelham a diversidade dos programas de pós-graduação participantes, que não se restringem aos programas em jornalismo. As diretrizes apontam para a) construir uma identidade do PosJor (inclusive visual, com logomarca própria), a partir de suas especificidades de atuação; b) vincular o PosJor a uma atuação política de fortalecimento da pesquisa em Jornalismo; c) fortalecer as linhas de pesquisa em jornalismo nos programas mais amplos, de Comunicação; d) desenvolver ações articuladas entre dois ou três PPGs, tendo como âncoras especialmente aqueles mais diretamente vinculados ao Jornalismo; e) reforçar o PosJor como articulador dos resultados que as redes de pesquisa podem trazer; f) articular grupos de pesquisa em jornalismo, a partir de ações conjuntas; g) incentivar a realização de projetos de pesquisas conjuntos pelas redes de pesquisa; h) utilizar recursos do Proap para fi-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Docente do Curso de Jornalismo/Instituto de Cultura e Arte e do Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará (UFC). Coordena o grupo de pesquisa PráxisJor - Práxis no Jornalismo (UFC). Coordena o Programa de Extensão Comunicação e Políticas Públicas.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Docente do Departamento de Comunicação Social. Também é professora permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. É líder do grupo de pesquisa Jornalismo, Inovação e Igualdade.

nanciamento de ações específicas da pesquisa em jornalismo; i) institucionalizar cooperações que envolvam PPGs e grupos de pesquisa em Jornalismo.

Especificamente em relação à diretriz vinculada à institucionalização das cooperações entre os programas de pós-graduação, há um diagnóstico que aponta para a existência dessas ações, mas não sua incorporação e disseminação na cultura organizacional dos programas participantes. É o que acontece, por exemplo, em relação às disciplinas propostas e compartilhadas por dois ou mais programas. Ao mesmo tempo em que se demanda um trabalho intenso de articulação, essas disciplinas não são registradas como tal, até pela impropriedade de gestão da burocracia da pós-graduação no Brasil. Isso impossibilita que o trabalho seja considerado em seus diferenciais e inovação, e que possa ser reconhecido pelos procedimentos de avaliação dos programas, pela Capes.

Essas diretrizes, a partir da discussão no fórum, foram pensadas como suporte a ações a serem desenvolvidas no âmbito do PosJor. Entre elas, a) um mapeamento dos grupos e projetos de pesquisa em Jornalismo; b) a realização de reuniões conjuntas de grupos de pesquisa, com a possibilidade da realização de eventos pontuais também conjuntos; c) o desenvolvimento de disciplinas conjuntas específicas em jornalismo; d) a realização de bancas a partir de convites a colegas de outros PPGs, com a viabilização de palestras, minicursos e disciplinas modulares intensivas durante a estadia; e) a publicação sobre a pesquisa em Jornalismo e seus impactos na sociedade, com capítulos produzidos pelas Redes de Pesquisa.

Em torno do desenvolvimento de disciplinas conjuntas específicas em jornalismo, o diagnóstico foi de que há uma demanda dos estudantes que pesquisam especificamente sobre temáticas do campo, mas que fazem parte de programas de pós-graduação amplos (em Comunicação), cujas ofertas da matriz curricular não disponibilizam disciplinas específicas em jornalismo. Resultado desse direcionamento, ao longo de 2023, o Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC), propôs a oferta de disciplinas de 01 (um) crédito (16 h/a) por cada um dos programas participantes. Nesse caso, se teria um 'cardápio' de várias disciplinas/temáticas específicas em jornalismo, oferecidas de maneira remota, em que a(o) estudante poderia 'montar' sua própria oferta para o semestre em Curso. Essa ação tem previsão de ser desenvolvida pelos programas em 2024.

Em relação à gestão do PosJor, Edgard Patrício (PPGCOM/UFC) deixa a coordenação assumindo Juliana Teixeira (PPGCOM/UFPI), reforçando a ideia de alternância de gestão -a cada ciclo, a vice-coordenação assume a coordenação, escolhendo-se nova vice-coordenação.

Participação do 10º PosJor, em Fortaleza.

Cintia Xavier (PPGJor/UEPG)
Rafael Bellan (Poscom/UFES)
William Robson (Fapern/Uern)
Luiz Henrique Zart (PPGJor/UFSC)
Mara Rovida (PPGCC/Uniso)

Bruno Balacó (PPGCOM/UFC)
Luãn Chagas (PPGCOM/UFMT)
Edgard Patrício (PPGCOM/UFC)
Juliana Teixeira (PPGCOM/UFPI)
Raquel Ritter Longhi (PPGJor/UFSC)

# 12º JPJor: modalidade híbrida como forma de resistência da pesquisa em jornalismo na graduação

Juliana Doretto 1

O ano de 2022 representou a retomada dos congressos presenciais no campo científico brasileiro, após dois anos de isolamento social provocado pela pandemia de Covid-19. Com a população vacinada, já com uma dose de reforço na proteção, o país viu os casos da doença diminuírem drasticamente, e, felizmente, as mortes por eles causadas. Assim, no 12º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor), realizado em novembro daquele ano, pudemos receber novamente estudantes de graduação ou recém-formados nas salas de aula da Universidade Federal do Ceará, em Fortaleza, que sediou o congresso. Ali, eles compartilharam os resultados de suas pesquisas, desenvolvidas ainda em um difícil período, com volta paulatina de aulas e orientações presenciais.

No entanto, compreendendo as dificuldades que ainda faziam parte da rotina dos brasileiros no período, com os reflexos econômicos da pandemia, a diretoria da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBJor), que organiza o evento, decidiu abrir a possibilidade de os jovens investigadores apresentarem seus trabalhos também de modo virtual, adotando, portanto, a modalidade híbrida. Isso possibilitou que estudantes de diversas instituições de ensino, que não puderam arcar com os custos do deslocamento até o Ceará, apresentassem suas pesquisas de iniciação científica ou as conclusões de suas monografias, realizadas em trabalhos de conclusões de curso.

A seguir, apresentamos detalhes sobre essa edição do evento, realizando um trabalho reflexivo que nos possibilita registrar e avaliar aspectos importantes do desenvolvimento da pesquisa em jornalismo nos cursos de graduação no país, por meio do que vem sendo construído no JPJor.

Os 12 anos de JPJor

O evento destinado aos estudantes de graduação ou a recém-formados surge em 2011, quando a Associação já realizava seu nono encontro. O objetivo foi fomentar a pesquisa em jornalismo num estágio anterior à pós-graduação, de modo a criar um espaço de troca e aprendizado entre futuros ou jovens jornalistas e estimular o ingresso na carreira acadêmica. Tal espírito está presente na dinâmica do congresso, já que os pareceristas podem indicar correções e aperfeiçoamentos aos trabalhos, e não apenas aprovar ou reprovar os artigos enviados. A indicação para os avaliadores é, sempre que necessário, proporcionar que o estudante possa fazer sua pesquisa avançar, de modo que ele apresente um texto o mais bem estruturado possível no congresso, com reflexões amadurecidas.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. E-mail: juliana.doretto@puc-campinas.edu.br.

Ainda com o objetivo de fomentar o trabalho acadêmico, o JPJor privilegia mestres e doutorandos como pareceristas dos textos submetidos. O objetivo é possibilitar que pesquisadores em
formação possam ganhar experiência na análise de artigos, o que não apenas contribui para o
aperfeiçoamento das investigações dos estudantes de graduação, mas também possibilita que os
pareceristas consigam enxergar pontos aperfeiçoar em seus próprios trabalhos, num importante
exercício de aprendizado.

Nesta edição, foram 40 pareceristas envolvidos na avaliação, de 13 instituições de ensino superior, públicas e privadas. Entre elas, duas são portuguesas, Universidade Fernando Pessoa e Universidade do Minho, representadas por pesquisadores envolvidos com a realidade brasileira e que, por isso, puderam emitir pareceres sobre os trabalhos dos JPJor.

Outro aspecto que tem marcado a organização do JPJor é o fato de seus coordenadores assumirem a gestão do evento por mais de um ano. Tal fato releva o envolvimento dos pesquisadores com o encontro e resulta ainda no aperfeiçoamento da estruturação do processo avaliativo e de apresentação dos trabalhos, já que os coordenadores aproveitam a experiência anterior para corrigir ou ampliar alguns modos de conduzir esse momento de formação dos estudantes.

Esses coordenadores, ao longo dos 12 anos, vieram de quatro regiões do Brasil (exceto a Norte), de universidades públicas e privadas, de capitais e do interior. A participação feminina nessa condução, no entanto, pode e deve aumentar, como podemos ver no gráfico abaixo:

Quadro I – Histórico dos 12 anos do JPJor

Edição	Sede	Cidade	Coordenação
2011	Universidade Federal do		Victor Gentilli (UFES) e
	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro/RJ	Josenildo Guerra (UFS)
2012	Pontifícia Universidade		Victor Gentilli (UFES) e
	Católica do Paraná	Curitiba/PR	Josenildo Guerra (UFS)
2013	Universidade de Brasília	Brasília/DF	Liziane Guazina (UnB)
2014	Universidade de Santa Cruz	Santa Cruz do	Josenildo Guerra (UFS) e
	do Sul	Sul/RS	Marcelo Träsel (PUCRS)
2015	Universidade Federal do	Campo	Marcelo Träsel (PUCRS)
	Mato Grosso do Sul	Grande/MS	
2016	Universidade do Sul de		Marcelo Träsel (PUCRS)
	Santa Catarina	Palhoça/SC	
2017	Universidade de São Paulo	São Paulo/SP	Marcelo Träsel (PUCRS)
2018	FIAM-FAAM Centro		
	Universitário e		Rodrigo Botelho-Francisco
	Universidade Anhembi		(UFPR) e Alciane Baccin
	Morumbi	São Paulo/SP	(FIAM-FAAM)
2019	Universidade Federal de		Alciane Baccin (Unipampa) e
	Goiás		Rodrigo Botelho-Francisco
		Goiânia/GO	(UFPR)
2020	Virtual	-	Vitor Belém (UFS)
2021	Virtual	-	Vitor Belém (UFS)
2022	Universidade Federal do		
	Ceará	Fortaleza/CE	Juliana Doretto (PUC-Campinas)

Com o congresso de 2022, o JPJor ultrapassou a marca de 600 trabalhos apresentados, ao longo de todas as suas edições (Quadro 2): foram 631, ao todo. No entanto, os 32 artigos aprovados representaram diminuição no total de artigos submetidos em relação ao de anos anteriores. As dificuldades geradas pela pandemia, somadas ao desinvestimento estatal na pesquisa durante o governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), com substancial cortes de bolsas de estudo, foram, a nosso ver, responsáveis por esse número. Chama a atenção ainda que apenas sete deles foram inscritos para apresentação presencial, o que indica também as dificuldades dos estudantes para se deslocarem até a cidade que recebeu o congresso.

Quadro 2 – Histórico de trabalhos aprovados no JPJor												
Edição	<u> </u>		III		_						ΧI	XII
Trabalhos	57	70	67	58	28	32	30	76	52	74	55	32

Os trabalhos foram apresentados em seis mesas, que reuniram os textos por afinidade temática. Apenas uma delas ocorreu de modo presencial, mas, para que o público presente também pudesse acompanhar os debates, mesmo as sessões remotas foram moderadas por pesquisadores que estavam em Fortaleza, e as apresentações dos alunos foram projetadas nas salas de aula. O objetivo foi, portanto, tornar o evento o mais inclusivo possível, aproveitando as possibilidades trazidas pela modalidade híbrida, mas sem descuidar dos participantes presenciais, que eram sobretudo estudantes da Universidade Federal do Ceará. Os coordenadores das mesas foram doutorandos, principalmente do estado do Ceará, que também apresentaram trabalhos no congresso da SBPJor. Alguns deles foram ainda avaliadores dos textos enviados ao JPJor.

As problemáticas abordadas nos textos revelam a diversidade das investigações, com ênfase em discussões sociais contemporâneas que se constroem também por meio das narrativas noticiosas, como as resistências periféricas, o enfrentamento ao racismo e à violência de gênero e a inclusão das pessoas com deficiências. O consumo de podcasts e sua influência crescente no mercado midiático brasileiro também recebeu uma sessão de debate. A maioria dos trabalhos foi assinada pelo estudante e por seu orientador, mas sete trabalhos tinham como autores três ou mais nomes, o que demonstra a participação dos alunos em projetos de investigação de maior porte, que necessitam de trabalho de campo mais intenso, por exemplo.

	Quadro 3 – Se	essões temáticas do 1	L2º JPJor
Títulos	Trabalhos	Autores (podem incluir os orientadores)	Coordenador(a)
Política, periferias e celebridades (presencial)	6	16	Matheus Lobo Pismel (Universidade Federal de Santa Catarina)
Construção da notícia e discurso jornalístico	5	14	Janayde Goncalves (Universidade Federal do Ceará)
Tecnologias digitais e redes sociais	4	12	Ivone Rocha (Universidade Federal de Santa Catarina)
Enquadramento, agendamento e política editorial	5	15	Renata Juliotti (Universidade Metodista de São Paulo)
Gênero, etnias e minorias	5	11	Cláudia Regina Ferreira (Universidade Federal do Ceará)
Podcast e telejornalismo	4	9	Luan Santana (Universidade Federal do Cariri)

Em relação à distribuição territorial dos trabalhos, 13 instituições de ensino foram representadas no evento, de todas as regiões do país, exceto a Norte — o que aponta, mais uma vez, para a desigualdade estrutural no desenvolvimento científico brasileiro, mas também nos faz refletir sobre a necessidade de pensar em ações que estimulem a participação dos estudantes de mais estados e universidades ou faculdades no JPJor. O Sul foi a área de onde vieram dez trabalhos; do Sudeste, nove; e do Nordeste, sete.

	Quadro	4 - Distribuição dos trabalhos por região - 12º JPJor	
Região	Estado	Instituição	Trabalhos
Nordeste	CE	Universidade de Fortaleza	1
Nordeste	CE	Universidade Federal do Ceará	1
Nordeste	RN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	1
Nordeste	AL	Universidade Federal de Alagoas	1
Nordeste	CE	Universidade Federal do Piauí	1
Nordeste	PI	Universidade Estadual do Piauí	2
Centro-Oeste	DF	Centro Universitário IESB	2
Centro-Oeste	DF	Universidade de Brasília	2
Sudeste	RJ	Universidade Federal Fluminense	1
Sudeste	RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro	1
Sudeste	SP	Pontifícia Universidade Católica de Campinas	5
Sudeste	SP	Universidade Estadual Paulista	1
Sudeste	MG	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	1
Sul	RS	Universidade Federal de Santa Maria	4
Sul	RS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos	2
Sul	RS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	2
Sul	RS	Universidade de Passo Fundo	1
Sul	RS	Universidade Federal do Pampa	1

Como balanço da edição, ressalta-se a importância de oferecer a possibilidade de apresentação remota dos trabalhos, ao mesmo tempo em que se entende que, para isso, é necessário organizar uma estrutura ainda mais adequada à modalidade híbrida. Refletindo os cortes orçamentários vividos pelas universidades federais, as sessões de apresentação do JPJor enfrentaram problemas de conexão na rede local. Além disso, a SBPJor não pode contratar os serviços de uma plataforma de realização de eventos remotos, pelo custo que isso implicaria à instituição (e, consequentemente, a necessidade de aumentar os valores das taxas de inscrição).

No entanto, mesmo com as dificuldades, compreende-se que a 12ª edição do congresso também representou mais um espaço de resistência da atividade de pesquisa, em meio a um período de desmonte da investigação e de ataque à prática jornalística, que observamos durante o governo de Jair Bolsonaro. Reunir novamente estudantes de graduação de diversas parte do país, proporcionando troca de reflexões e experiências acadêmicas, foi também mais um modo de ressaltar a importância do conhecimento científico — nesse caso, estruturando a jornada acadêmica de futuros jornalistas ou de jovens recém-formados.

## Os próximos encontros do JPJor

Os desafios para a continuidade do Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo não são poucos. Entende-se que a próximo evento ainda irá refletir os anos de desinvestimento em pesquisa no Brasil e também a crise econômica gerada pelo período pandêmico. Ao mesmo tempo, se faz necessário pensar novas formas de participação dos estudantes, que possam auxiliá-los a desenvolver suas pesquisas, sem, no entanto, deixar de valorizar a importância dos encontros presenciais, e a imersão por eles provocada. A participação dos estudantes em três dias de evento, nos quais podem não apenas debater seus trabalhos, mas também participar de oficinais e de mesas envolvendo pesquisas desenvolvidas na pós-graduação, representa avanço substancial na formação desses jovens investigadores. O contato online, apesar de inclusivo, não possibilita essa intensa troca.

Por isso, as edições futuras do encontro, que se darão (espera-se) num contexto político mais favorável ao desenvolvimento científico, podem marcar ações da SBPJor em busca de ampliação do incentivo à pesquisa em jornalismo também no nível da graduação. Tal investimento representa não apenas uma melhor formação para os futuros jornalistas como também o fortalecimento da investigação na área da comunicação social. Afinal, fazer pesquisa durante o curso de jornalismo faz com que os alunos compreendam não apenas a importância da construção do conhecimento científico para o desenvolvimento social mas também os avanços que ele possibilita à prática jornalística. Em outras palavras: pesquisar o jornalismo é também fortalecer a função social da atividade de reportar.

# PARTE II PRÉMIO ADELMO GENRO FILHO DE PESQUISA EM JORNALISMO

## PESQUISADOR SÊNIOR

# 20 anos de SBPJor e 20 anos de cotas UnB: uma trajetória afrocentrada em defesa do jornalismo de qualidade e da inclusão

Dione Oliveira Moura 1

Como ponto de partida para organizar o presente Memorial em resposta ao convite da SBPJor posteriormente ao Prêmio Adelmo Genro Filho Maturidade Acadêmica 2022, o qual tive a honra de receber das mãos da Diretoria e Conselho Científico da SBPJor, recorro ao suporte conceitual de linhas de força, como proposto por Foucault (DELEUZE, 2005), para discorrer sobre minha trajetória profissional. Linhas de força as quais se estabelecem no saber, poder e nos processos de subjetivação, propõe o autor. Não seria diferente nos processos de subjetivação de uma carreira como docente e pesquisadora, proponho. Foucault, segundo afirma Deleuze (2005:124) "não faz uma história das instituições, mas das condições nas quais elas integram relações diferenciais de forças, no horizonte de um campo social". Assim, a construção de minha carreira como jornalista, docente e pesquisadora está inserida nas "relações diferenciais de forças" da Universidade Pública na qual atuo— a Universidade de Brasília (UnB), assim como das associações científicas como a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e a Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo (ABEJ), dentre outras nas quais atuo ou atuei como conselheira ou dirigente.

Nesse sentido, venho apresentar uma reflexão sócio-histórica sobre meu percurso de docente e pesquisadora, com foco central nos estudos de jornalismo e na perspectiva da inclusão. Dou início na construção desta reflexão sócio-histórica de uma forma muito apropriada para os relatos de trajetórias: parto da linha de força que é minha história familiar - uma família nordestina (pai piauiense, do município de Corrente, mãe baiana, do município de Barreiras; uma família preponderantemente negra e com ramos familiares de antepassados portugueses e indígenas). Família que, mesmo meus pais tendo obtido somente o ensino básico, mantiveram a agenda de promover educação para os filhos. Uma educação vista como direito, como inclusão, como humanização de uma família de retirantes. Foi aí, nessa infância particular, historicamente situada, que vim a conhecer que a história, mesmo sendo dada como previsível pelas conjunturas sociais, pode ser reescrita positivamente e o faz por meio da ação social.

Ilustro essa linha de força com a única foto (Fig.1) que tenho ao lado do meu pai, estamos na nossa casa na periferia urbana de Goiânia, Goiás, pouco tempo depois dessa foto nosso pai veio a falecer de parada cardíaca, estima-se que fruto da Doença de Chagas adquirida na zona rural do Piauí aonde nasceu.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Professora Titular da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília Láurea Prêmio Adelmo Genro Filho Maturidade Acadêmica 2022

Figura 1 - Linha de força familiar



Legenda Figura 1: Os pais da autora, senhor Diocleciano e senhora Mouranísia, ao lado de parte dos filhos (Cristina, Dione, Francisco e Maria Luiza) e de Divino, uma criança amiga da família, anos 70 do século XX, em Goiânia, Goiás. A foto é na área externa da casa e foi feita em polaroid por sobrinhos Moura Gonçalves da mãe da autora, sobrinhos que tinham migrado para o exterior em fins dos anos 60 e vieram visitar a família Oliveira Moura em Goiânia. Naquela ocasião, a casa da família Oliveira Moura era em chão de terra batido, as paredes eram de reboco com palha de arroz, não havia asfalto nem serviço de iluminação urbana.

Figura 2 - Linha de força gestão científica



Legenda Figura 2: Primeira Gestão da SBPJor (2003-2005), eleita em 29 de novembro de 2003 na assembleia de fundação da SBPJor na Universidade de Brasília, campus Darcy Ribeiro. Na primeira fila sentados à mesa a Diretoria Executiva: Victor Gentilli (UFES), Luiz Gonzaga F. Motta (UnB), Elias Machado (UFBA), Eduardo Meditsch (UFSC) e Dione Moura (UnB). Na segunda fila, José Luiz Proença (USP), Alfredo Vizeu (UFPE); Cláudia Lago (USP); Francisco Karam (UFSC); Márcia Benetti (UFRGS); Sônia Serra (UFBA); Zélia Leal Adghirni (UNB); Marcos Palácios (UFBA); Beatriz Becker (UFRJ). Crédito foto: Gerson Luiz Martins.

E a imagem da Fig. 1, dessa infância que, ao destacar retiro do espaço simbólico usual de infância perdida e elaboro existencialmente como infância vivida, trago aqui para nosso diálogo narrativo ao colocar a Fig. 1 em complemento de contraste em linearidade histórica com a foto da primeira Diretoria da SBPJor (Fig.2) feita 31 anos depois da Fig. 1.No registro da Fig. 2 tenho a honra e oportunidade de ingressar como a única pesquisadora mulher na primeira Diretoria SBPJor² como Diretora Editorial, posição que ocupei por dois mandatos (2003-2005 e 2005-2007). Na segunda diretoria SBPJor, tivemos mais duas pesquisadoras mulheres ao meu lado, Cláudia Lago e Márcia Benetti, na Diretoria Executiva da SBPJor)³. Posteriormente, participei de uma terceira gestão da SBPJor quando fui eleita para presidência da Associação (2011-2013), ao lado da estimada Kênia Maia na vice-presidência e uma valorosa equipe de diretoria e conselheiras/conselheiros⁴. Até a nossa gestão 2011-2013, a SBPJor não tinha tido uma pesquisadora mulher seja presidência seja na vice-presidência, importante pontuar para mapearmos o processo de femilização (YANNOU-LAS,2012) da gestão da entidade, com construção que prossegue crescente, e necessária, de um espaço mais igualitário para nós mulheres pesquisadoras do jornalismo.

O contraste na linha do tempo dessas duas fotos (Fig. 1 e Fig. 2) é absolutamente significativo, pois no intervalo de 3 décadas (anos 70 aos anos 2000) dessas duas fotos, tornei-me órfã, minha mãe tomou a frente da condução financeira e de educação dos filhos (e sobrinhos que ela agregou como filhos), fiz o ensino primário, ginasial, científico, superior, uma especialização, tornei-me mãe, fiz um mestrado e doutorado seguido de estágios de pós doc. este último finalizado em 2001, dois anos antes da fundação da SBPJor). E, por fim, em junho de 2003, 5 meses antes da criação da SBPJor, Fig. 2, tornei-me relatora do plano de ação afirmativa da UnB (MOURA,2004) - ingresso de negros e indígenas-, plano este que mudou por completo, e de forma positiva, a história da edu-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Primeira Diretoria SBPJor (2003-2005): Diretoria Executiva Presidente: Elias Machado (UFBA) Vice-Presidente: Luiz Gonzaga Motta (UnB); Diretor Administrativo: Victor Gentilli (UFES); Diretor Científico: Eduardo Meditsch (UFSC); Diretora Editorial: Dione Moura (UNB). Conselho Científico: Alfredo Vizeu (UFPE); Beatriz Becker (UFRJ); José Marques de Melo (UMESP); José Luiz Proença (USP); Marcos Palacios (UFBA); Sonia Serra (UFBA); Zélia Leal Adghirni (UNB); Conselho Administrativo; Claudia Lago (USP); Mágda Cunha (UFRGS); Francisco Karam (UFSC).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Segunda Diretoria da SBPJor (2005-2007): Diretoria Executiva Presidente: Elias Machado (UFSC); Vice-Presidente: Luiz Gonzaga Motta (UnB); Diretora Administrativa: Claudia Lago (Universidade Anhembi Morumbi); Diretora Científica: Marcia Benetti Machado (UFRGS); Diretora Editorial: Dione Moura (UnB); Conselho Científico Alfredo Vizeu (UFPE); Beatriz Becker (UFRJ); Eduardo Meditsch (UFSC); José Marques de Melo (UMESP); José Salvador Faro (UMESP/PUC-SP); Marcos Palacios (UFBA); Sonia Virginia Moreira (UERJ). Conselho Administrativo Victor Gentilli (UFES); Mágda Cunha (PUC-RS); Kênia Maia (UFRN).

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Quinta Diretoria da SBPJor (2011-2013): Diretoria Executiva Presidente: Dione Moura (UnB); Vice-presidente: Kênia Maia (UFRN); Diretor Administrativo: Demétrio de Azeredo Soster (UNISC); Diretora Científica: Luciana Mielniczuk (UFRGS); Diretora Editorial: Iluska Coutinho (UFJF); Conselho Científico: Beatriz Becker (UFRJ); Christa Berger (UNI-SINOS); Edson Fernando Dalmonte (UFBA); Fábio Henrique Pereira (UnB); Fernando Resende (UFF); José Luiz Aidar Prado (PUC-SP); José Luiz Proença (USP); Conselho Administrativo: Edna Mello (UFT); Paula Melani Rocha (UEPG); Joanita Mota de Ataíde (UFMA).

cação brasileira<sup>5</sup> (MOURA, 2013). A própria atuação como relatora das políticas de cotas foi uma linha de força que direcionou o relevante espaço na minha agenda de trabalhos e vivência história por uma década, até o momento que a UnB entregou o relatório de 10 anos de ações afirmativas, com resultados excelentes.

Voltando à linha de força com a qual iniciei o fio de meada desta narrativa, relembro que, nos idos dos anos 70, para criarem os filhos (e sobrinhos que vinham de Brasília, recém-criada, ou do então norte de Goiás, cidade de Dianópolis, para estudar em Goiânia), meus pais fundaram nossa humilde casa na periferia de Goiânia, casa que foi nosso lar por longos e muito felizes anos.

Na sede da casa, de tudo nossos pais faziam para conseguir manter a família - filhos e sobrinhos instalou no quintal da casa uma fábrica de farinha. Era a empresa familiar "Produtos Alimentícios Maravilha". Aos finais de semana, nós filhas, filhos disputávamos o direito de irmos acompanhar papai nas vendas da feira de domingo. Em um barração com uma enorme balança, os irmãos mais velhos e primos e nosso pai faziam o trabalho pesado, e as crianças menores ficávamos ali (mais atrapalhando do que ajudando), mas pensávamos estar ajudando. O fino da farinha voando no ar bailava, grãos leves, ondulantes e translúcidos que, em uma espécie de caleidoscópio, desenhavam qualquer tipo de destino (bom ou ruim) para a criança que em breve seria órfã de pai. Inicialmente, nossa mãe determinou-se a manter a fábrica em funcionamento. No entanto, meu tio Aloísio, que era o contador da fábrica de farinha, faleceu de morte natural um mês após meu pai. Meu irmão mais velho, José Lourenço, havia falecido um mês antes de meu pai, vítima da epidemia de meningite dos anos 70. Foi muito. Tornou-se, por fim, inviável minha mãe prosseguir com a fábrica de farinha. A um leitor ou leitora eventual podem parecer detalhes muito frugais, mas, não, não são. Se queremos mesmo saber da sócio-história das pesquisadoras negras brasileiras, incluindo as do campo do jornalismo, como é meu caso, sim, temos que observar, registrar e compreender as linhas de força que teceram nossas histórias. Sigamos.

Consegui, conseguimos, eu, meus irmãos escaparmos da linha de força da histórica discriminação racial, fruto do processo escravagista colonial, prescrevia: nós deveríamos falhar, deveríamos perder, não deveríamos, nós crianças negras órfãs, dizia 'o destino', não devíamos termos acesso à educação, à saúde, ao trabalho, à vida digna - pauta fundamental se pensarmos na Declaração Universal dos Direitos Humanos

Ao retornar o caminho e visualizar as linhas de força que interagiram com minha carreira acadêmica para elaborar o presente memorial em referência ao Prêmio Adelmo, assim como o fiz no memorial para Titular, tive que revisar o sentido nato de cada decisão de carreira, sentido esse que deu partida a alguma trajetória específica, com alguns pontos de rede que demarcaram as trajetórias que elenco a seguir:

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Entrevista da autora ao portal Brasil de Fato. Disponível em: https://www.brasildefato.com.br/2023/06/13/pioneira-na-adocao-de-cotas-raciais-unb-completa-20-anos-de-acoes-afirmativas#:~:text=A%20professora%20e%20pesquisa-dora%20Dione,surgiu%20a%20Lei%20de%20Cotas. Acesso em: 12 out 2023.

- 1 Trajetória na gestão acadêmica: A linha de força da carreira no âmbito 'gestão' teve o primeiro passo dois anos após concursada, por meio da eleição para Chefia Departamental do Departamento de Jornalismo da FAC-UnB, trajetória de gestão acadêmica na qual persisto na atualidade por meio da Direção da Faculdade de Comunicação (2019-2023 e 2023-2027), tendo sido anteriormente Coordenadora de Graduação, Coordenadora de Pós, Chefe Departamental, na FAC-UnB, e Diretora no Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação), na Administração Superior da UnB, dentre outras experiências de gestão acadêmica. Na gestão acadêmica, pensar e operacionalizar perspectivas de apoio e de inclusão tem sido uma tônica constante em minha atuação como gestora embasando-me na premissa constitucional e que a Educação é dever do Estado e direito de todos.
- 2 Trajetória no ensino na Graduação e na Pós-Graduação e na Extensão: A atuação no ensino de graduação e de pós-graduação segue um fluxo um tanto quanto usual, mas nem tão usual quando destaco a persistência na centralidade das disciplinas de pesquisa em jornalismo (como Pré-Projeto em Jornalismo), na graduação, Seminário de Linha, na Pós-Graduação. E, ainda, destaco a busca permanente de estabelecer o tripé ensino-pesquisa-extensão,notadamente por meio do Projeto Cartas para o Amanhã: inspirações em Lélia Gonzalez, no qual estamos escrevendo cartas para as futuras estudantes negras, indígenas e quilombolas dos próximos 60 anos da Universidade de Brasília.
- 3-Trajetória na gestão em Associações Científicas, destacando a trajetória na SBPJor: A trajetória na gestão em Associações Científicas teve primeiro passo em 2003, quando a FAC-UnB, por meio do PPG/Linha Jornalismo e Sociedade, colocou-se como protagonista, ao lado de outras universidades públicas, na fundação da Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor). Fui sócia-fundadora da entidade, participei da comissão organizadora do 1º evento, na sede da UnB. Participei da primeira diretoria eleita da SPBJor, como Diretora Editorial, ocasião em que fui coautora do Projeto Editorial da Brazilian Journalism Research (BJR), revista lançada por nossa Diretoria SBPJor em 2005 e atualmente indexada em importantes bases internacionais e nacionais e incorpora plenamente à SCIELO em 2021.

Da experiência na SBPJor, sem contar a participação em publicações de artigos e em mesas coordenadas, que foram muito profícuas e gratificantes, quero destacar, para o presente capítulo não somente a própria inovação da BJR como uma revista com foco central na pesquisa em jornalismo, a primeira no campo como bilingue (português e inglês) e destaco também a iniciativa coletiva da equipe BJR em editarmos dossiês sobre a pesquisa em jornalismo (MOURA, 2005a; MOURA, 2005b, MOURA, 2006).

Na segunda diretoria, prossegui na Diretoria Editorial levando adiante o Projeto da BJR ao lado de toda a equipe editorial da revista. Na quinta diretoria da SBPJor, fui eleita a primeira presidenta pesquisadora mulher da SBPJor, dando início a um processo de feminilização da entidade, como citado anteriormente. Também atuei na Diretoria da SOCICOM e atualmente participo pela terceira ocasião na gestão da Diretoria da ABEJ – Associação Brasileira de Ensino Jornalismo. A

atuação nas diretorias das Associações Científicas é uma trajetória que me tem propiciado possibilidades de atuar nas interrelações com o campo científico, pensar e propor políticas científicas via fóruns dos quais participam tais entidades – a exemplo das comissões de C&T e Educação no Congresso Nacional, levando pautas relevantes tais como a Defesa do Diploma Profissional para o Jornalismo. Destaco, ainda, na experiência da SBPJor, a riquíssima atividade de Coordenar em uma ocasião e participar em outras ocasiões como avaliadora do Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo.

Por fim, em 2023, estamos retornando a SBPJor à UnB, como boa filha que à casa torna para celebrar os 20 anos de fundação da entidade. A Fig. 3 representa o produto de nossa oficina de marcadores de página, um trabalho que simboliza o envolvimento e compromisso da equipe de estudantes da FAC-UnB conosco nos preparativos para o evento. E a Fig. 4 sinaliza o ciclo também de 20 anos de outro projeto que aqui demarca minha carreira profissional: os 20 anos da política de ações afirmativas da UnB (MOURA e SANTOS, 2022). Prossegui minha carreira sempre com o foco central nas relações entre Comunicação e Sociedade, também atuei, como pesquisadora e docente, em projetos de inclusão minorias e de políticas de ações afirmativas, no qual destaco, em termos de políticas públicas de impacto nacional (pelo mérito do protagonismo da UnB), a oportunidade efetivada de ter atuado como relatora das ações afirmativas na UnB.

Figura 3 – 20 anos SBPJor



**Legenda Figura 3:** Resultado da oficina de marca página, trabalho coletivo da equipe de estudantes que coordenamos coletivamente na organização da SBPJor 20 anos.O envolvimento das gerações de graduandas e graduandos significam vitalidade ao futuro das associações científicas.

Figura 4 – Ações afirmativas



Legenda Figura 4: Obra "Vá no seu tempo e vá até o final: mulheres negras cotistas no marco dos 60 anos da UnB. Referência relevante traz inéditos depoimentos com resultados positivos da política de cotas da UnB. Disponivel para download gratuito em: https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/book/303

Por fim, a perspectiva da defesa do jornalismo de qualidade e da inclusão étnico-racial tem sido temáticas constantes em minhas pesquisas, orientações de TCC, IC, Pós-Graduação e supervisão de Pós Doc. Os Estudos de gênero, com ênfase nos direitos das mulheres e, mais acentuadamente, das mulheres negras - negras como eu que, como eu podem ter, muito provavelmente conhecido a exclusão social por meio da discriminação racial durante os processos de socialização/escolarização.

E é por tais mulheres negras brasileiras, especialmente, as jornalistas negras, que atuo desde uma perspectiva de intelectualidade compromissada com a redução das desigualdades. Para que as mulheres negras, indígenas e de outros segmentos historicamente minorizados possam vir a conhecer a inclusão por meio do jornalismo de qualidade, das políticas públicas de igualdade e/ou de ações afirmativas. Nessa dimensão, encontram-se minhas pesquisas ao examinar a vigilância comemorativa (NORA,1993) em torno de intelectuais do feminismo negro, como Lélia Gonzalez, o projeto Cartas para o Amanhã e minhas pesquisas sobre o triplo telhado de vidro raça/gênero/classe presente na carreira das jornalistas negras brasileiras (MOURA e COSTA, 2018; MOURA, 2018; MOURA, 2019; MOURA, 2019; MOURA e SANTOS, 2020, dentre outras obras).

Nesse ramificações de linhas de força até constituir-me como uma docente Titular da UnB e laureada Prêmio Adelmo Genro Filho SBPJor 2022, no ainda diminuto conjunto de docentes negras da UnB, menor ainda o elenco de docentes negras titulares na UnB e no Brasil, vim tomando decisões em torno das linhas de força, construindo minha carreira na subjetivação socialmente construída, focada em ser uma referência familiar também para as gerações futuras de minha família- isso é uma linha de força e sempre será. Carreira construída sempre em parceria e interação no contexto das redes de pesquisa. Carreira definitivamente demarcada pelo parti pris da defesa do jornalismo de qualidade e socialmente referenciado, da igualdade racial, do combate ao racismo, de defesa da igualdade de gênero e racial para as mulheres negras, especialmente destacando a atuação profissional e perfil das jornalistas, docentes e pesquisadoras negras brasileiras. Sigamos.

## Referências

Deleuze, Gilles (ed.). Foucault. São Paulo: Brasiliense, 2005.

MOURA, Dione Oliveira. Introduction to the dossier report. Brazilian Journalism Research. Vol.1, N. 1, 2005a. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/33. Acesso em: 16 out 2023.

MOURA, Dione Oliveira. Introduction to the dossier report. Brazilian Journalism Research. Vol.1, N. 2, 2005b. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/49. Acesso em: 16 out 2023.

MOURA, Dione Oliveira. Introduction to the dossier report. Brazilian Journalism Research. Vol.2, N. 1, 2006. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/64/65. Acesso em: 16 out 2023.

MOURA, Dione O. Plano de Metas para a Integração Social, Étnica e Racial na UnB. Relatório da Comissão de Implementação. In: Joaze Bernardino; Daniela Galdino. (Org.). Levando Raça a Sério. 1ed.Rio de Janeiro: DP&A, 2004, v., p. 217-228.

MOURA, Dione. 15 anos de cotas e as universidades não "caíram" de qualidade. E agora ? Disponível em:https://www.noticias.unb.br/artigos-main/3713-quinze-anos-de-cotas-e-as-universidades-nao-cairam-de-qualidade-e-agora. Acesso em: 10 out 2023.

MOURA, Dione O. COSTA, H. M. R.. Mulheres jornalistas e o 'teto de vidro raça/gênero/classe' a tensionar a carreira das jornalistas negras brasileiras. In: AGUIAR, Leonel; SILVA, Marcos Paulo da; MARTINEZ, Mônica. (Org.). Desigualdades, Relações de Gênero e Estudos de Jornalismo. 1ed. São Paulo: Life Editora, 2018, p. 193-207.

MOURA, Dione O. As mulheres jornalistas negras e a identificação do teto de vidro gênero/raça/classe? no processo de feminização do jornalismo no Brasil. In: Ser Negra: VII Semana de Reflexões sobre Negritude, Gênero e Raça do IFB, Brasília, 2018.

MOURA, Dione O. Excluídas dentre as excluídas: as jornalistas negras perante o teto de vidro gênero/raça/classe no processo de feminização do jornalismo no Brasil. In: BELISÁRIO, Kátia;

MOURA, Dione O.; GUAZINA, Liziane S. (Org.). Gênero em pauta: Desconstruindo violências, construindo novos caminhos. 1ed.Curitiba: Appris Editora, 2019, p. 139-151.

MOURA, Dione Oliveira; ALMEIDA, Tânia Mara. Ancestralidade, Interseccionalidade, Feminismo Afrolatinoamericano e Outras Memórias sobre Lélia Gonzalez. Revista Arquivos do CDM, Volume 8, N.2. Jul/Dez, 2019.

MOURA, Dione Oliveira; SANTOS, Elen Cristina Ramos dos . O encontro da Vigilância Comemorativa com a epistemologia negra e o feminismo negro: um dos lugares-memória de Lélia Gonzalez. In: MOREIRA, Marcos; SANTOS, Ivair Augusto dos. (Org.). As estruturas dissimuladas do racismo: história, memórias e resistências. 1ed. Porto Alegre: Nova Praxis Editorial, 2020, v. 1, p. 167-189.

MOURA, Dione Oliveira; SANTOS, Deborah. Vá no seu tempo e vá até o final: mulheres negras cotistas no marco dos 60 anos da UnB. Brasília: Editora UnB, 2022. Disponível em: https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/book/303

NORA, Pierre. Entre memória e história. A problemática dos lugares. Proj. História. São Paulo, n.10, dez. 1993.

YANNOULAS, S. C. Feminização ou Feminilização? Apontamentos em torno de uma categoria. Temporalis, [S. l.], v. 11, n. 22, p. 271–292, 2012. DOI: 10.22422/2238-1856.2011v11n2 2p271-292. Disponível em: https://periodicos.ufes.br/temporalis/article/view/1368. Acesso em: 12 out. 2023

### Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo

Janaína Kalsing <sup>1</sup>

Orientação: Ana Cláudia Gruszynski / Coorientação: Marcia Benetti

## Introdução

Há pouco mais de uma década, o uso de softwares para monitorar hábitos de consumo e desempenho de produtos nas redações tem transformado o significado e as práticas do jornalismo – atividade marcada por profundas modificações no período pós-industrial, envolta pela atual plataformização do jornalismo. Essa ferramentas, acessadas por meio de programas como Chartbeat – software pago de exibição de métricas em tempo real, utilizado especialmente para monitorar a homepage de sites jornalísticos – e Google Analytics – serviço gratuito de recursos analíticos para sites e empresas que criam conta em sua plataforma – modificam fluxos, alteram rotinas e acionam questionamentos sobre valores fundamentais do jornalismo, como decidir o que é notícia e o que merece ser destacado.

É em um ambiente de transformações, de luta contra a irrelevância e de negação da perenidade de valores que os números da audiência aparentam ser um critério seguro para basear decisões editoriais (PITHAN, KALSING, EICHLER, 2020). O tema já vem sendo estudado desde meados dos anos 2000, especialmente no Exterior. São pesquisas que abordam o uso de dados de métrica de audiência como desencadeante de uma "revolução sutil" (MACGREGOR, 2007, p. 295), uma vez que essas ferramentas refinam práticas profissionais existentes, guiam práticas sociais emergentes e definem tensões no jornalismo. Autores, ainda, inter-relacionam a crise do modelo de negócio, o trabalho dos profissionais e os valores do jornalismo, em ambiente no qual o nível de audiência se apresenta como principal critério valorativo do conteúdo (ANDERSON, 2011a, 2011b; NAPOLI, 2012; TANDOC JR., 2014, 2015).

Mensurar a audiência ou incorporar o feedback do público na tomada de decisões editoriais não é um fenômeno novo (ZAMITH, 2018; VIEIRA, 2018), sequer uma manifestação de tempos de intenso uso de tecnologias da informação e da comunicação (TANDOC JR.; THOMAS, 2015). Conforme ponderam Lee, Lewis e Powers (2014), se pudessem olhar por cima dos ombros dos leitores e acompanhar quais matérias eram lidas, os editores dos penny papers², dos anos 1830,

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Jornalista, mestre em Estudos dos Media pela Universidade Nova de Lisboa e doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Rio Grande do Sul. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Digital - JorDi. E-mail:janainakalsing@gmail.com.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Relaciona-se à Penny Press, que marcou a passagem do jornalismo de opinião para o de informação, no século XIX, nos Estados Unidos, período no qual jornais eram vendidos ao equivalente a um centavo.

usariam isso para tomar decisões sobre futuras coberturas. Contudo, além da abundância de dados que podem ser mensurados a partir da navegação dos usuários, o rastreamento do comportamento da audiência atingiu níveis sem precedentes (VU, 2014).

Falar em "atingir níveis sem precedentes" faz refletir sobre a necessidade de se pensar o jornalismo não isoladamente, de se debruçar sobre a dinâmica social para compreender as profundas transformações do campo. A sociedade contemporânea está imersa em um amplo processo de plataformização (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018) e dataficação (VAN DIJCK, 2014). Trata-se de uma nova fase do capitalismo, chamado de capitalismo de dados ou de vigilância (ZUBOFF, 2015), cuja dinâmica está vinculada a cinco grandes empresas – Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft. São gigantes que controlam a economia digital por meio de suas poderosas plataformas.

Desta forma, o jornalismo e o trabalho do jornalista também se tornam plataformizados, com a crescente dependência de infraestruturas digitais e suas empresas, para que a atividade jornalística e o trabalho, de maneira geral, consiga ser desenvolvido. Não existe trabalho jornalístico fora das relações com as Big Tech, o que afeta desde os modelos de negócios até as narrativas e os modos de produzir e consumir jornalismo.

Este cenário de intensas transformações tensiona a profissão, levando profissionais a reinterpretar e reinventar suas atividades, desenvolvendo novas formas de trabalhar, bem como habilidades e estratégias para lidar com um novo paradigma tecnológico – embora sem abandonar a herança construída durante um longo período de jornalismo, no qual prevaleceu uma estrutura hierárquica vertical nas redações, a partir um de modelo de trabalho que pouco se alterou por praticamente três séculos. Fato é que a presença marcante das tecnologias digitais e as mudanças estruturais provenientes de um contexto de plataformização e dataficação vêm impactando a natureza e a forma dos produtos jornalísticos, movimento que traz uma série de dificuldades, desafios e oportunidades para seus profissionais.

Tendo em vista esse panorama, entender como as estruturas estão se adaptando à nova realidade social, econômica e tecnológica envolve, também, conhecer como seus profissionais vêm exercendo suas atividades no processo de produção do jornalismo digital e como se percebem dentro desse contexto. Este artigo, fruto da tese "Jornalistas Metrificados e a plataformização do jornalismo", tem como objetivo específico avaliar as mudanças na atividade jornalística associadas ao processo de plataformização do jornalismo, especialmente no que tange o uso de métricas de audiência. Para tanto, o manuscrito está dividido em quatro partes: inicialmente, expõe-se um breve referencial teórico que contextualiza o uso da métrica no ambiente de plataformização do jornalismo; após, é apresentada a metodologia; na sequência, são analisadas as falas dos jornalistas; e, por último, são realizadas considerações.

## Uso de métricas em um ambiente plataformizado

Nos últimos anos, a noção de público foi reinterpretada a partir de aferições quantitativas, em um processo de racionalização da compreensão da audiência (NAPOLI, 2012). Isso tem, até certa medida, impactado a prática laboral e as rotinas produtivas em diferentes níveis: a) O tráfego (real ou potencial) leva editores a ajustar sua avaliação sobre a validade da produção ou não de determinada notícia, continuar coberturas ou cobrir fatos semelhantes; b) Os números de audiência determinam a seleção, a remoção e o reposicionamento de chamadas de matérias na homepage; c) Os títulos são definidos ou reescritos sob critérios de obtenção de cliques; d) As métricas motivam o uso de fotografias, ou outros elementos gráficos adicionais, para tornar as matérias mais "clicáveis"; e) Uma vez que há um crescente número de acessos oriundos dos smartphones, os conteúdos são estruturados e "empacotados" para serem melhor lidos nesses meios, e para essa finalidade a duração dos vídeos é reduzida, bem como a extensão das matérias; f) O volume de audiência das matérias é parâmetro para os gestores avaliarem o desempenho dos autores e até mesmo recompensá-los financeiramente (KALSING, PITHAN, EICHLER, 2018).

Porém, as ferramentas de métricas não são as únicas a operar no sentido de angariar audiência. Para entrar na disputa por cliques, há uma série de técnicas utilizadas pelos jornalistas para que os conteúdos sejam encontrados nas plataformas de busca, caso do Google - como exemplo, está a otimização para SEO, uso correto de palavras-chave, domínio do Google Trends, construção de textos com "padrão Google" (os robôs dos buscadores escaneiam a Web e interpretam o texto dos sites de forma inteligente e, assim, conteúdos avaliados como de qualidade são priorizados para ranqueamento em relação outros conteúdos), entre outras técnicas.

A interferência das métricas na seleção daquilo que será notícia é negada por muitos jornalistas, embora pesquisas quantitativas revelam o contrário (WELBERS et al., 2016; LEE, LEWIS, POWERS, 2014). Para Welbers et al. (2016), essa contradição sugere ou que os jornalistas não estão cientes dessa influência ou que não estão dispostos a admiti-la. A divergência entre o que dizem e o que fazem permite supor que os jornalistas estão em conflito e lutam para equilibrar as normas tradicionais com o uso das métricas. Nesse sentido, os profissionais buscam equilíbrio entre o papel de fornecer informações relevantes (o que os editores acham que o público deve ler) e a necessidade de atrair público, fornecendo o que ele quer ler (CANAVILHAS; TORRES; LUNA, 2016; LEE; LEWIS; POWERS, 2014).

Com o acúmulo de funções, não há tempo para refletir e equilibrar a autonomia editorial e a influência do público. A balança desequilibra em favor da meta de aumentar o tráfego, sustenta Tandoc Jr. (2014). Há o emprego de termos – que na prática tradicional da profissão seriam considerados pouco usuais ou até mesmo reprovados – que operam como "isca de clique" para o público leitor. No mesmo sentido, quanto mais a percepção dos editores sobre a audiência resultar em retorno financeiro, maior a probabilidade de que façam alterações editoriais (VU, 2014). É a função de gatekeeper centrada na audiência.

Para Tandoc Jr. e Thomas (2015, p. 251), transferir as decisões para as mãos do público é a "admissão de um fracasso" do modelo de gatekeeper. Significa remover os jornalistas da narrativa, em vez de defender um jornalismo melhor, mais plural e mais ético, ou considerar a reforma das estruturas socioeconômicas que moldam e restringem a prática jornalística. Aderir ao ditame das métricas evita a difícil reflexão sobre como reconstruir o jornalismo e adaptá-lo à era digital sem sacrificar sua missão.

A busca por tráfego tende a ser naturalizada nas rotinas e chega a ser fonte de motivação para aqueles que desejam aceitação constante, fato verificado por Zamith (2018). Profissionais que constataram valor na análise de audiência também entendem como seu trabalho prioritário dar ao público o que deseja, afirma Zamith (2018). O autor avalia que o dominante pessimismo das primeiras pesquisas sobre o tema cedeu lugar para observações mais favoráveis sobre o uso das métricas na produção de conteúdo. Por outro lado, quando os números não vão bem, "a redação pode ser tomada por uma atmosfera um tanto sombria, frenética e até mesmo assustadora" (NGUYEN, 2016, p. 96). Há ainda mais tensões e conflitos nas redações, caso do sistema de pagamento e de bônus de equipe baseado em métricas, um mecanismo de disciplina da redação, podendo levar a elevados níveis de estresse (PETRE, 2015).

Petre (2015) detectou uma emocionalização da redação, uma vez que as métricas têm influência sobre as emoções e a moral de jornalistas, provocando excitação, ansiedade, insegurança, triunfo, competição e desmoralização. Mas, de todos os impactos provocados pelas métricas, o mais doloroso está na "crise de consciência" (NGUYEN, 2016, p. 96) que os jornalistas experimentam (ANDERSON, 2011a; TANDOC, 2014; MACGREGOR, 2007), isso quando não se demitem ou até mesmo mudam de carreira por não conseguirem aguentar a pressão de produzir notícias nos moldes impostos pelas métricas (PETERS, 2010).

Sedução por visibilidade, ostensividade dos números e chamariz das métricas impactam a cultura e a prática jornalística. Juntos, esses fatores contribuem para a "adoção de medidas desesperadas de atração da atenção do público, não devidamente ancoradas em valores jornalísticos ou sequer em estratégias comerciais" (VIEIRA; CHRISTOFOLETTI, 2016, p. 79). Pressões por resultados imediatos, incertezas sobre o comportamento da audiência e o abandono de parâmetros efetivamente informativos são os ingredientes necessários para se criar essa "cultura do clique", transformando-se em "um espírito de manada que contagia todos os postos da cadeia produtiva jornalística". A utilização de métricas nas redações pode representar um "casamento forçado" entre o trabalho noticioso e as métricas de audiência, avalia Nguyen (2016, p. 92), uma vez que jornalistas costumam ser hostis a "qualquer coisa numérica" e "tendem a dispensar completamente dados e estatísticas". Com softwares instalados em suas máquinas e, muitas vezes, sendo cobrados por audiência, há um processo de racionalização da compreensão da audiência (NAPOLI, 2012), que representa uma "transformação bastante dramática e radical na maneira como os jornalistas percebem e se relacionam com seu público" (NGUYEN, 2016, p. 92), pois, hoje, os jornalistas não podem mais "tranquilamente ignorar e abandonar as audiências para seus chefes como faziam nos 'velhos tempos'" (NGUYEN, 2016, p. 92).

Múltiplos fatores afetam a percepção dos profissionais sobre a qualidade da produção jornalística. Nela convergem demissões, sobrecarga e intensificação do trabalho e decisões de conteúdo condicionadas pelas métricas. Políticas editoriais são reformuladas dando prioridade ao que será clicado, o que elimina a necessidade de mão-de-obra jornalística qualificada e desvaloriza a autonomia jornalística.

## Metodologia

O sujeito, a partir de relatos pessoais, constrói um lugar de reflexão, de autoafirmação, de objetivação da própria experiência (SIERRA CABALLERO, 1998). Nesse sentido, a coleta de dados foi realizada junto a jornalistas que utilizam ou tenham utilizado métricas de audiência. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 12 jornalistas de Folha, Estadão, Zero Hora/GaúchaZH e O Globo, entre novembro de 2019 e outubro de 2020, de forma presencial ou virtual. A seleção dos sujeitos foi feita por meio da rede de contatos da pesquisadora.

Os dados originam-se de coleta para a tese que investiga as percepções e os tensionamentos de jornalistas em relação ao uso de métricas de audiência. Aliado a essa metodologia, foi utilizada uma adaptação da Análise de Conteúdo (AC), que possibilitou mapear esses aspectos e interpretá-los (BARDIN, 2011). O Quadro 1 lista os entrevistados, cujas identidades foram preservadas e são referidos por nomes fictícios, com a indicação do gênero real. Ainda, os nomes dos veículos são substituídos por letras. A idade e a função dizem respeito ao momento de realização da entrevista.

Quadro 1 - Características dos entrevistados

Nome fictício	Idade	Tempo na empresa	Veículo	Função
Lucas	35 anos	2 anos e dois meses	A	Editor digital
Pedro	39 anos	4 anos e cinco meses	A	Editor digital
Rafael	31 anos	8 anos	A	Editor impresso e digital
Ana	33 anos	9 anos e 10 meses	В	Repórter impresso e digital e editora digital
Paula	32 anos	6 anos	В	Repórter impresso e digital
João	30 anos	12 anos	В	Repórter digital e impresso
Maria	38 anos	16 anos	С	Editora digital
Paulo	40 anos	12 anos	С	Editor digital
Júlia	33 anos	4 anos	С	Editora impresso e digital
Leonardo	34 anos	1 ano e 2 meses	D	Editor digital
Fernando	37 anos	1 ano e 1 mês	D	Repórter impresso e digital
Luís	28 anos	5 anos e 4 meses	D	Editor digital

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

### O que dizem os jornalistas

Com base na análise das entrevistas, foi possível mapear os efeitos da utilização de métricas de audiência nas práticas jornalísticas. Assim, a partir de agora, serão apresentados, analisados e interpretados os conteúdos emergidos a partir da uma única categoria, "Ferramentas de métricas", expressa por meio de quatro aspectos: "Implementação", "Novas tarefas", "Cobranças" e "Impacto emocional" (Quadro 2). Sendo assim, este item inicia-se com a abordagem do como são e operam essas ferramentas de monitoramento da audiência, seguido das subcategorias.

Quadro 2 - Matriz de categorização do tema "Mudanças nas práticas jornalísticas"

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave			
	Implements 2	Formal	Organizações jornalisticas investem na implementação das ferramentas			
	Implementação	Informal	Jornalistas aprendem por conta própria a operar as ferramentas			
		Relatórios	Métricas subsidiam relatórios para tomada de decisões editoriais			
		Edição textual	Métricas normatizam a escolha de palavras conforme níveis de audiência			
	Novas tarefas	Postura competitiva	Em busca de audiência, jornalistas enfrentam concorrência dos demais veículos e também das editorias em seu local de trabalho			
		Redes sociais	Redes sociais surgem como fonte para produção de conteúdo			
Ferramentas de métricas		Pressão por resultados	Aumento da pressão sobre o desempenho do profissional, por conta da comparação de resultados oriundos das métricas			
	Cobranças	Enxugamento de postos de trabalho	As organizações dispõem de cada vez menos jornalistas para desempenhar uma quantidade cada vez maior de tarefas			
	Impacto emocional	Sofrimento	Sentimentos e sensações negativos são desencadeados pelo uso de métricas e por cobranças derivadas da utilização			
	impacto emocionar	Satisfação	Sentimentos e sensações positivos são desencadeados pelo uso de métricas			
Objetivo específico: Avaliar as mudanças na atividade jornalística associadas ao processo de plataformização do jornalismo.						

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

### Ferramentas de métricas

Instigados a refletir sobre ferramentas de monitoramento de audiência, os jornalistas relatam impactos profundos. Basicamente, duas ferramentas são operadas nas redações nas quais os jornalistas entrevistados atuam: Google Analytics e Chartbeat. O primeiro, um software gratuito de análise baseado em nuvem, permite que empresas e profissionais rastreiem o comportamento dos usuários e as interações com o site. O segundo, projetado para jornais digitais, é um software pago que ajuda a avaliar o desempenho do conteúdo e a identificar tendências em dados, com intuito de melhorar o engajamento do público.

Toda a experiência de navegação do usuário é registrada no servidor do portal do jornal e monitorada de forma instantânea por profissionais da redação: a origem do acesso, o caminho percorrido dentro do site, quais palavras-chave foram usadas na busca, as matérias acessadas, o tempo de leitura, o horário, entre outros. Esses dados acumulados dos usuários são mensurados por essas ferramentas, que fornecem um detalhamento das características e do comportamento de consumo das notícias.

Quando essas ferramentas ainda não estavam difundidas nas redações, a rotina dos jornalistas ao chegar ao local de trabalho poderia ser descrita como: folhear o jornal impresso do dia feito pelos colegas ou o da concorrência, ou ainda acessar o site do veículo ou da concorrência. Essa rotina foi transformada a partir da implementação das ferramentas de métricas, como explica Ana (2020, informação verbal):

Você nem começou a ver o teu dia ainda, tu já abriu aquilo, tu já [vai] vendo como é que tá a audiência do site, por onde que tá vindo. Isso é normal, isso se tornou uma rotina. Não de todos, mas de boa parte, principalmente dos chefes, dos editores executivos, dos editores, dos chefes de reportagem e de quem trabalha diretamente em editar os sites, né, trabalha na redação e tal. [...] a gente tem que buscar alguma coisa, garimpar, procurar, ligar, pra gente achar alguma coisa, pra poder dar audiência, já que a audiência tá fraca.

O mesmo hábito é descrito por Paula (informação verbal, 2020, grifo da autora):

Necessariamente, é a primeira coisa. Eu entro no computador: Chartbeat. E aí eu atualizo todas as redes sociais, depois eu espero meia hora para ver como performou o que eu atualizei. Aí, eu peço para o pessoal responsável colocar na capa: 'aumenta ali, põe no perfil do [nome oculto]'.

A rotina de Fernando (informação verbal, 2020) é semelhante: "Na hora que sento na minha mesa, faço três coisas: olho a audiência do dia anterior; olho como está a audiência no momento; e daí olho os e-mails pra começar a desembolar as coisas".

A partir do momento que jornalistas sabem o que, como e onde o público está consumindo, os

esforços de produção são orientados no sentido de atender às demandas e de incrementar a audiência. Nesse sentido, as empresas jornalísticas perceberam que "ferramentas de monitoramento de audiência podem ajudá-las a compreender seu público e a desenvolver narrativas, produtos informativos diversificados e multimídias conectados com os valores de um público específico" (SPINELLI; CORRÊA, 2017, p. 86). Os autores sustentem que "os negócios precisam ser readaptados a partir da formação de uma cultura organizacional que seja construída e evolua na direção dos valores mutantes requisitados por uma sociedade digitalizada" (SPINELLI; CORRÊA, 2017, pp. 75-76).

Porém, para entrar na disputa por cliques, além de ferramentas de métricas, os jornalistas precisam dominar técnicas de otimização para SEO, com objetivo de garantir que o conteúdo compartilhado seja acessado facilmente pelo público – exemplo disso é o uso de palavras bem ranqueadas pelo Google em títulos de matérias. Nesse sentido, observa-se que o trabalho dos jornalistas, mesmo dentro de organizações, é apropriado por uma grande plataforma, caso do Google, garantindo o processo de plataformização do jornalismo (BELL; OWEN, 2017; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018).

O Google é uma ferramenta que a gente tem de engolir. Tendo que engolir, temos de saber, pelo menos, como se beneficiar dela, essa é a perspectiva do [nome oculto]. [nome oculto] ainda trabalha para que isso aconteça. A gente tem curso de SEO [...] nas redes sociais, a estratégia é a mesma [...], mas eu não acho que faça bem. Falta criatividade. Já que vamos nos abraçar a essas plataformas, vamos tentar pelo menos fazer bem. As boas ações dos jornais nessas plataformas são atuações pontuais de alguns profissionais, não uma estratégia institucional [...] acho que é muito feijão com arroz num ambiente super competitivo, o que não resolve. (JOÃO, informação verbal, 2020, grifo da autora).

Sem entrar no mérito sobre o quão complexa pode ser a interferência de plataformas como o Google no jornalismo, fato é que elas foram incorporadas à rotina das redações. Não é por menos: 67% dos brasileiros consomem notícias por meio desses espaços, conforme o relatório do Instituto Reuters de 2020³. Aparentemente, não há a opção de ficar de fora. E mais: em meio a um amplo terreno de informações contidas na Internet, a disputa pela atenção do público se dá por diferentes estratégias, entre elas seguir a lógica dos algoritmos que permeiam o funcionamento de plataformas como Google e Facebook (BELL; OWEN, 2017; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018).

A maneira como ocorre a implementação das métricas nas redações, as novas tarefas e as cobranças orientadas por elas, assim como o impacto emocional nos jornalistas serão abordados nas subcategorias a seguir.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Disponível em: <a href="http://bit.ly/2LhUASE">http://bit.ly/2LhUASE</a>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

## Implementação

A implementação dos softwares de medição de audiência acontece de maneira formal, quando as empresas jornalísticas investem na aplicação desses recursos e oferecem subsídios e treinamentos para os jornalistas compreenderem o funcionamento, e de modo informal, quando os profissionais aprendem por conta própria a operar essas ferramentas.

Leonardo (informação verbal, 2020) conta que representantes do Chartbeat foram até a redação do jornal para oferecer treinamento aos jornalistas. O mesmo é relatado por profissional de outra redação. Muito dessa aproximação com os jornais do país, acredita Leonardo, deu-se em razão de um brasileiro trabalhar na empresa desenvolvedora do software: "Veio uma funcionária deles [do Chartbeat] lá de Nova York, pra cá. E eles [o próprio Chartbeat] pagaram tudo, a gente não pagou nada. Maravilhoso".

Júlia (informação verbal, 2020), por sua vez, relata ter aprendido a manusear as ferramentas no dia a dia e fala do ressentimento pela falta de treinamento, tanto para ela como para os demais colegas. Conta, ainda, que pediu para o jornal subsidiar um curso, mas não foi atendida. "O jornal não quis pagar, então, eu não fiz. Aí, eu fiquei: 'vem cá, vocês querem que eu trabalhe com SEO, mas vocês não querem pagar ou investir para que eu saiba exatamente o que fazer?'. Não vai funcionar, né, gente". Segundo a jornalista, existe a cobrança por bons títulos, por exemplo, mas não há mentoria de como chegar a eles:

O que mais me ressinto do jornal, e a gente já cobrou, é não ter tido cursos de SEO, é o básico. A gente é cobrado por títulos que funcionam no Google, mas a gente não tem a mais puta ideia do que funciona. A gente tem alguma ideia, mas é isso... base empírica (JÚLIA, 2020).

Na contramão, Maria (informação verbal, 2020) relata que o jornal oferece cursos a todos, "idealmente a cada semestre". Conta, também, que a mentoria acontece no dia a dia:

A gente tá o tempo inteiro ensinando pequenos grupos a usar e a enxergar os dados. Eu brinco que pra ser [cargo ocultado], você tem que ter muita paciência de falar e conversar com as pessoas. O melhor jeito é pegar casos específicos e ir na mesa do ser e "você tá vendo isso aqui? Tá vendo o que significa? É isso, isso, isso". Que ainda é o pegar pela mão. (MARIA, 2020).

João (2020) diz não ter recebido curso específico para utilizar os softwares, apenas de SEO, por isso sabe "usar o basicão". Já Pedro (informação verbal, 2020) reclama do excesso de treinamentos oferecidos pela empresa. Para ele, a melhor forma de aprender é "botando a mão na massa". Segundo o jornalista, "às vezes, incomoda parar meu tempo para ser treinado pra uma coisa que eu já sei fazer". Para o profissional, essas pausas – neste caso, estar em treinamento –, "atrapalham porque

seguem te exigindo, né, audiência".

O que se vê, porém, é que alguns trabalhadores estão desamparados, sem saber como determinadas ferramentas operam. As organizações, por sua vez, "implementam novas tecnologias e obrigam o jornalista a adaptar-se freneticamente a elas" (HELOANI, 2006, p. 192). Nesse sentido, há uma auto responsabilização em aprender (aprendizagem informal), sintoma do modelo neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016; HARVEY, 2016). Em meio a um ecossistema midiático em constante transformação, na qual a luta pela sobrevivência dos veículos e a manutenção dos empregos são desafiadores, o conhecimento operacional torna-se uma necessidade básica dos jornalistas e uma obrigação das organizações.

#### **Novas tarefas**

O mundo passa por grandes e rápidas mudanças, e as organizações precisam implementar novas tecnologias, obrigando o trabalhador a adaptar-se rapidamente a elas e impondo-lhe um novo perfil profissional. Polivalentes, os profissionais precisam assumir ainda mais novas tarefas no dia a dia da redação. Editores aprendem a manusear os softwares de monitoramento de audiência para interpretar os dados e, a partir disso, traçar estratégias para a equipe. Repórteres precisam apurar e redigir as matérias e publicá-las no site do jornal seguindo normas de SEO, com títulos atraentes, imagens (muitas vezes, galerias de fotos com legendas) e hiperlinks, sempre com vistas à audiência almejada pelo veículo. Há uma intensificação do trabalho (DARDOT; LAVAL, 2016), resultante de um conjunto de fatores, como a flexibilização das jornadas de trabalho, a polivalência funcional e a gestão por resultados. "A pressão por audiência é gigantesca, é muito grande, é pesada", relata Fernando (2020).

No ambiente de plataformização do jornalismo, intenso fluxo de dados e algoritmos exigem mais dos jornalistas, forçando-os a atualizarem suas técnicas (ÖRNEBRING, 2010). Os jornalistas, principalmente os editores, pautam boa parte da produção diária com base em **relatórios de audi**ência, obtidos a partir dos números coletados pelas ferramentas de métricas (ANDERSON, 2011a; LEE.; LEWIS; POWERS 2014; VU, 2014; WELBERS et al., 2016). Muitas vezes, esses dados são levados pelos editores às reuniões de pauta no começo da manhã e permeiam a discussão de como será o esforço de reportagem ao longo do dia. Leonardo (2020) explica como funciona:

Meu papel na reunião é dizer como foram no dia anterior as coisas que a gente publicou em termos de pedidos de assinaturas. Ah, o que gerou mais pedidos de assinatura foram tais matérias, tais editorias, tal editoria foi bem, tal editoria foi mal. Assim, a assinatura é o principal, mas se eu tiver outras coisas relevantes também... ah, tal matéria foi super bem de visualização, tantos mil page views, apesar de não ter gerado muitas assinaturas.

Autores como Canavilhas, Luna e Torres (2016) já haviam detectado a tentativa de equilibrar decisões editoriais pautadas pela utilização de métricas, mas o que se vê, também, é um profissional pressionado a operar conforme os ditames das métricas. "Às vezes, tem coisas que são feitas independente da audiência que elas vão dar. Mas, sim, o tráfego de audiência em determinadas pautas avalia totalmente qual será o esforço e qual é a força de trabalho que será designada para aquela cobertura", relata Lucas (informação verbal, 2019). João (2020) afirma que busca encontrar equilíbrio, tanto que sugere um olhar mais "carinhoso" para com a métrica: "tento usar de forma saudável. Tento interpretar o que os números estão dizendo, tentando pensar o que as pessoas querem ler, o que acham importante, como elas vão ter interesse e despertar esse interesse. Uso como um guia".

Lucas (2019, grifos da autora) não utiliza a palavra equilíbrio, mas sustenta que a análise da audiência "empodera" os jornalistas, ou seja, no seu entendimento, a ferramenta não destitui o poder discricionário do jornalismo e não o transfere para o leitor:

A gente tem argumentos mensuráveis para desenvolver ou não determinadas pautas. Isso é o que tem de mais positivo. Ela empodera a pessoa, o repórter, o editor-assistente. Empodera as pessoas que estão abaixo do círculo de poder. Elas podem chegar e dizer: fiz isso porque isso aqui está dando audiência. A gente tem metas a cumprir. Não necessariamente isso funciona. Às vezes, as pessoas dizem: "Não, aqui não podia olhar para a métrica, precisava olhar para outra coisa". Ok. Mas, tu tem argumentos. A meta te dá argumentos para determinadas coisas.

Esse "empoderamento" do jornalista que domina a análise das métricas denota a tensão existente nas redações, provocada pela introdução de novos critérios editoriais a partir da plataformização do jornalismo. O tensionamento se dá em torno da aceitação desses critérios e do consequente abandono das convicções e ideias dos jornalistas sobre os valores-notícia e sobre as formas de noticiar. Embora bastante difundidas nas redações atualmente, as ferramentas de análise de audiência não contam com unanimidade entre os jornalistas, no que se refere aos critérios de noticiabilidade. O exemplo trazido por Lucas mostra que há disputa por espaços e poder de influência entre os profissionais nos veículos de imprensa, e as métricas assumiram um lugar central nessa disputa.

Júlia (2020) diz não ter acesso a relatórios diários, embora a audiência da editoria seja monitorada constantemente. No entanto, mensalmente, é apresentado um balanço onde as métricas de audiência são avaliadas. Vale dizer que relatórios mais elaborados podem ser produzidos tanto por equipes que atuam especificamente com audiência quanto por editores, que podem apresentar os resultados da sua editoria tanto na reunião de pauta como informalmente, entre os colegas.

É possível detectar, ainda, que as redes sociais se apresentam como nova fonte para produção de conteúdo (BOWMAN; WILLIS, 2003; HERMIDA, 2011). São as chamadas métricas externas (NGUYEN, 2016), que auxiliam os profissionais a detectar quais tópicos tendem a atrair usuários. Uma das tarefas mais citadas pelos jornalistas é a necessidade de fazer as chamadas "rondas" pelas redes sociais para monitorar "o que está bombando" (PEDRO, 2020). O editor relata que precisa

estar "sempre ligado no que tá rendendo na Internet, nas redes sociais". Segundo o profissional, que também atua como repórter, isso demanda ficar "o tempo inteiro" atento ao "Twitter, Facebook, Instagram. São ferramentas que eu tô o tempo inteiro olhando e tal, e coisas do tipo Google Trends, Trending Topics do Twitter e tal. A gente tá sempre ligado nisso".

Pedro (2020) acrescenta que também deve ficar "ligado à concorrência, né, ao que os outros sites estão dando" e, nesse meio tempo, "tentar pescar ideias interessantes, a partir dessa sensação do que está rolando e tal, pra tentar produzir o conteúdo mais autoral que também possa, de repente, despontar no meio disso, alguma coisa mais local também".

É tarefa dos profissionais "vender a matéria" para a homepage do jornal. Outros destinos possíveis são redes sociais do veículo, notificações (push) nos aplicativos e newsletters para leitores e assinantes. Para Paula (2020), toda vez que aciona capistas ou colegas das redes sociais, "tu fica vendendo a matéria e querendo transformar ela em produto que as pessoas queiram comprar". Em busca de audiência, jornalistas enfrentam outro desafio: além de precisar lidar com a concorrência externa, também há disputa interna, quase velada, entre diferentes editorias do mesmo veículo. Pedro (2020) relata que é preciso ficar constantemente atento à audiência total do site do veículo para "ter noção de como tu tá":

Se uma audiência total [do site] está baixa, a matéria tá baixa, tá tudo bem, entendeu? Mas se o site tá bombando, e as tuas matérias tão muito baixas, tem algum problema. Porque as pessoas estão acessando o site, né, tão entrando, pelas mais diversas formas, mas tu não tá conseguindo se aproveitar dessa audiência, entendeu? Dentro da tua editoria, entendeu?

Além disso, João (2020) afirma que, como a organização em que trabalha conta com mais de dois veículos, a competição entre jornalistas é incentivada – prática amplamente ancorada na lógica neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016; HARVEY, 2016). Para exemplificar, relata que é rotina publicar uma nota o mais rápido possível, com o título mais vendável possível, para a matéria concorrer a uma chamada na capa do site ou do portal da empresa. Ele recorda de uma ocasião em que redigiu uma matéria rapidamente, mas, "no intervalo de apertar o 'publicar', o sistema travou. E aí o [nome oculto] já havia publicado. Isso daria muita audiência, fiquei puto. Não consegui 1 milhão de acessos por minuto". Conforme Heloani (2006, p. 194), a competição torna-se cada vez mais acirrada "devido aos inúmeros processos de reestruturação produtiva e enxugamentos exigidos pela organização", como resultado "a questão ética fica ainda mais comprometida".

Sobre a disputa dentro da mesma organização, João (2020) avalia que "se fosse dentro da equipe, não seria sadio. Mas, dentro do grupo, não vejo problemas. É como se estivesse competindo um furo com a [jornal concorrente ocultado], com o [jornal concorrente ocultado]". A disputa, porém, "extrapola um pouco quando o pessoal tenta roubar a competição. A falta de controle para não extrapolar poderia ser mais bem azeitada, com critérios mais claros" (JOÃO, 2020). Ao final, quem pode sair prejudicada com a competição, é a audiência, avalia: "mas chega num limite quando vale

tudo, porque aí prejudica o leitor, o jornalismo. E aí é um problema. [Precisa] um pouco mais de regulamentação, sei que essa não é a palavra, um pouco mais de organização".

Com relação à edição dos conteúdos, tanto editores quanto repórteres relatam utilizar técnicas de SEO para que o conteúdo seja encontrado nas buscas do Google. Isso gera conversão em audiência orgânica, ou seja, aquele acesso feito à página do veículo a partir de uma busca no Google, por exemplo. Entre essas técnicas, pode-se mencionar a inclusão de hiperlinks e fotos ou galerias nas matérias ao serem publicadas. Outra preocupação é pensar nos conteúdos tendo em vista que boa parte será lida por meio de smartphones. Lucas relata que os conteúdos são empacotados para serem melhor lidos, com vista a apresentá-los da melhor forma nos diferentes modelos e formatos de telas. Portanto, não basta apurar e escrever determinada matéria. No caso dos repórteres, faz parte da rotina selecionar fotos, hiperlinks, fornecer informações para a produção de infográficos e publicar a matéria obedecendo a regras de SEO e nos diferentes formatos de leitura.

Nesse sentido, como bem observam Bell e Owen (2017), as plataformas digitais influenciam o modo de produção jornalística, uma vez que, ao incentivar o emprego de formatos específicos de conteúdo ou ditar padrões gráficos aos veículos, assumem um papel editorial. Para as organizações, o que está em jogo é a audiência. João (2020) conta que, tendo em vista a mão de obra escassa na redação, conteúdos são frequentemente reempacotados – matérias sofrem pequenas modificações, como nos títulos – com vistas a gerar novos cliques. "O ideal seria o repórter apurar, suitar", mas nem sempre é o que acontece. Considera uma "fraude com o leitor", mas, avalia: "é uma informação verdadeira? É! Alguém vai morrer por causa disso? Não. Mas é feio".

# Cobranças

A pressão por resultados, outro forte sintoma da sociedade do desempenho presente no mundo do trabalho em geral, também aparece na fala dos jornalistas entrevistados, seja na redação atual na qual trabalham ou em experiências anteriores. A principal pressão é atingir a meta de audiência estipulada para determinado período, que pode ser diário, semanal, mensal ou semestral. A comparação de resultados oriundos das métricas leva a uma carga maior de pressão sobre o desempenho do profissional.

Paula (2020) avalia que quem atua em editorias específicas, como a de Política, "sofre uma pressão absurdamente delinquente, muito fora do normal que qualquer ambiente de trabalho". Leonardo (2020), que atua como repórter e conta com atribuições de editor, compara a busca pela audiência a um avião em pleno voo: "Se eu chego [para trabalhar] e a audiência tá muito lá embaixo [...], já fico pensando o que eu consigo fazer aqui pra dar uma levantada [...] É igual cê botar um avião no ar: dá uma levantada, o avião tá no ar, eu vou fazer as outras coisas, entendeu? Essa é um pouco a rotina". Nessa fala depreende-se que, apenas se a audiência estiver em níveis aceitáveis, o profissional vai fazer "as outras coisas". Nesse caso, essas outras atividades são as matérias que ele

julga importantes, diferentemente daquelas que são produzidas apenas para a busca de cliques. Esse dado evidencia o alto grau de submissão dos profissionais às métricas, bem como a elevada influ-

Muitas vezes, eu sei que não vão dar muito certo esses planos de ação, porque eu conheço o dia a dia, entendeu? Então, assim, me sinto pressionado e com um pouco de angústia. Penso assim: "Meu, vou ter que aplicar um plano de ação que eu não acredito, e vou ter que, né, subordinar as pessoas que trabalham comigo a fazer uma coisa assim". Então, nesse sentido, eu faço tudo pra que dê certo pra não precisar entrar nesse esquema de plano de ação. (PEDRO, 2020).

Júlia (2020) afirma não ser cobrada para atingir determinados índices de audiência, mas sim de produtividade: "de quanto tu escreveu, coisas assim. Mas nunca me disseram, quando eu era repórter, que eu estava escrevendo mais ou menos que meu coleguinha. Isso nunca foi motivo de comparação, avaliação de desempenho ou coisas assim".

Além da cobrança por jornalistas multitarefas e aptos a aprender e absorver novas tarefas, os profissionais relatam, ainda, ritmo frenético de trabalho, com **equipes enxutas**, sobrecarga de trabalho – lembrando que a intensificação não é um efeito das métricas, mas do contexto laboral – e falta de mentoria para os mais jovens. "Antigamente, [a gente] trabalhava com calma, porque tinha 40 pessoas na equipe dele. Agora não tem nem 10", constata Paulo (informação verbal, 2020). Lucas (2019) reclama da precarização do trabalho nas redações, com equipes "cada vez menores", além da pressão por resultados em um ambiente com "menos pessoas e mais tarefas":

É matemático: tu precisa fazer resultados melhores tendo cada vez mais editorias para lidar e com menos gente para lidar. Por consequência, a única coisa que tu pode fazer a mais é o teu esforço. Porque tu tem menos recurso para todo o resto.

Lucas (2019) relata que apenas em dias mais calmos é possível fazer uma análise mais aprofundada das informações que os números apontam. Para Tandoc Jr. (2014), nas redações em que os jornalistas acumulam muitas funções – caso de Lucas, que, além de editar conteúdos, realiza escutas e apura informações de matérias inconsistentes já publicadas ou em vias de publicação –, não há tempo para refletir e equilibrar a autonomia editorial e a influência do público. Assim, a balança desequilibra em favor da meta de aumentar o tráfego. O fato de as organizações disporem de cada vez menos pessoas para desempenhar uma quantidade cada vez maior de tarefas acarreta queda na audiência, sustenta Leonardo (2020): "é uma coisa matemática, se você tem menos gente, os seus números caem. Não é porque é nem melhor, nem pior, é porque você tem mais gente, fazendo mais coisa, você amplia, né, o seu leque de chances de fazer coisas legais, de atrair". Nesse sentido, a ameaça do desemprego pode ser entendida como um fator de coerção para adequação à lógica de metas.

### Impacto emocional

As métricas desencadeiam uma série de efeitos emocionais nos profissionais, como ansiedade, frustração e euforia (PETRE, 2015; NGUYEN, 2016). Lucas (2019, grifos da autora) utiliza a expressão "danos psicológicos" para relatar o efeito provocado pela medição constante e em tempo real da audiência a que é submetido diariamente:

Ela cria uma ansiedade constante e permanente nos profissionais, de modo que muitos não sabem lidar psicologicamente com isso, o que causa, inclusive, danos psicológicos [...] não dá mais nem para dizer que impacta, porque sem a métrica é como se tivesse perdido um pé, uma parte do chão. Não é só um impacto. Acredito que, em termos gerais, e a gente vê isso de forma muito clara na redação, onde ainda há editores, editores do papel e editores-chefes que não estão olhando o tempo todo para as métricas, dá para ver que isso cria uma ansiedade muito grande. Tipo, de ir atrás das metas, de superar as metas, de chegar a um número x por cento, de chegar a um número determinado de usuários por dia, de bater uma meta diária. Isso cria uma ansiedade permanente em todo mundo.

Esse tipo de sofrimento e o estado de ansiedade permanente são característicos da sociedade de desempenho, em que nunca há repouso e gratificação, e a constante busca pela auto superação resulta em sentimentos de carência e culpa (HAN, 2017). Rafael (informação verbal, 2020) traz o relato de colegas que se sentiam pressionados, preocupados e ansiosos, inseguros de sua capacidade de alcançar as metas. Passado o momento de cumprir tais objetivos, o que geralmente ocorre entre os jornalistas é uma sensação de menosprezo por terem atendido às exigências e não recebido uma avaliação proporcional ao esforço empregado, segundo suas avaliações pessoais. Fernando (2020) relata "cansaço mental" e "estafa mental". No modelo neoliberal, "a coação do desempenho" força o trabalhador a produzir cada vez mais, mas sem jamais alcançar um ponto de repouso da gratificação. "Vive constantemente num sentimento de carência e de culpa. E visto que, em última instância, está concorrendo consigo mesmo, procura superar a si mesmo até sucumbir. Sofre um colapso psíquico, que se chama de burnout (esgotamento)" (HAN, 2017, pp. 85-86).

Sensação de esgotamento, vontade de fugir da redação e impulso para pedir demissão acontecem "quase todos os dias", segundo Lucas (2019). A juvenilização das redações (FIGARO; NONATO, 2017), relacionada à redução de custos, é motivo de reclamação. Não bastasse a falta de mentoria fornecida por jornalistas mais experientes, as empresas exigem que o conhecimento seja replicado pelos próprios colaboradores, algo que Lucas (2019) classifica como "estressante, a gente não aguenta mais". Somam-se, às pressões internas por resultados, fatores externos, como ataques à profissão. "Ser jornalista, hoje em dia, é uma merda, porque qualquer filho da puta acha que sabe mais do que você, que você tá falando bobagem, que você não sabe o que tá falando, que você tá servindo A ou B, e é o contrário", reclama Fernando (2020). O repórter também relata desalento

em relação à profissão: "A gente trabalha pra caralho, a gente entende de determinados assuntos, conhece gente que pode explicar muito mais do que isso. Então, pelo amor de Deus, né, a gente sofre ataques, descrédito, ataques... péssima hora pra ser jornalista".

Além disso, nem mesmo o sentimento de alcançar um bom desempenho pode ser recompensador. Pedro (2020) afirma que, diferentemente do começo de carreira, já não se sente tão eufórico com uma matéria que rendeu muita audiência, mas apenas aliviado por não precisar recorrer a planos de ação para melhorar os números.

Lucas (2019, grifos da autora) explica como a cobrança para atingir certos níveis de audiência afeta os jornalistas:

A meta de audiência é uma coisa que tu tem ideia de como fazer para cumpri-la, mas tu não tem controle de como isso vai se desenvolver. Então, às vezes, a frustração de tu buscar, fazer um esforço sistemático para ter audiência e tu não obter, causa problemas. Ao contrário da frustração profissional, como, sei lá, uma vaga que tu não obteve, em relação a uma promoção que tu não teve. Ao contrário da maior parte das frustrações, ela é instantânea. **Tu tem** muitas frustrações por dia. Aquilo ali é complicado. As vezes, tu não consegue lidar. Às vezes, tu entra numa síndrome do impostor e pensa: cara, eu não consigo nunca fazer algo que dê audiência. Nunca, nunca. Eu vejo que isso é cada vez mais frequente com os meus colegas, mais do que era antes [...]. Mas, em relação aos profissionais, tu vê muitos se perdendo rapidamente por não conseguir *lidar com essas frustrações.* E outra coisa: isso vicia. E aí acho que consigo medir mais o problema que eu tive. O ecossistema da reputação e da audiência é viciante. Quando tu obtém, é uma injeção de dopamina imediata. Tu vê que as pessoas estão querendo. E se tu vê que as pessoas estão querendo, tu te sente realizado, tu te sente abraçado por aqueles cliques, realizado, tu te sente aceito. E tu quer mais. E isso é muito fácil de a galera se perder. Eu vejo colunistas grandes se perdendo por conta disso, querendo mais daquilo. E, às vezes, apostando em coisas ruins, em pessoas que não deveriam ter tanta relevância.

A fala de Lucas ilustra uma ambiguidade de sentimentos que assola os trabalhadores uma vez que, embora haja sofrimento, o trabalho com as métricas também pode ser fonte de satisfação, tanto que Lucas diz se sentir "abraçado por aqueles cliques". Fernando (2020) afirma ficar "muito feliz quando a gente arrebenta [...], é muito legal quando a gente chega nas nossas metas". A alegria transforma-se em alívio quando a editoria bate a meta estabelecida no mês. Paula (2020) relata que atingir ou superar metas estipuladas envaidece o profissional: "quando a gente performa além do que se espera, a gente é muito elogiado. Eu recebi um e-mail ontem: 'parabéns pela sua matéria [nome oculto], ficou incrível, deu muita audiência e tal'. Mas assim, só isso". Pedro (2020) relata que o sofrimento, muitas vezes, vai além das metas e perpassa toda a rotina laboral:

A gente tem uma meta, a gente se preocupa e olha todos os dias os números. Foi o exemplo que eu citei do dia que eu fiquei em casa vendo a repercussão e audiência de uma matéria e mandando pra repórter, falando: "cara, olha isso". Tu fica ali envolvido, excitado e ansioso. Mas não só ligado à audiência, e sim a todo processo de trabalho, porque são equipes minúsculas, com demandas absurdas.

Ana (2020) relata euforia ao alcançar boa audiência e reconhecimento de superiores:

A questão de "nossa, olha como essa matéria bombou", isso dá, dá sim! Sai um êxtase, uma injeção de ânimo, assim eu consegui isso, olha que bom, consegui. Porque é nisso que as pessoas falam, falam alto, dividem com os colegas, falam isso ou alguns ficam usando isso o resto da vida: "viu, minha matéria, quanto que ela conseguiu de audiência", "Nossa, muito bom, não sei o quê" [...]. Elas mexem com o psíquico de qualquer um.

Maria e Paulo dizem não haver sofrimento, uma vez que, no entendimento deles, já na década de 1980 havia ansiedade com a repercussão da manchete do jornal de papel. Maria (2020) sustenta que "todos os graus sociais, em qualquer profissão, ficam mais opressivos", e sugere uma saída para os jornalistas.

Como a gente cuida pra que isso não seja opressivo a ponto de deixar alguém doente? Com limites, é opressivo, mas ao mesmo tempo, a característica é [nome do jornal oculto] permitir que as pessoas façam bom jornalismo. Nem todo mundo tem que olhar isso o tempo inteiro todo dia, existe uma alternância de cargos.

As diferentes percepções dos jornalistas mostram o quão voláteis são os sentidos das métricas nas redações (CHRISTIN, 2020). Fatores como a organização onde atuam, a tradição jornalística e a origem dos profissionais são determinantes na visão que vão ter sobre a mensuração. Exemplo disso são os achados de Christin (2020), que apontaram que jornalistas franceses eram mais propensos a ver seus "públicos algorítmicos" e a tomar isso como uma espécie de indicação de sua relevância na esfera pública, enquanto os norte-americanos eram muito mais distantes, dizendo se tratar de pressão comercial.

A hiperconexão a redes e plataformas surge na fala de jornalistas como Pedro (2020), que reclama da exigência de estar "totalmente conectado o tempo inteiro". Aliado a isso, os jornalistas são instigados pelos gestores a baixar os programas de monitoramentos em celulares ou computadores domésticos, conta Maria (2020, grifo da autora): "a gente é obsessivo, tanto é que cada um tem o seu Chartbeat. A gente estimula que o Chartbeat das pessoas esteja no celular pra você olhar. Tá entre as mais lidas?". Neste sentido, a fronteira entre trabalho e lazer fica nitidamente borrada (HELO-ANI, 2006; HAN, 2017), algo que interessa às organizações no sentido de manter os trabalhadores ocupados e produzindo mesmo no período de descanso. Luís (informação verbal, 2020) relata que,

como estratégia para minimizar a interferência da organização em sua rotina pessoal, dorme "com o telefone no modo avião para não ser acordado".

Jornalistas relatam, ainda, a impossibilidade de exercer o ofício em consonância aos códigos deontológicos e a ausência sistemática de políticas de reconhecimento nas redações, o que Lelo (2019) caracteriza como sofrimento ético. Trata-se de uma forma de "violência simbólica" presente nas redações, que "se agrega ao elenco de patologias organizacionais à saúde dos jornalistas brasileiros" (LELO, 2019, p. 186), constituído "por assédios morais, sexuais, violência física, ameaças, tentativas de extorsão, etc" (LELO, 2019, p. 186). Nesta pesquisa, esse tipo de sofrimento se dá à medida que, muitas vezes, a percepção dos jornalistas é de que as matérias são produzidas unicamente para gerar audiência, exigindo dos profissionais que deixem de lado valores fundamentais do jornalismo, como relevância e interesse público, provocando o que Nguyen (2016, p. 96) chama de "crise de consciência".

Rafael (2020) conta que algumas notícias são produzidas precisamente em razão da audiência que geram e não "porque o leitor precisa saber, é um assunto extremamente relevante". Além disso, indicadores numéricos baseados nas métricas substituem o julgamento pessoal dos profissionais, adquirido ao longo da trajetória profissional. Rafael diz ter praticado "estelionato com leitores" e "sonegado informações", atitudes das quais não se orgulha, por priorizar a notícia como produto e não como informação.

Às vezes, tu acaba tendo estelionato com o leitor. De oferecer um título com uma determinada coisa que ele não vai encontrar na matéria, né? "Clique aqui para saber não sei o que", e não estar lá [...] A questão é que se vende alguma coisa para as pessoas que, às vezes, não está ali, uma determinada informação que não estava ali. E outra coisa, né, que daí isso é um dilema do online, mas já meio que essa batalha foi perdida - eu acho - que é: sonegar informações para o leitor nos títulos de matéria. Tu sonega informação para obrigá-lo a clicar no link. Então: "veja aqui quais são os postos de gasolina que estão vendendo gasolina a R\$3,99". "O jornal tal checou postos que estão vendendo não sei o que, veja aqui". e por aí. E, às vezes é um posto só, e tu poderia dizer no título porque, afinal de contas, a tua função é informar de maneira mais clara e objetiva. Mas aí tu faz e obriga o leitor a clicar. (RAFAEL, 2020, grifos da autora).

Ana (2020, grifos da autora) conta que, no começo da carreira na redação atual, sofria e repudiava as práticas de jornalismo a que era submetida, mas, com o tempo, adaptou-se e hoje se vê conformada com a situação:

Eu já passei muito mal, no início eu odiava, eu não queria, é um absurdo ter que viver disso. Hoje eu acho que virou tão hábito, tão da rotina, que assim, eu gostar ou não, que se eu não gostar eu só tenho que sair dali, eu tenho que sair do que eu tô fazendo, porque não existe a possibilidade de tu não fazer isso.

Paula (2020, grifos da autora) fala em violação e desrespeito a si e a outras pessoas, citando a cobertura do incêndio que matou 10 jovens atletas no centro de treinamento do Flamengo, o Ninho de Urubu, em fevereiro de 2020, no Rio de Janeiro.

Você faz todo esse absurdo, tudo isso que é uma violação a pessoa, a você mesmo, para gerar três cliques para o [dono da empresa ocultado] fazer passeio de iate em [local ocultado] [...] tá todo mundo gritando "Mengo", ninguém se importando. Eu me desrespeitei e desrespeitei as pessoas para absolutamente nada. Nenhum resultado social. Absolutamente nada. Eu só dei clique, eu só gerei notícia, eu só gerei publicidade e dinheiro para uma família que já não precisa de dinheiro.

Entende-se que todos esses depoimentos de jornalistas acerca do sofrimento representam os sintomas produzidos na saúde dos profissionais a partir da ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX. Essa quebra das relações sociais da profissão tem sido analisada pelo prisma do modelo de negócio, das práticas jornalísticas e dos valores-notícia. No entanto, os operadores do jornalismo também foram diretamente impactados por esse processo de rompimento dos valores da profissão.

## Considerações finais

Os índices de audiência apontados de forma instantânea pelos softwares de mensuração determinam investimentos de esforços na produção do conteúdo e mudanças imediatas na oferta de conteúdo. Ainda, alteram papéis, substituindo, em parte, o jornalista na função de identificar quais conteúdos são relevantes, métodos de edição e autonomia para produzir materiais conforme o crivo profissional. Com relação à escolha dos assuntos, há ressignificação de valores-notícia e a introdução de equipes de SEO nas redações, compostas por profissionais especializados na leitura de dados, não necessariamente jornalistas por formação. Também se observa que, atrelado aos critérios de decisão, há transferências de responsabilidade, uma vez que o jornalista se corresponsabiliza pelo sucesso ou fracasso comercial do veículo.

São os "jornalistas metrificados" (KALSING, 2021), profissionais que monitoram de forma instantânea, incessante e rotineira o comportamento da audiência e, a partir disso, mobilizam esforços de reportagem e edição para alcançar o maior número possível de leitores. Esses índices de audiência alteram critérios, caso da pauta, edição e reportagem, e valores-notícias são ressignificados – muitas vezes, escolhidos por equipes de SEO, compostas por profissionais não necessariamente jornalistas. E, ainda, há uma transferência de responsabilidades, com o jornalista se corresponsabilizando pelo sucesso ou fracasso comercial do veículo. É exigida uma postura competitiva dos profissionais, e há uma série de cobranças e impacto emocional, tanto de sofrimento como de satisfação.

Fato é que, no jornalismo, nem tudo pode ou deve ser mensurado. Há matérias que não podem ser medidas pelo número de cliques, e sim pelo impacto social que podem gerar. Embora os tempos indiquem que a análise de dados será cada vez mais valorizada – o que não é necessariamente ruim, já que empresas jornalísticas podem se beneficiar amplamente do pensamento estratégico com base nas métricas –, é preciso sempre estar atento ao que é mensurável e o que é valioso, caso do jornalismo pautado por compromissos e valores, como o dever de verdade e a orientação pelo interesse público.

### Referências

ANDERSON, Chris W. Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. Journalism: Theory, Practice & Criticism, v. 12, n. 5, pp. 550-566, 2011a.

\_\_\_\_\_\_. Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences: journalism's vision of its public in an age of audience transparency. International Journal of Communication, v. 5, pp. 529-547, 2011b.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 4a ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas: como o vale do silício reestruturou o jornalismo. Revista de Jornalismo ESPM, ano. 6, n. 20, pp. 48-83, 2017. Disponível em: <a href="https://bit.ly/3ecG8GG">https://bit.ly/3ecG8GG</a>>. Acesso em: 12 jul. 2021.

BOWMAN, Shaine; WILLIS, Chris. We media. How audiences are shaping the future of news and information. Report for the Media Center at the American Press Institute, 2003. Disponível em: <a href="https://bit.ly/2T43qay">https://bit.ly/2T43qay</a>. Acesso em: 30 jul. 2020.

CANAVILHAS, João; TORRES, Vitor; LUNA, Diógenes de. Da audiência presumida à audiência real: influência das métricas nas decisões editoriais dos jornais online. Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público, Coimbra, n. 2, 2016.

CHRISTIN, Angèle, Metrics at work: journalism and the contested meaning of algorithms. Princeton: Princeton University Press, 2020.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. A nova razão do mundo. São Paulo: Boitempo, 2016.

FÍGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Novos "arranjos econômicos" alternativos para a produção jornalística. Contemporânea, v. 15, n. 1, p. 47-63, 2017.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do cansaço. Rio de Janeiro, Vozes, 2017.

HARVEY, David. 17 contradições e o fim do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2016.

HELOANI, Roberto. O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida. Interações, São Paulo, v. XII, n. 22, pp. 171-198, 2006.

HERMIDA, Alfred. Fluid spaces, fluid journalism: the role of the "active recipiente" in participatory journalism. In: SINGER, Jane B. et al. (org.). Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers. Malden: John Wiley & Sons, 2011.

KALSING, Janaína. Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

KALSING, Janaína; PITHAN, Liana Haygert; EICHLER, Vivian Augustin. Perspectivas e tensionamentos sobre a utilização de métricas de audiência no jornalismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41. 2018, Joinville. Anais eletrônicos [...] INTERCOM: Santa Catarina, 2018. Disponível em: . Acesso em: 30 out. 2019.

LEE, Angela M.; LEWIS, Seth C.; POWERS, Matthew. Audience clicks and news placement. Communication Research, v. 41, n. 4, pp. 505-530, 2014.

LELO, Thales. Reestruturações produtivas no mundo do trabalho dos jornalistas: precariedade, tecnologia e manifestações da identidade profissional. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.

MACGREGOR, Phil. Tracking the online audience. Journalism Studies, v. 8, n. 2, pp. 280-298, 2007.

NAPOLI, Philip M. Audience evolution and the future of audience research. International Journal on Media Management, v. 14, n. 2, pp. 79-97, 2012.

NGUYEN, An. O julgamento das notícias na cultura "caça-clique": o impacto das métricas sobre o jornalismo e sobre os jornalistas. Parágrafo, São Paulo, v. 4, n. 2, pp. 88-101, 2016.

ÖRNEBRING, Henrik. Technology and journalism-as-labour: historical perspectives. Journalism: Theory, Practice & Criticism, v. 11, n. 1, pp. 57-74, 2010.

PETERS, Jeremy. In a world of online news, burnout starts younger. New York Times, July 18, 2010. Disponível em: . Acesso em: 17 dez. 2020.

PETRE, Caitlin. The traffic factories: metrics at Chartbeat, Gawker Media, and The New York Times. Nova Iorque: Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, 2015. Disponível em: <a href="http://bit.ly/2ZaLCZn">http://bit.ly/2ZaLCZn</a>. Acesso em: 19 jul. 2019.

PITHAN, Liana Haygert.; KALSING, Janaína; EICHLER, Vivian Augustin. Percepção de jornalistas a respeito do trabalho sob a influência de métricas de audiência. Estudos de Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 17, pp. 75-85, 2020.

SIERRA CABALLERO, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. In: CÁCERES, Jesús Galindo (org.). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: Pearson Educación, 1998.

SPINELLI, Egle M.; CORRÊA, Elizabeth Saad. Reinventar, valorar e fortalecer: estratégias de inovações em modelos de negócio nas organizações jornalísticas. Comunicação & Inovação, v. 18, n. 36, pp. 73-88, 2017.

TANDOC JR., Edson C. Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of

gatekeeping. New Media & Society, v. 16, n. 4, pp. 559-575, 2014.
. Why web analytics click. Journalism Studies, v. 16, n. 6, pp. 782-799, 2015.
Estar "indo bem" é algo bom? Como web analytics e mídias sociais trazem à tona uma nova norma jornalística. Parágrafo, São Paulo, v. 5. n. 1, pp. 31-44, 2017.

TANDOC JR., Edson C.; THOMAS, Ryan J. The ethics of web analytics: implications of using audience metrics in news construction. Digital Journalism, v. 3, n. 2, pp. 243-258, 2015.

VAN DIJCK, José. Datafication, dataism and dataveillance: big data between scientific paradigm and ideology. Surveillance & Society, v. 12, n. 2, pp. 197-208, 2014.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. The platform society. New York: Oxford, 2018.

VIEIRA, Lívia de Souza. Métricas editoriais no jornalismo online: ética e cultura profissional na relação com audiências ativas. Tese (Doutorado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

VIEIRA, Lívia de Souza; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Métricas, ética e "cultura do clique" no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de. Dispositiva, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, pp. 74-87, 2016.

VU, Hong Tien. The online audience as gatekeeper: the influence of reader metrics on news editorial selection. Journalism: Theory, Practice & Criticism, v. 15, n. 8, pp. 1094-1110, 2014.

WELBERS, Kasper et al. News selection criteria in the digital age: professional norms versus online audience metrics. Journalism: Theory, Practice & Criticism, v. 17, n. 8, pp. 1037-1053, 2016.

ZAMITH, Rodrigo. Quantified audiences in news production. Digital Journalism, v. 6, n. 4, pp. 418-435, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, n. 30, pp.75-89, 2015.

# Transparência jornalística: essência, propósito e como chegou ao jornalismo brasileiro

Denise Bibiano Becker Santos <sup>1</sup> Orientação: Rogério Christofoletti

# Introdução

A transparência tornou-se uma palavra de ordem em diversos segmentos, o expressivo aumento do interesse pela temática relaciona-se às diversas crises financeiras e corporativas, bem como escândalos, corrupção e declínio da confiança nas instituições. Segundo Berger et al (2021), no século XXI, os apelos vocais à transparência decorrem da explosão de discursos por liberdade política e pública bem como na imprensa (digital).

O clamor que se ergue é pela transparência institucional e social, à divulgação e o acesso desimpedido à informação, à revelação de negócios secretos e ao controle público da vida política e da economia. A partir disso, a transparência é tomada como um conceito multifacetado, adaptável para uma variedade de áreas do conhecimento, da política, economia, à educação, saúde, nos estudos de jornalismo e outros mais, despertando interesse de pesquisadores especialmente na área da Ciência Social. Tornou-se um negócio para as organizações contemporâneas, seja por questões legais, pressão social e pública ou como uma estratégia de propaganda para as marcas. Há um entendimento comum atribuído ao seu significado como abertura ou clareza, o que a torna um dos princípios mais celebrados no ambiente empresarial, as organizações com intenções de transmitir segurança, respeitabilidade e confiança estão sujeitas ao ideal de transparência (HOOD, 2006; OLIVER, 2004).

Definir as fronteiras entre o que pode ou não ser transparente é uma discussão permanente, em certos casos, gera conflitos éticos e tensões. Devido ao seu potencial em desafiar o poder, autoridade e autonomia de uma variedade de atores sociais, pode ser entendida inclusive como uma ameaça (ALLEN, 2018; WARD, 2015).

No contexto social contemporâneo, a transparência invoca o "direito de saber" (SCHUDSON, 2015), significa acessibilidade de comunicação e informação. Em contrapartida, caminham lado a lado e em oposição: a cultura do segredo, da opacidade, da intransparência. Desse modo é vista como um ideal que afasta as suspeitas e os segredos, seja de um indivíduo ou de uma organização.

A emergência da transparência como valor jornalístico central surge a partir de fatores multi-

I Jornalista e Doutoranda em Jornalismo (PPGJOR-UFSC). Coordenadora do Núcleo de Apoio à Divulgação Científica (Propesq/UFSC). Pesquisadora do objETHOS e do ICJOR - "Índice de Credibilidade Jornalística: formulação de indicadores de fortalecimento do jornalismo para o combate aos ecossistemas de desinformação", uma iniciativa que reúne pesquisadores de cinco instituições públicas de ensino e pesquisa brasileiras: UFSC, UnB, Unesp, UFPA e UFS. Ver site: https://credibilidade.paginas.ufsc.br/o-projeto/

variados envolvendo aspectos sociais e culturais associados à disponibilidade e procura por mais informação em diversas áreas. Recomenda-se persegui-la incansavelmente como princípio ético para exercer o jornalismo profissional na contemporaneidade; como prática, a transparência faz parte de um processo sobre revelar motivos e fornecer explicações sobre decisões (CRAFT, 2019; KOLISKA, 2021; McBRIDE e ROSENSTIEL, 2014).

Embora seja muita conhecida profissionalmente e suas raízes remontem há quase um século, a transparência oferece outra perspectiva para o jornalismo – a abertura, explicação de métodos e processos. Essencialmente, a atuação jornalística vigilante cobra transparência dos outros (indivíduos e/ou instituições), mas pouco mostra como o trabalho é feito. Nesta nova realidade, a abertura, o acesso, a liberdade de informação e a participação, são atributos da transparência. O que não se espera de organizações e indivíduos dedicados à transparência: domínio absoluto, práticas ocultas e sonegação de informações.

## Problema, objetivo e metodologia da pesquisa

O interesse por esse tema de pesquisa teve início em 2019, mediante aprovação no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR-UFSC)<sup>2</sup>. O discurso da transparência já tomava conta da agenda global, mas era ainda pouco debatido no jornalismo brasileiro. À época, *The Trust Project*<sup>3</sup> expandia suas operações no Brasil, aqui representado pelo Projeto Credibilidade<sup>4</sup>, com a missão de implementar protocolos de transparência e indicadores de credibilidade nas redações brasileiras.

As atividades começaram de forma gradual, algumas redações foram anunciando aderência ao Projeto Credibilidade. Angela Pimenta e Francisco Belda, do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR)<sup>5</sup> e coordenadores do Projeto Credibilidade no Brasil, são encarregados das aproximações com gestores e editores, e orientam as implementações das diretrizes de transparência dos primeiros veículos participantes.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Pesquisa realizada durante o período crítico de isolamento devido à pandemia de COVID-19; as entrevistas foram realizadas via Skype e gravadas, e recebeu financiamento da Capes. Orientador do estudo: Prof. Dr. Rogério Christofoletti.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>O Trust Project mantém um consórcio internacional de organizações noticiosas que colaboram para criar padrões de transparência a fim de tornar a imprensa mais confiável. Dirigido pela jornalista Sally Lehrman, foi sediado no Centro Markkula para Ética Aplicada da Universidade Santa Clara, no Vale do Silício, até 2019, quando se tornou uma organização independente.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Único capítulo internacional The Trust Projec t(TTP), o Projeto Credibilidade foi realizado através de uma parceria entre o Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo e o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Universidade Estadual Paulista (Unesp), entre dezembro de 2016 e abril de 2021. Em maio de 2021, o Credibilidade fundiu-se com o Projeto global. Desde 2016, os jornalistas Francisco Rolfsen Belda, e docente da Unesp, e Angela Pimenta, lideram as atividades no Brasil. A partir de maio de 2021, passaram a ser colíderes do TTP no país.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Criado pelo jornalista Alberto Dines em parceria com o Labjor da Unicamp, em abril de 2002. É uma entidade civil sem fins lucrativos não-governamental, não-corporativa, pluralista e apartidária.

Na dissertação de mestrado Transparência como valor e prática: contribuições do Projeto Credibilidade para o jornalismo brasileiro, defendida em setembro de 2021, examinamos as contribuições dos indicadores do Projeto Credibilidade para a implementação e promoção da transparência como valor e prática em três redações de referência nacional: o jornal Folha de S. Paulo; o jornal digital Poder 360; e o jornal O Povo. A dissertação completa apresenta três capítulos dedicados ao tema, nos quais aprofundamos a origem do conceito, sua conexão com a credibilidade, a ética, media accountability e como chegou no jornalismo com essa abordagem de abertura e explicação de processos e métodos.

Os procedimentos metodológicos adotados combinaram o estudo de casos múltiplos às entrevistas em profundidade com editores-chefes e também com os coordenadores do Projeto Credibilidade, colíderes do Trust Project no Brasil.

Optamos em não divulgar os nomes dos jornalistas participantes da pesquisa, eles são identificados como sujeitos do estudo (S1, S2, S3 ...) conforme as letras iniciais dos respectivos veículos: SFSP (Folha de S. Paulo); SP360 (Poder 360) e SOP (O Povo) cumprindo aspectos éticos e acordos firmados mediante o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. As informações colhidas foram e serão usadas exclusivamente para fins científicos e acadêmicos e a pesquisadora declara cumprir a Resolução 510/16, do Conselho Nacional de Saúde, que trata das pesquisas com seres humanos em ciências humanas e sociais. Esta pesquisa foi avaliada pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC e aprovada para a realização das entrevistas.

# Transparência no contexto do jornalismo

Conceitualmente, bem como na prática, a transparência tem um tom desafiador da representação consensual do jornalismo, ela confronta valores e a ideologia profissional. Em particular os aspectos normativos e culturais daquilo que o jornalismo sempre fez de acordo com as regras impostas à atividade, especialmente no que diz respeito à princípios já consagrados como: autonomia, independência, objetividade e imparcialidade (KOLISKA, 2015).

Epistemologicamente, a transparência apresenta componentes com potencial para retomar a confiança do público nas notícias, tornar credível a narrativa jornalística, gerando conhecimento, segurança e otimizando o tempo das pessoas já tão assediadas num cenário hiperinformativo e hiperconectado (HAYES et al., 2007; VOS e CRAFT, 2016). Sua manifestação se dá basicamente através da abertura das etapas de produção de notícias e inclui a participação das audiências, permitindo maior engajamento do jornalismo com a comunidade e vice-versa. Uma abordagem mais aberta significa conhecer os processos e rotinas jornalísticas (KARLSSON, 2010; McBRIDE; RO-SENSTIEL, 2014; PHILIPS, 2010; VOS; CRAFT, 2016). Nesse sentido, o aumento da capacidade de conectividade humana pode favorecer tal conhecimento e aproximação do público a uma atividade que não costuma se mostrar. O resultado dessa conectividade, como explica Sifry (2011, p. 10),

permite uma fluidez da informação na arena pública "alimentada por redes imparáveis de pessoas em todo o mundo a compartilhar dados vitais e impedir sua supressão".

A adoção de padrões de transparência envolve ações responsáveis de jornalistas e organizações de mídia. Requer dos proprietários e gestores da indústria das notícias disposição à abertura, incluindo mudanças na condução dos negócios do jornalismo. Segundo Ward (2018), o jornalismo precisa de uma nova abordagem, mais aberta e disposta a construir um ambiente que contemple a diversidade de vozes multiplicadas pelas redes sociais e outros modelos de negócios.

De acordo com Jane Singer (2007), faz parte da tradição jornalística operar às portas fechadas. Presumia-se, no passado, uma autonomia sobre o que o público deveria saber. No entanto, a natureza, o valor e o papel do jornalismo não é apenas fornecer informações. No ecossistema exponencial de informação, com inúmeras páginas e publicações online, a informação já está disponível para quem quiser acessar, basta procurar por assunto e afinidades, "a informação por si só, não é valiosa, o valor está conectado com a habilidade de colocar credibilidade e confiança em um conteúdo, assim, o valor da informação deriva de quem a cria (HAYES et al, 2007, p. 262).

A transparência como uma forma de fortalecer e aperfeiçoar a prática jornalística está na vanguarda dos estudos de jornalismo há pelo menos duas décadas. É apresentada por Kovach e Rosenstiel (2003, p. 127) como uma regra fundamental expressa na deontologia e ética profissional. A noção de que jornalistas devem ser transparentes e responsáveis no exercício da profissão não é nova. Embora não haja uma definição estabelecida de transparência no campo, a "regra da transparência" é muito citada para normatizar os processos de notícias para exibição pública, incorporando às reportagens o máximo possível sobre fontes e métodos. Essa regra é considerada o elemento mais importante para validar uma informação e demonstrar respeito com o público. Também é definida como uma diretriz normativa para os padrões e práticas da profissão por Karlsson (2010) e Singer (2007). Para Plaisance (2007), a transparência deve ser tomada como padrão para comportamentos éticos e sua ausência é pré-requisito para a dúvida e o engano. No entanto, há um consenso de que não existe uma definição exata que possa abarcar a dimensão de um conceito. Essa falta de clareza para explicá-la conceitualmente influencia amplamente as resistências de alguns estudiosos, principalmente no entendimento de qual tipo de abertura se refere e como ela pode participar das práticas jornalísticas sem provocar mais danos do que benefícios.

Entre os principais motivos para maior transparência elencamos, primeiro: a demanda do público por jornalistas transparentes sobre fontes, princípios jornalísticos e erros. Uma segunda motivação a ser considerada diz respeito às organizações de notícias que estão em busca do reconhecimento do público de que possuem credibilidade, portanto, são responsáveis e transparentes. E os aspectos relacionados às influências da tecnologia e digitalização das notícias (CHADHA e KOLISKA, 2015; KARLSSON, 2011; SINGER, 2007).

É possível que os desafios se apresentem maiores do que as motivações, a implementação de uma cultura profissional de transparência que se desvincule das tradições ocupacionais pode ser entendida de maneiras diferentes a depender da área, da cultura e do local. Por exemplo, como seria

mostrar o processo de produção de uma investigação jornalística que envolva segredos de estado ou a segurança de uma pessoa? Este é apenas um dos aspectos que dificultam, para alguns, a sistematização de ideias basilares no estudo da transparência. Para compreender o propósito da transparência especificamente no jornalismo Karlsson (2010) recomenda levar em conta as tecnologias digitais que, à medida que foram sendo introduzidas nas organizações de notícias e incorporadas às rotinas dos jornalistas, forneceram novos recursos para informar as pessoas, além de aprimorar o processo comunicativo, dar visibilidade e dinamicidade ao trabalho desses profissionais.

Estudiosos que aprofundam essa reflexão afirmam que as mídias digitais provocaram uma mudança de papéis e de lugar do jornalista, das fontes e das audiências (CARLSON e LEWIS, 2015; WARD, 2015; MCBRIDE; ROSENSTIEL, 2014). Caracterizadas por Vieira (2018, p. 94) como "audiências ativas", isto é, "quem ouve e recebe a mensagem tem um papel ativo no processo comunicativo, podendo, inclusive, interferir na apuração, produção e circulação dos produtos midiáticos".

Outro aspecto que possivelmente deva ser considerado diz respeito à natureza do jornalismo para a compreensão da transparência nesse campo. O jornalismo é uma atividade que difere conceitualmente e estruturalmente de outras áreas em que a transparência se aplica, em alguns casos, de visibilidade obrigatória e impositiva, como por exemplo na gestão pública. Na atividade jornalística, a transparência pode ser entendida como um instrumento criterioso de trabalho para uso pessoal e coletivo, que serve para jornalistas e organizações de notícias. Significa um desprendimento de princípios que regem a profissão como a objetividade, atributo historicamente abordado e que conduz estudos da imprensa, política e sociedade. A transparência pode servir como um método para as práticas jornalísticas, por estimular a abertura de seus processos (GEHRKE, 2016; SEIBT, 2019). Pode servir como uma norma colaborativa para a retomada da credibilidade jornalística (CRAFT, 2019). A transparência não está apenas nos sujeitos emissores de um conteúdo informativo, mas nos atos de transparência divulgados por jornalistas e organizações noticiosas, para que assumam responsabilidades pelo seu papel na mídia. Neste sentido, além de envolver um processo de abertura das redações, a transparência no jornalismo envolve acessibilidade, visibilidade, explicabilidade e interpretabilidade dos processos jornalísticos. Porém, no jornalismo, o significado de transparência não pode ser compreendido apenas como uma disponibilidade de divulgar informações, sem a devida atenção às formas que pode assumir, as funções que pode exercer nas práticas da atividade e os segmentos e dimensões que pode alcançar. Antes de tudo, a transparência é vista como um valor e uma virtude intrínseca à atividade profissional, portanto, de caráter normativo (HAYES et al., 2007). Mas, quando aplicada à prática jornalística, adquire novos contornos, pode servir como um instrumento técnico de trabalho para atuar em três dimensões do processo informativo. Duas destas dimensões voltadas para dar visibilidade à forma como uma notícia nasce, o seu desenvolvimento até a distribuição e circulação, bem como quem e o que está envolvido nessa dinâmica. Um terceiro segmento refere-se a uma perspectiva sistêmica das organizações noticiosas, leva em conta o contexto institucional, isso inclui medidas adotadas para a divulgação de políticas e melhores práticas (GROENHART e EVERS, 2014).

### Formas de transparência no jornalismo

Craft (2019) explica que dar visibilidade a processos, explicar métodos e decisões editoriais, requer como primeira condição a "disponibilidade". Enquanto Karlsson (2010; 2020), primeiramente, sugeriu duas formas específicas de transparência: "divulgação" e "participativa" e numa perspectiva recente, a "transparência ambiental".

Transparência de Divulgação: fornece técnicas para mostrar ao público como e por que as notícias são produzidas. Envolve abertura das rotinas produtivas para a explicação de todo o processo, da seleção de notícias, o processo de criação até a distribuição e circulação. Além disso, são divulgadas as políticas e melhores práticas das organizações.

Transparência Participativa: envolve a inclusão do público (pessoas de fora da redação) a participar de vários estágios da produção de notícias, por exemplo, no envio de imagens, comentários no site, sugestão de pauta, páginas destinadas ao acolhimento de sugestões e publicação de opiniões do próprio público/leitor, bem como a criação de espaços para o feedback constante da atuação jornalística.

Transparência do ambiente (ambiental): em publicação recente, Karlsson sugere que diferentes formas de transparência podem atrair públicos diferentes. Disso surge a transparência do ambiente ou ambiental como uma forma distinta de transparência que utiliza as técnicas de divulgação para adicionar elementos em torno do conteúdo noticioso como forma de facilitar sua identificação e assim oferecer ao público possibilidades para avaliar e dar significado às notícias por meio de associações. O autor chama estes elementos de ferramentas, que podem ser: hiperlinks, opiniões pessoais dos jornalistas e identificação por tipo de conteúdo. Assim, a transparência ambiental utiliza técnicas para adicionar informações em torno das bordas das notícias (KARLSSON, 2020, p. 14-15).

Isto posto, cabe destacar que as formas de transparência sugeridas pelo autor servem para esclarecer um processo que aparentemente pode parecer confuso, porém, quando assimilado como uma técnica, traz luz sobre o entendimento da transparência nas formas que adquire.

Para Joy Mayer (2019), diretora do projeto Trusting News, voltado para ensinar jornalistas a utilizar técnicas de transparência com o objetivo de resgatar a credibilidade e confiança no trabalho que desempenham, a transparência precisa ser explicada em diversos formatos, argumenta que os elementos de transparência devem ser injetados na história em si, não devem ser adicionados em páginas ou colunas separadas. Segundo ela, o objetivo é aproveitar a atenção do leitor naquele instante, ao direcioná-lo para outros ambientes no site pode dispersar a atenção e até tornar o processo cansativo. Oferece algumas opções para adicionar elementos de transparência nas notícias: uma caixa destacável embaixo ou ao lado da história com informações dos bastidores; uma nota explicativa das motivações para a cobertura daquele assunto (serve para o formato impresso e digital, em áudio pode ser um podcast, em vídeo, explorar as redes sociais); em matérias de TV, o jornalista fala em linguagem informal e direta com o público; em redes sociais, explicar as decisões de cobertura e enquadramento para determinado tema; no texto da newsletter, explicar valores

jornalísticos e convidar os leitores a encontrar soluções para problemas em discussão; por último, projetar botões nos sites para o público clicar se a informação foi "útil" ou "inútil".

# Dimensões da transparência no jornalismo

Neste tópico o objetivo é mostrar por que a transparência tem sido recomendada como uma boa prática para restaurar a credibilidade, isto porque, a década de 2010-2020 foi marcada pela ascensão de uma onda conservadora e autoritária em todo o mundo, enfraquecendo a democracia, provocando uma crise política, polarização, conflitos étnicos e culturais (LEVISTKY e ZIBLATT, 2018), acentuando um processo de deslegitimação do discurso científico e jornalístico. No jornalismo, a transparência favorece mudanças de gestão e atua como uma estratégia e posicionamento das principais marcas de notícias no cenário nacional, além de uma gradual e lenta mudança cultural. De acordo com a literatura consultada, a transparência toca nos valores da atividade, incide em readequações e muda, aos poucos, a lógica de capital no campo do jornalismo e de sua norma ocupacional, conforme previsão de alguns estudiosos (KARLSSON, 2010; VOS e CRAFT, 2016). Em outras palavras, a transparência está se tornando o indicativo de credibilidade para o jornalismo. Vos e Craft (2016) descrevem a transparência como abertura dos jornalistas aos métodos, processos, limitações e suposições. Para Craft (2019), além de manter os jornalistas responsáveis por ações e decisões, pode ser explorada para promover a confiança do público no jornalismo e aprimorar e restaurar a sua credibilidade. Seguindo o raciocínio da autora, em termos práticos, a transparência pode se manifestar no jornalismo na abertura das rotinas, práticas de coletas de notícias e algumas tomadas de decisões; e na forma de apresentação, incluindo documentos originais, vídeos, transcrições e outras fontes de informação, notas de editores explicando as decisões no relato de uma história, justificando o uso de fontes anônimas, observando conflitos de interesses, decisões do repórter, atualizando e corrigindo informações. As plataformas de relacionamento e os blogs, por exemplo, favorecem práticas mais transparentes que se expressam na interação e participação do jornalista com seus públicos na forma de comentários e postagens nas redes sociais inclusive, a transparência pode diferenciar blogs online de reputação duvidosa de organizações noticiosas sérias, bem como permite a distinção de agendas obscuras de ativistas desonestos de jornalistas profissionais. Assim, é estabelecida uma troca mútua entre jornalistas e audiências na tarefa de vigiar os acontecimentos, configurando uma relação de codependência. Transparência, portanto, refere-se a práticas que buscam lançar luz sobre o pano de fundo da produção de notícias, descrevendo quem são os produtores, explicando o que estão fazendo e tornando-os mais responsáveis (HEIKKILÄ et al., 2014, p. 52). Para um jornalismo que se pretende credível e valioso para a sociedade contemporânea, é provável que mostrar o que envolve ser um jornalista adotando padrões de transparência torne-se mais do que uma norma de trabalho interno ou uma virtude incorporada ao espírito profissional e passe a figurar como uma tática para comunicação com os públicos, em especial, nesse tempo de digitalização de notícias e da presença do público em redes sociais e o constante feedback que

emitem sobre o trabalho jornalístico, a transparência parece essencial para as organizações noticiosas. Nesse sentido, a acolhida de comentários nestes espaços bem como sua devida moderação são pontos táticos para uma comunicação mais efetiva e aberta. Assim, é importante manter seções abertas para fóruns e comentários nos sites das organizações noticiosas.

A literatura sobre transparência fornece uma miríade de definições, nos estudos de jornalismo, as pesquisas sobre o tema avançam com maior consistência na Europa (FENGLER et al., 2014; HEIKKILÄ et al., 2013). Conforme os autores, cada vez mais os estudos sobre a transparência discutem de que forma ela pode ser empregada nas práticas jornalísticas positivamente, como uma ferramenta para a mídia restaurar, manter e estabilizar a credibilidade do jornalismo. Para os estudiosos alemães Meier e Reimer (2011), no jornalismo, a transparência pode ser em relação aos outros: um político, uma empresa, uma instituição, um processo, exigindo a divulgação completa das informações para o público, caracterizada como "transparência externa". Outra forma de transparência diz respeito a um movimento voluntário de divulgação de informações sobre o próprio processo de reportagem ou sobre si mesmo (jornalista ou organização noticiosa), denominada de "autotransparência" pelos autores. A partir de 2010, elementos como tecnologia algorítmica, dados, código e software são componentes importantes e fazem parte das estratégias para o crescimento do jornalismo contemporâneo. De acordo com Zamith (2019, p. 1), os algoritmos, até certo ponto, influenciam vários aspectos do jornalismo, desde os estágios iniciais da produção de notícias até os finais e que envolve o consumo. Hoje, um aspecto-chave para compreender a dupla: transparência e jornalismo, é a profunda ligação destes com a tecnologia, cuja evolução vem transformando modos de produção e distribuição de notícias, bem como o seu consumo. Nesse sentido, entende-se que a tecnologia e seus recursos fazem uma interface com a transparência das práticas jornalísticas. São dois campos que se movimentam promissoramente. Para o jornalismo, pode representar uma forma de retomar sua credibilidade e de sustentabilidade, afinal, como uma indústria do ramo de notícias, segue estratégias de mercado para encontrar novas maneiras de se manter ativo e relevante.

Meier (2009, p. 8) considera que a transparência precisa de um conceito editorial lógico, disso depende equilibrar questões como ética, responsabilidade, prestação de contas, os diálogos e uma disposição do jornalismo em aprender com os erros. Por ser um termo multifacetado e carregar definições aplicáveis em áreas diversas e distintas, buscamos uma forma de contribuir para uma definição aplicável ao campo jornalístico, nesse sentido, sistematizamos um conceito de transparência no jornalismo, a partir de estudos e da visão de vários autores: Transparência no jornalismo é um valor fundamental para a construção de confiança perante as audiências (indivíduos, investidores, instituições) em um contexto de constante escrutínio. Como prática, envolve o aprendizado de técnicas para dar visibilidade e demonstrar credibilidade jornalística. Requer abertura e disposição para o aprendizado de novos hábitos para desempenhos jornalísticos conscientes, éticos e responsáveis.

Posto isto, a transparência, então, se manifesta como um instrumento capaz de evidenciar boas e más práticas de todos os atores que compõem o ecossistema midiático, sobretudo como elemento democratizador do jornalismo em defesa da abertura de dados e acessibilidade. Para Groenhart e

Bardoel (2012), nas redações, a transparência diz respeito à natureza do jornalismo profissional e como é exercido. Por esse motivo, os autores se concentraram na funcionalidade da transparência para processos editoriais e quadros de responsabilidade distintos. Assim, três dimensões podem auxiliar a identificação da transparência conforme o tipo e a intensidade: a) transparência do processo de produção; b) transparência do produtor e c) transparência da organização noticiosa. Diante do exposto, três dimensões informativas precisam ser disponibilizadas e divulgadas para que tenhamos a noção do que deve ser transparente: empresas, processos e pessoas. Portanto, a transparência pode comunicar informações sobre como avaliar e responsabilizar o trabalho jornalístico, informações sobre os jornalistas e informações detalhadas sobre as organizações de notícias.

# Transparência do processo de produção

Refere-se às informações suficientes para que o público externo tenha condições de avaliar o quão transparente é o processo até a publicação. Para isso, dar condições para a visibilidade dos métodos durante o processo é fundamental. Esse tipo de transparência permite, inclusive, a intransparência quando explica ao consumidor de informação porque não pode detalhar determinados assuntos ou nomear as fontes, mostrando às pessoas que a apuração jornalística, muitas vezes, requer o sigilo e a preservação das fontes para um bem maior a fim de não comprometer uma investigação ou expor questões sensíveis. Para esse tipo de transparência, o design atraente e interativo no site do veículo noticioso é um item importante para dar clareza e explicação detalhada de como o público leigo pode reconhecer uma informação jornalística em vários formatos (texto, áudio ou vídeo). O interessante é que as pessoas saibam estes detalhes para aprender a reconhecer e diferenciar opinião de conteúdo patrocinado, reportagem, checagem de fatos, sátira, entre outros.

# Transparência do produtor

Torna público informações sobre quem é o autor do conteúdo (pode ser um comentarista, um repórter dedicado à cobertura diária ou um repórter investigativo), o interessante é que as pessoas tenham à disposição todos os recursos para conferir quem está por trás da informação. Isso se aplicaria como um diferencial de credibilidade e confiança para quem informa e, principalmente, para quem busca consumir informação de forma segura. Sob outro aspecto, o da autonomia jornalística, esse tipo de transparência dá condição ao profissional da notícia publicizar ou não determinadas situações de seu cotidiano, em especial, quando não recomenda divulgar suas fontes e métodos, assim, explicar os motivos possivelmente facilite o entendimento do público sobre questões sensíveis.

## Transparência da organização noticiosa

Em geral, a transparência é considerada benéfica para tornar os detentores da informação mais responsáveis. Pode variar entre fornecer características textuais de notícias à aspectos da acessibilidade e normas institucionais. A ideia principal é que mostrando as intenções de uma organização, padrões de qualidade e recursos, pode-se despertar mais interesse do público pelo jornalismo, bem como uma melhor compreensão de seus processos (GROENHART; BARDOEL, 2012, p. 8). De acordo com Magaldi e Neto (2019), no ambiente empresarial da sociedade atual, de desconfiança em ebulição, as adjetivações mais usuais são incerteza, indefinição, imprevisibilidade, instabilidade, entre outras. Na indústria da mídia não é diferente, e a velocidade das mudanças tornam a transparência no setor um imperativo. Nesse sentido, a organização que utilizar todo tipo de recurso para implementar políticas de transparência em toda sua cadeia de gestão e processos terá uma capacidade competitiva sustentável. Mais do que adoção de tecnologias, o diferencial para as organizações de notícias está na sua capacidade de gerar motivos para confiar. Nesse caso, torna-se obrigatório a transparência sobre o capital financeiro, investidores e operações a fim de evidenciar suas políticas internas e melhores práticas.

### Resultados

Organizamos a análise empírica, que pode ser consultada na íntegra no capítulo 3 da dissertação, em três eixos: transparência recomendada; transparência observada e transparência desejada. A análise individual do Sistema de Indicadores de Credibilidade incluiu olhar para suas diretrizes e subindicadores; nos veículos Folha de S. Paulo, Poder 360 e O Povo incluiu olhar para as suas políticas, normas institucionais e os recursos que dispõem: humanos, técnicos, culturais; e a forma como aderem ao protocolo de transparência. Isso nos deu a noção de que a implementação da transparência é um processo composto por várias dimensões, relativo a múltiplos aspectos e que envolve adaptações distintas, isto é, um processo pluridimensional. Assim, descrevemos a implementação e os efeitos dos Indicadores de Credibilidade na rotina produtiva dos jornalistas, avaliamos a intensidade e variações de transparência entre as organizações e jornalistas, como é concebida nestes ambientes. Em alguns casos, observamos aspectos sensíveis e limitantes de seu uso. Ao final, caracterizamos o tipo de transparência que prevalece nas redações estudadas. Tais considerações nos permite entender que a transparência é cíclica e seus elementos se complementam. Conforme Jane Singer (2007), no jornalismo, a transparência significa "derrubar muitas paredes", em vista de que as redações são comparadas à caixas pretas, impenetráveis. Portanto, um processo que envolve mudanças: de hábitos, cultura profissional e organizacional. Sobretudo, uma disposição para dialogar coletivamente com outras áreas do conhecimento e empresas.

Com base nas entrevistas com os editores (chefes e executivos), os repórteres e na análise de ma-

nuais de conduta, princípios editoriais e códigos de ética disponibilizados pelos veículos estudados (Folha de S. Paulo, Poder 360 e O Povo), identificamos fatores determinantes para a transparência e que merecem atenção, como o uso de redes sociais e a forma de comunicar a transparência.

A Folha de S. Paulo ainda não prioriza em sua agenda uma comunicação aberta de que faz parte de um projeto global para a implementação da transparência no jornalismo que pratica. Embora utilize a marca The Trust Project, a divulgação dessa parceria para o público não é priorizada. Isso ficou claro na resposta de S1FSP sobre os canais e plataformas que o veículo utiliza para a divulgação de que está em conformidade com os padrões e diretrizes de transparência do Projeto Credibilidade:

Faz diferença para o leitor saber que a Folha faz parte do Trust, isso aumenta a confiança do leitor ao ler a Folha? Opa! Se está no Trust e no Credibilidade é porque é bom [...]. Eu acho que o Trust e o Credibilidade têm que ser bem maiores do que são para que sejam mais reconhecidos do que são os próprios veículos. Eu acho que hoje ainda são os veículos que, ao aderirem ao projeto, vão conseguir dar força para o que é o Credibilidade, não acho que é ao contrário, que o Credibilidade e o Trust que vão se tornar uma entidade tão referência que vão ser um selo de validação para um jornalismo bem-feito. Eu não acredito nessa via, acredito na via contrária, que jornais sérios, que são transparentes vão acabar enchendo o barco do que é o Trust e o Credibilidade. (S1FSP, em entrevista à autora, 5/2/2021).

De acordo com a editora, o referencial de credibilidade reside nos "jornais sérios e transparentes" e não na proposta e na marca The Trust Project. No entanto, o atual cenário brasileiro de crise no jornalismo em relação à sua credibilidade, confiança e legitimidade, sobretudo em uma sociedade polarizada com altos índices de consumo de desinformação, mostram outra realidade – que o público não confia no jornalismo.

Do ponto de vista operacional e tecnológico, a redação do Poder 360 mostra-se mais bem adaptada. Apresenta recursos que favorecem uma melhor experiência do usuário. Disponibiliza botões de correção e sugestão no site. Em contrapartida, os comentários do público não são visíveis. A redação do jornal O Povo demonstrou uma disposição maior à abertura e implementação dos padrões de transparência nas rotinas produtivas. O cruzamento das declarações entre gestores e repórteres deram a real noção da importância do Projeto Credibilidade para reorganizar alguns processos no veículo. Foi dessa redação que surgiu o termo "transparência radical", ou seja, uma manifestação favorável à abertura em todos os processos bem como da organização noticiosa quanto às suas operações e decisões.

Os três veículos cumprem uma parte das recomendações do protocolo de transparência, mas ainda não divulgam todas as informações contidas nos oito indicadores. Observamos uma disponibilidade em estar em conformidade com as diretrizes do Projeto Credibilidade, porém, a transparência é praticada de forma superficial, principalmente se olharmos para os critérios de transparência de todos os indicadores.

## Considerações finais

Se o alvo do jornalismo é fornecer informação para os públicos e de relevância social, é preciso comunicar a estes públicos qual é a importância de fazer parte de um projeto global dedicado a fornecer elementos de confiança para as notícias. The Trust Project foi idealizado levando em conta as necessidades das pessoas para consumir notícias, portanto, seria oportuno e esclarecedor que o leitorado de notícias brasileiro tenha conhecimento da dimensão desse projeto para o consumo de notícias confiáveis.

Assim, a análise empírica deste estudo forneceu elementos para caracterizarmos a transparência no jornalismo como um valor e uma prática, que oferece técnicas para exercer um modo próprio de trabalho, que é a atividade jornalística, mas que se distancia de prescrições normativas associadas apenas à criação de políticas de transparência em organizações e instituições. Nesse sentido, a transparência abrange um processo amplo, serve para atender algumas necessidades para exercer a atividade no contexto digital, oferece instrumentos práticos para o jornalismo desenvolver e atualizar processos; e como estratégia profissional para invocar a confiança do público no jornalismo por meio da abertura de seus processos.

Nossos resultados indicam que, apesar de haver um esforço para implementação do protocolo de transparência nas redações, as mudanças realizadas comunicam mais internamente do que aos públicos externos. Assim, consideramos a transparência implementada pelos veículos uma técnica jornalística ainda em fase de adaptação. Além disso, observamos uma transparência gerenciada pelas regras e princípios editoriais das organizações noticiosas, condição que dá pouca autonomia para os jornalistas implementarem todos os recursos disponíveis para a visibilidade do seu trabalho.

Em uma época sombria para exercer essa atividade profissional, quanto mais as redações tornarem públicos os processos rigorosos de apuração que o jornalismo de qualidade exige, mais conhecido e quiçá respeitado poderá ser. Confirmamos nossos argumentos de que a transparência favorece mudanças de gestão já que atua como uma estratégia de posicionamento de algumas das principais marcas de notícias no cenário nacional, ainda sem tocar nos valores da atividade a ponto de mudar as lógicas editoriais e práticas jornalísticas e, ainda, não chega a adquirir caráter de norma colaborativa ou valor fundamental (CRAFT, 2019).

Jornalistas e organizações noticiosas no contexto desta pesquisa não costumam discutir suas próprias decisões para noticiar ou explicá-las, mas ainda baseiam suas escolhas nas observações que fazem dos outros com pouca atenção à participação de suas audiências em tais questões. Isso se aplica em notícias de última hora (hard news) e para algumas reportagens. Contudo em produções que incorporam contextualizações à narrativa jornalística foi possível encontrar explicações de bastidores, geralmente em reportagens investigativas ou coberturas especiais, como por exemplo, eleições.

Com vistas ao aperfeiçoamento dos instrumentos de transparência, uma sugestão seria desenvolver um sistema para medir e rastrear a transparência nas organizações noticiosas. Já existem ins-

trumentos semelhantes, como o TJ Tool e o Newsroom Transparency Tracker, inclusive o The Trust Project é parceiro deste último. Medir o índice de transparência da mídia brasileira pode incentivar as redações a prestarem contas ao público e, mais do que isso, pode mantê-las mais responsáveis e ajudar o público a escolher os veículos de acordo com o seu nível de comprometimento com a transparência.

No que diz respeito às limitações do estudo, temos a real compreensão da amplitude do conceito de transparência, além disso, houve certa dificuldade para adequar a temática da transparência ao jornalismo brasileiro, principalmente porque os estudos se concentram em outros países e nos faltam embasamentos empíricos para sustentar que a transparência favorece a credibilidade jornalística. O ideal seria investigar se o público percebe e aprecia a utilização da marca The Trust Project e se faz alguma diferença na escolha do veículo e na seleção das notícias. Esse é um dado que pode fomentar a reflexão para outros estudos sobre o envolvimento cognitivo e emocional das pessoas com as notícias produzidas por veículos que implementam padrões de transparência.

Encerramos este trabalho de pesquisa, mas o objeto de reflexão não se esgota aqui. A fim de compreender a tensão que existe entre criar recursos para explicar a produção de notícias e mostrar às partes externas como elas são construídas, podemos perguntar às audiências dos veículos noticiosos como tais ações são percebidas. Em termos gerais, precisamos ter em mente que o propósito primeiro da transparência é quebrar um ciclo de opacidade, favorecendo uma cultura de abertura, relacionamento e proximidade com os públicos. Diante das preocupações globais que enfrentamos, ressoam amplamente os obstáculos que ameaçam a permanência do jornalismo no amanhã. Mas também, em última instância, reverbera a ideia de que a transparência é um fator provocativo, que abre uma ampla e longa avenida para pensar o futuro.

#### Referências

ALLEN, David, S. The Trouble with Transparency: the challenge of doing journalism ethics in a surveillance Society. Journalism Studies, v. 9, n. 3; pp. 323-40, 2008. DOI: https://doi.org/10.1080/14616700801997224

BERGER, S; OWETSCHKIN, D. (orgs.). Contested Transparencies, Social Movements and the Public Sphere: Multi-Disciplinary Perspectives. Palgrave Macmillan, 2019.

CARLSON, Matt., & LEWIS, C. Seth. Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation. Journalism and Mass Communication, 2015. DOI: https://doi.org/10.4324/9781315727684

CHADHA K., Koliska, M. Newsrooms and transparency in the digital age. Journalism Practice, vol. 9, p. 215–229, 2015. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2014.924737

CRAFT. S. Transparency. In: The International Encyclopedia of Journalism Studies. (orgs.). VOS, T, P.; HANUSCH, F.; 2019. DOI: https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0097

FENGLER, Susanne. Accountability in journalism. The International Encyclopedia of Journalism Studies. Tim P. Vos and Folker Hanusch (general editors), Dimitra Dimitrakopoulou, Margaretha Geertsema-Sligh and Annika Sehl (associate editors), JohnWiley & Sons, Inc, 2019. DOI: https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078

GEHRKE, Marília. Transparência no método como valor para o jornalismo. Anais, 16º Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). FIA-FAAM/Anhembi Morumbi – São Paulo, nov. 2018.

GROENHART, H.P. & EVERS, H. Media accountability and transparency- what newsrooms (Could) do. In: FENGLER, Susanne; et al. (orgs). Journalists and Media accountability. An International Study of News People in the Digital Age, p. 129–145.

New York: Peter Lang, 2014.

GROENHART, H.P; BARDOEL, J.L. Conceivind the transparency of journalism: moving towards a new media accountability currency. Studies in Communication Sciences, ed. 12, p. 6-11, 2012.

HAYES, Arthur; SINGER, Jane; CEPPOS, Jerry. Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age. Journal of Mass Media Ethics: Exploring questions of media morality, vol. 22, p. 262-279, 2007. DOI: https://doi.org/10.1080/08900520701583545

HEIKKILÄ, Heikki; GLOWACKI, M. Kus & PIES, Judith. Innovations in media accountability and transparency. In: Journalists and Media accountability. (orgs.). FENGLER, S; et al. International Study of News People in the Digital Age, p. 51-65, New York: Peter Lang., 2014.

HOOD, C. Transparency in historical perspective. In: Transparency: The Key to Better Governance? (orgs.). HOOD, C & HEALD, D. New York: Oxford University Press, p. 3–23, 2006.

KARLSSON, Michael. Rituals of Transparency, Journalism Studies, v. 11, n. 4, pp. 535-45, 2010. DOI: https://doi.org/10.1080/14616701003638400

KARLSSON, Michael. The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. Journalism, vol. 12, p. 279-295, 2011. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884910388223

KARLSSON, Michael. Dispersing the Opacity of Transparency in Journalism on the Appeal of Different Forms of Transparency to the General Public. Journalism Studies, 2020, DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1790028

KOLISKA, Michael. Transparency and trust in journalism: An examination of values, practices and effects. PhD, University of Maryland, College Park, USA, 2015.

KOLISKA, Michael. Trust and Journalistic Transparency Online. Journalism Studies, vol. 23, 12, p. 1488-1509, 2022. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102532

KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir, (2ª ed.) São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LEVITSKY, Steven; ZIBLAT, Daniel. Como as democracias morrem. Tradução: Renato Aguiar – 1ª ed. – Rio de Janeiro, Zahar, 2018.

MAGALDI, Sandro; NETO, José Salibi. O novo código da cultura: vida ou morte na era exponencial. São Paulo, Editora Gente, 2019.

MAYER, Joy. What does transparency in journalism actually look like? Medium, 2019. Disponível em: https://tinyurl.com/72j9bp8h. Acesso em: jun. 2021.

MEIER, Klaus. Transparency in Journalism: Credibility and Trustworthiness in the Digital Future. Paper presented at the conference "The Future of Journalism", Cardiff, UK, september, 2009.

MEIER, Klaus; REIMER, Julius. Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung. [Transparency in Journalism. Instruments, Conflict Potential, Effect. Ano 56, n. 2, p. 133155, 2011. DOI: 10.1007 / s11616-011-0116-7

McBRIDE, Kelly; ROSENSTIEL, Tom. The new ethics of journalism: principles for the 21st Century. Sage-CQ Press: Thousand Oaks-London, 2014.

OLIVER, R.W. What Is Transparency? New York: McGraw-Hill, 2004.

PLAISANCE. Patrick, Lee. Transparency: An Assessment of the Kantian Roots of a Key Element

in Media Ethics Practice. Journal of Mass Media Ethic. Exploring Questions of Media Morality, v. 22, P. 187-207, 2007. DOI: https://doi.org/10.1080/08900520701315855

SEIBT, Taís. Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil. (Tese doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Repositório Digital Lume, 2018. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193359

SIFRY, Micah. Wikileaks and the age of transparency. New York: OR Books, 2011.

SINGER, Jane, B. Contested Autonomy: professional and popular claims and journalistic norms. Journalism Studies 8(1), p. 79-95, 2007. DOI: https://doi.org/10.1080/14616700601056866

SCHUDSON, Michael. The rise of the right to know: politics and the culture of transparency, 19451975. The Belknap press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2015.

THE TRUST PROJECT. Home. Disponível em: https://thetrustproject.org/

VIEIRA, Lívia de Souza. Métricas editoriais no jornalismo online: ética e cultura profissional na relação com audiências. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2018.

VOS, P. Tim & CRAFT, Stephanie. The Discursive Construction of Journalistic Transparency, Journalism Studies, vol. 18, p. 1505-1522, 2016, doi: https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1135754

WARD, S. J. A. Ethical Journalism in a Populist Age: The Democratically Engaged Journalist, 2018, E-book.

WARD, S. J. A. The Magical Concept of Transparency. In L. Zion & D. Craig (orgs.), Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices, p. 45-58, 2015. New York: Routledge.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

### Ш

### INICIAÇÃO CIENTÍFICA

### A percepção da 'presencialidade' como dimensão de qualidade na produção jornalística

Ismia Kariny Correia da Silva Costa <sup>1</sup> Edgard Patrício de Almeida Filho <sup>2</sup>

### 1. Introdução

Mesmo diante de crises multifacetadas, o jornalismo deve permanecer produzindo informação de qualidade. Esse é um requisito necessário para que às organizações jornalísticas se mantenham como instituição social de referência para as sociedades democráticas (GUERRA, 2016). Ser ponte entre diferentes grupos sociais, traduzir informações e interpretar a realidade são elementos primordiais da atividade jornalística. São, inclusive, práticas consolidadas sob a ótica do direito do público à informação. Partindo dessa reflexão, entendemos que a problemática em torno da qualidade no jornalismo permanece atual e relevante. Afinal, com o surgimento de novos modelos e práticas jornalísticas, o jornalismo se depara com novos dilemas, que desafiam seus princípios éticos e a sua responsabilidade perante a sociedade. E, por consequência, a qualidade da atividade e do produto jornalístico podem ser impactadas por essas mudanças.

Se queremos discutir a qualidade da informação jornalística, numa perspectiva crítica, devemos nos apropriar de como as investigações do campo vêm analisando esse cenário. Os trabalhos desenvolvidos sobre o tema, nos últimos anos, parecem apontar para pelo menos duas perspectivas:

1) a qualidade sob a perspectiva da organização; e 2) a qualidade como característica do produto e entendida enquanto serviço público. Parte considerável das pesquisas sobre o tema, no Brasil, são voltadas para a gestão da qualidade editorial como instrumento de accountability, de uma perspectiva organizacional (ALMEIDA e NETO, 2018; GUERRA, 2016, 2018; GUERRA, FEITOZA e GONÇALVES, 2019; ROTHBERG e GARRIDO, 2018; SANTOS et al., 2018; SANTOS e GUAZINA, 2020). Enquanto na literatura internacional, que também se dedica à construção de indicadores e instrumentos de avaliação da qualidade, são considerados parâmetros mais diversificados, que não necessariamente correspondem a exigências técnicas ou requisitos para construção de normas organizacionais (FÜRST, 2020; MEIJER e BIJLEVELD, 2016; PELLEGRINI, PUENTE e GRASSAU, 2015; RIVAS-DE-ROCA, CARO-GONZÁLEZ e GARCÍA-GORDILLO, 2020).

Para dar seguimento às iniciativas de estudo sobre a qualidade no jornalismo, o grupo de pes-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Jornalista formada pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: ikcjornalista@gmail.com

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Orientador da pesquisa. Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Grupo de Pesquisa PráxisJor – Práxis no Jornalismo. E-mail: edgard@ufc.br

quisadores do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC da Universidade Federal do Ceará (UFC), deu início ao projeto 'A qualidade no jornalismo – construção de uma matriz de indicadores vinculados à produção e ao consumo da informação'. O projeto se propõe a estabelecer bases para a definição da qualidade do jornalismo. Entre setembro de 2020 e agosto de 2021, avançamos na elaboração de possíveis dimensões da qualidade jornalística, estabelecendo relações com as diferentes etapas em que essa qualidade pode ser aferida.

### 2. Dimensões de qualificação do jornalismo

Com base em trabalhos produzidos entre os anos 2015 e 2020, sobre a temática da qualidade do jornalismo, foi possível encontrar dezenas de indicadores de qualidade, que se incorporam a 17 dimensões: objetividade, subjetividade, pluralidade, veracidade, interesse público, transparência, responsabilidade social, independência, apartidarismo, imparcialidade, verificabilidade, precisão, proximidade, atualidade, diversidade, presencialidade e ética. A princípio, entendemos que essas dimensões podem estar incorporadas a pelo menos quatro momentos da produção jornalística: organização do trabalho, rotinas de trabalho, produto e relação com a audiência.

Em nossas reflexões, constatamos que qualidade da informação jornalística, embora esteja diretamente relacionada com as práticas produtivas do jornalismo, estaria também vinculada a instâncias exteriores a essa produção, como a cultura da organização jornalística e, de forma ainda mais ampla, à sociedade (ou o contexto social) – que seria um agente de influência para essas organizações, simultaneamente, ratificando Romero-Rodríguez e Aguaded (2016). Considerando as relações de influência entre esses agentes internos e externos, e também o caráter das dimensões de qualidade encontradas, percebemos que a qualidade no jornalismo poderia ser separada entre aquelas dimensões relacionadas, primeiramente, com a atividade jornalística e, por conseguinte, com o produto. Assim, haveria uma qualidade percebida a partir da prática do jornalismo e outra vinculada diretamente à produção – resultado concreto da atuação jornalística. Ademais, seja qual for a dimensão ou categoria em que se analisa a qualidade do jornalismo, ela pode apresentar características distintas, conforme a perspectiva de vários públicos.

Neste artigo, nos interessa avaliar uma das 17 dimensões identificadas, "presencialidade"<sup>3</sup>, que será trabalhada conforme as rotinas de trabalho. A dimensão nos parece relevante no contexto da pandemia da Covid-19, que reforçou crises e impactou diretamente as rotinas do jornalismo, sobretudo no primeiro semestre de 2020. A crise na saúde promoveu limitação de acesso presencial às fontes, às ruas e às cidades, ao restringir a mobilidade de diversas categorias trabalhistas, obri-

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> O objetivo deste artigo é apresentar os resultados obtidos na pesquisa monográfica "A percepção da 'presencialidade' como dimensão de qualidade na produção jornalística". Dado o espaço limitado, discutiremos brevemente os conceitos que orientaram nossa percepção de presencialidade, somente na discussão dos resultados. Nesse processo, foram importantes as contribuições de Medina (2008; 2016), sobre a arte de tecer o presente, a interação dialógica e a mediação-autoral no jornalismo; de Peres (2015; 2021), sobre testemunho lacunar; e de Salgado (2006), sobre a ótica multidimensional das cidades.

gando parte do setor a aderir ao modelo de trabalho remoto. Todas essas mudanças cooperam para o cenário de precarização do trabalho e das condições de produção do jornalismo.

### 3. Procedimentos Metodológicos

O presente artigo parte do mesmo projeto desenvolvido junto ao Pibic, entre setembro de 2020 e agosto de 2021. É uma pesquisa exploratória, realizada por meio de revisão bibliográfica (GIL, 2002) e aplicação de survey como instrumento de coleta de dados. O questionário foi elaborado com dez questões, em formulário da plataforma Google. As perguntas iniciais são relativas ao perfil do respondente. Já as duas últimas questionam a percepção dos respondentes sobre as dimensões de qualidade do jornalismo; e os fatores de presencialidade, em relação a sua contribuição para a qualidade da informação jornalística. A proposta é capturar como os grupos se posicionam, dado seu nível de experiência, ocupação, vínculo de trabalho, faixa etária etc. O survey foi lançado para o público em 24 de agosto de 2021 e ficou disponível até 20 de setembro de 2021. A divulgação ocorreu entre redes de contatos dos grupos envolvidos na pesquisa, por meio das redes sociais e contato direto com universidades e centros de ensino superior de jornalismo, pelo envio de informativos. A mobilização se circunscreveu ao estado do Ceará, totalizando 112 respondentes.

Nossa pesquisa visa compreender como a redução da presencialidade pode afetar a qualidade da informação jornalística. Os objetivos específicos são 1) identificar em quais dimensões a presencialidade se encontra dentro da cadeia de produção do jornalismo; 2) identificar quais fatores contribuem para a noção de presencialidade; e 3) examinar quais desses fatores são considerados mais importantes para jornalistas, docentes e estudantes de jornalismo. A partir desses procedimentos, tentaremos responder: até que ponto as limitações provocadas pela pandemia podem afetar o processo de produção da notícia? Em que dimensões a presencialidade é percebida dentro das dinâmicas produtivas do jornalismo? De que maneira é possível produzir informação jornalística de qualidade com restrições de presencialidade?

Inicialmente, pretendemos estabelecer como profissionais jornalistas, docentes e estudantes de jornalismo avaliam a presencialidade quanto à sua importância para a qualidade da informação jornalística. Entendemos que há uma possibilidade de distinção, tendo em vista que 1) estudantes estão iniciando sua experiência profissional e podem ter pouca ou nenhuma proximidade com a prática do jornalismo fora do ambiente da graduação e/ou do contexto remoto; 2) docentes de jornalismo podem ter uma visão menos pragmática, devido a sua experiência e reflexão sobre o jornalismo, distante daquela de quem atua apenas no mercado; e 3) profissionais jornalistas atuam diretamente com as práticas do jornalismo e possuem uma visão de dentro. Esse caminho pode oferecer perspectivas mais amplas, inclusive no âmbito geracional.

Outra proposta é a análise dos resultados de avaliação da dimensão presencialidade em relação ao tempo de experiência profissional. Imaginamos que profissionais mais novos podem ter iniciado a carreira em um contexto de maior inserção tecnológica, e por isso podem ser mais favoráveis à

redução da presencialidade. Enquanto profissionais com maior tempo de experiência podem ter uma resistência maior, por terem uma formação que preza mais pela interação social não mediada pela tecnologia.

Também propomos uma observação sobre como os perfis atuantes em diferentes funções percebem a importância dos fatores de presencialidade para a qualidade da informação jornalística. Consideramos que cada tipo de atividade profissional irá exigir níveis diferentes de presencialidade. Nesse recorte, optamos por funções que tivessem um número maior de respondentes e/ou estivessem diretamente relacionadas aos processos de produção da informação.

### 4. Consolidação dos Dados

Elaboramos a planilha com dados de 112 respondentes. A primeira observação é que nossa amostra consiste em uma proporção significativa de profissionais jornalistas, em atuação no mercado. A maioria dos respondentes atuam em empresas de comunicação/jornalismo e tem até 10 anos de experiência profissional. As principais funções exercidas são: assessor(a) de comunicação, repórter e social media. O perfil dos participantes é de maioria jovem, concentrada especialmente entre a faixa etária dos 20 aos 29 anos, conforme a tabela a seguir:

Quadro 1 – Faixa etária dos respondentes

Idade	Contagem	%
Até 19	8	7.1%
20 a 29	67	59.8%
30 a 39	26	23.2%
40 a 49	8	7.1%
Mais de 50	3	2%

Fonte: elaborado pela autora

O respondente mais jovem tem 17 anos e a idade mais alta registrada foi de 61. Outra parte considerável da nossa amostra é constituída de profissionais jornalistas, com 67 respondentes. Também tivemos um número importante de estudantes. Ao todo, foram 36 participantes nessa categoria, divididos entre estudantes de jornalismo em universidade ou centro de ensino superior público (24), e oriundos de universidades ou centros de ensino superior privado (12). Em seguida, estão os docentes de jornalismo, que correspondem a 9 dos 112 participantes.

Quanto à ocupação, a maioria é de jornalistas em atuação no mercado (54), com destaques também para estudantes de jornalismo em estágio (12) e estudantes que nunca estagiaram (13):

Quadro 2 - Ocupação dos respondentes

Ocupação	Contagem	%
Jornalista EM atuação no mercado	54	48.2%
Estudante de jornalismo que NUNCA estagiou	13	11.6%
Estudante de jornalismo EM estágio	12	10.7%
Jornalista SEM atuação no mercado	9	8%
Estudante de jornalismo que JÁ estagiou, mas NÃO está estagiando agora	8	7.1%
Jornalista ou docente sem trabalho atual	7	6.3%
Docente em jornalismo E COM atuação no mercado	6	5.4%
Docente em jornalismo E SEM atuação no mercado	3	2.7%

Fonte: elaborado pela autora

Ainda sobre o perfil dos respondentes, o questionário reservou dois itens para aqueles que possuem atuação profissional, incluindo estágio. O primeiro contempla o ambiente de trabalho ou estágio em que os participantes atuam, e o segundo a função que eles exercem. Apenas 75 pessoas foram encaminhadas para essas questões, por corresponderem a parcela do total de respondentes que estão atualmente no mercado. Além disso, por serem questões de múltipla escolha, alguns dos participantes selecionaram mais de uma opção de ambiente de trabalho e função exercida.

Em relação ao ambiente de trabalho, há uma concentração de profissionais que atuam em empresas de comunicação/jornalismo (32), órgão público (17) e freelancer (11). Empresas de assessoria de comunicação/jornalismo e empresa privada sem ser de comunicação/jornalismo têm 9 respondentes cada. Curso de comunicação/jornalismo de universidade ou centro de ensino superior privado é ambiente de trabalho de 6 dos 75 participantes que responderam à questão, enquanto o curso de jornalismo de universidade ou centro de ensino superior pública(o) contabiliza 4. Já as iniciativas de jornalismo independente e a área de produção de podcast têm 2 representantes cada. Restando organização não governamental, organização social, freelancer, agência publicitária e SEBRAE/CE, cada ambiente com um dos 75 respondentes. Organização de movimentos sociais, cursos de jornalismo de universidade ou centro superior comunitário e confessional não contabilizam respostas.

Quanto às funções exercidas pelos participantes em seu trabalho, identificamos uma maior participação de assessores de comunicação (27), repórteres (23) e social media (22). Seguidos por editores (19), produtores (15), marketing (13), assessores de imprensa (12) e gestores (11). As funções menos exercidas são: proprietário (6), direção de redação (4), jornalista de dados (3), redator (2), CEO (1), produtor de conteúdo (1), analista de comunicação (1), atendimento (1) e podcaster (1). Outro aspecto abordado pelo questionário é o tempo de experiência profissional dos respondentes. A maioria acumula até 10 anos de experiência profissional, como exposto no Gráfico 1.

35; 35.4%

7; 7.1%

4; 4%
2; 2%

12; 12;1%

Sem experiência profissional
1 a 3 anos
11 a 15 anos
Mais que 25 anos

8; 8.1%

7; 7.1%

4 a 4%
2; 2%

16 a 25 anos

Gráfico 1 – Experiência profissional dos respondentes

Fonte: elaborado pela autora

O grande número de respondentes com pouco tempo de experiência justifica-se pela quantidade de estudantes que participaram da pesquisa. Além disso, considerando que a maioria é composta por jovens na faixa etária dos 20 a 29 anos, é esperado que boa parte desse grupo seja iniciante no mercado.

### 4.1 Dimensões de qualificação do jornalismo

O questionário propôs aos participantes um processo de valoração de 17 dimensões de qualificação do jornalismo. Elas foram classificadas segundo o nível de importância que teriam para a qualidade no jornalismo, em que 1 significa o mais baixo nível e 5 o mais alto nível.

Conforme apresentado no Quadro 3, presencialidade, a dimensão que mais nos interessa nesta pesquisa, foi considerada de importância acima da média para 66% dos participantes (74), de importância média para outros 25% (28) e abaixo da média para 8.9% (10). Entre os que as consideraram acima da média, 42 definiram presencialidade com importância máxima (5).

Quadro 3 – Conjunto dos resultados das dimensões de qualidade

Dimensão	Nível de importância 1 (%)	Nível de importância 2 (%)	Nível de importância 3 (%)	Nível de importância 4 (%)	Nível de importância 5 (%)		
Veracidade	0	0	4.4	1.7	93.7		
Responsabilidade social	0	0.8	5.3	3.5	90.1		
Ética	0	0	5.3	5.3	89.2		
Transparência	0	1.7	4.4	8.0	85.7		
Verificabilidade	0	0.8	5.3	11.6	82.1		
Pluralidade	0	3.5	4.4	12.5	79.4		
Diversidade	0	2.6	6.2	13.3	77.6		
Interesse público	0	0.8	8.9	13.3	76.7		
Precisão	0	0.8	7.1	22.3	69.6		
Objetividade	0.8	1.7	14.2	25.8	57.1		
Independência	0	4.4	16.0	28.5	50.8		
Atualidade	0	2.6	22.3	24.1	50.8		
Proximidade	1.7	8.0	16.9	29.4	43.7		
Presencialidade	1.7	7.1	25	28.5	37.5		
Apartidarismo	4.4	11.6	30.3	20.5	33.0		
Imparcialidade	9.8	12.5	30.3	23.2	24.1		
Subjetividade	8.0	20.5	35.7	19.6	16.0		

Fonte: elaborado pela autora

### 4.2 Resultados gerais sobre a dimensão "presencialidade"

A última questão do nosso survey distingue dez fatores relacionados a dimensão presencialidade e pede aos respondentes que atribuam valor de importância a esses fatores, conforme a sua contribuição para a qualidade da informação jornalística. O valor 1 corresponde ao mais baixo nível e o valor 5 ao mais alto nível de importância.

Quadro 4 - Conjunto dos resultados dos fatores de presencialidade, em ordem de melhor avaliação

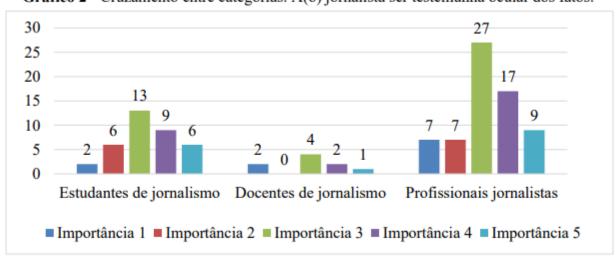
Fatores de presencialidade	Nível de importância 1		Nível de importância 2		Nível de importância 3		Nível de importância 4		Nível de importância 5	
	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	N°	%	Nº
A(o) jornalista estar atento aos gestos, falas, olhares e expressões da fonte e os sentidos que eles produzem	0%	0	1.7%	2	12.5%	14	20.5%	23	65.1%	73
A(o) jornalista entregar-se à experiências e relatos da fonte, sem estar fixo a ideias preestabelecidas	0.8%	1	6.2%	7	12.5%	14	23.2%	26	57.1%	64
A(o) jornalista ter contato rotineiro com a cidade	1.7%	2	2.6%	3	11.6%	13	33.0%	37	50.8%	57
O tratamento da informação ser realizado pela(o) jornalista que apurou as informações nas ruas e/ou diretamente com as fontes	0.8%	1	3.5%	4	14.2%	16	32.1%	36	49.1%	55
A(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias	4.4%	5	0.8%	1	20.5%	23	36.6%	41	37.5%	42
A(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes	5.3%	6	7.1%	8	25.0%	28	38.3%	43	24.1%	27
A(o) repórter interagir presencialmente com (a)o editor(a)	2.6%	3	7.1%	8	30.3%	34	37.5%	42	22.3%	25
A(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes	8.9%	10	8.9%	10	28.5%	32	37.5%	42	16.0%	18
A(o) jornalista estar no ambiente físico da redação	8.9%	10	16.0%	18	29.4%	33	29.4%	33	16.0%	18
A(o) jornalista ser testemunha ocular dos fatos	9.8%	11	11.6%	13	39.2%	44	25.0%	28	14.2%	16

Fonte: elaborado pela autora.

### 4.2.1 A(o) jornalista ser testemunha ocular dos fatos

O primeiro item, 'a(o) jornalista ser testemunha ocular dos fatos', foi considerado com valor de importância 3 para 39.2% dos participantes, sendo o item com maior número de avaliação de nível 3 dentre todos os demais. Os resultados indicam que, embora tenha uma certa relevância, o jornalista ser testemunha ocular dos fatos não chega a ser um fator decisivo para a qualidade da informação. Afinal, existem outros meios de conhecer e relatar os fatos, sem que o jornalista os tenha experimentado em primeira mão (PERES, 2021), movimento que nosso grupo de interesse pode estar familiarizado.

Gráfico 2 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista ser testemunha ocular dos fatos.



Fonte: elaborado pela autora

Ao examinarmos a opinião específica das nossas categorias base, percebemos a mesma tendência verificada nos resultados gerais. Quatro (44.4%) dos 9 docentes consideram de média importância (valor 3) para a qualidade da informação, que o jornalista seja testemunha ocular dos fatos. Quanto aos 67 profissionais jornalistas, 27 (40.2%) considera esse fator de média importância; ao mesmo tempo em que tiveram uma representatividade significativa de atribuição para importância acima da média (38.8%). Nesse caso, é importante ressaltar, 17 (25.3%) deles conferiram valor 4 a esse fator e 9 (13.4%) conferiram valor 5. A preferência pelos valores 3 e 4 também se mantém no caso da categoria de estudantes, com respectivamente 13 (36.1%) e 9 (25%) do total de 36 respondentes; tendo ainda seis (16.6%) respondentes que atribuíram valor 5.

### 4.2.2 A(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes

'A(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes' já tem maior atribuição (38.3%) de valor 4, se comparado ao anterior. Embora uma parcela considerável dos respondentes tenha valorado com nível 3 (25%). Se considerarmos o conjunto dos valores 4 e 5 (27), podemos afirmar que 62.5% dos respondentes consideram que o jornalista entrevistar pessoalmente as fontes tem uma importância acima da média para a qualidade da informação jornalística. Há, então, uma valorização maior desse elemento. A entrevista é considerada o principal instrumento de coleta de informações para o jornalista. Assim, não surpreende que boa parte dos respondentes tenha conferido importância acima da média para este fator.

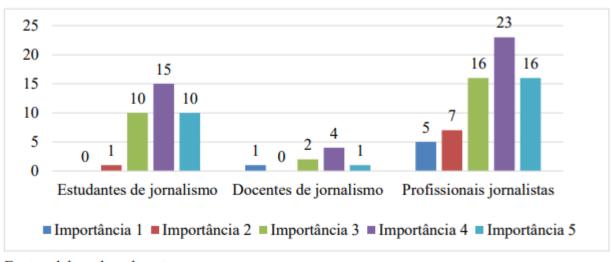


Gráfico 3 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes.

Fonte: elaborado pela autora

A princípio, supomos que a inserção da tecnologia nas rotinas do jornalismo teria enfraquecido o fator presencial, sobretudo para os mais jovens e no contexto de intensificação da prática do jornalismo sentado. Porém, ao olharmos para os resultados das categorias, em especial de estudantes,

percebemos uma tendência de valorização desse fator semelhante aos resultados gerais: 15 (41.6%) dos 36 estudantes conferiram valor 4 e 10 (27.7%) conferiram valor 5 ao jornalista entrevistar pessoalmente as fontes. Outros 10 (27.7%) atribuíram valor 3. Assim, mesmo entre os iniciantes no jornalismo, a entrevista realizada pessoalmente é considerada de relevância acima da média, ainda que não seja uma necessidade irrestrita.

Os profissionais jornalistas também seguiram a tendência, com 23.8% (16) dos 67 atribuindo valor 5 e 23 (34.2%) atribuindo valor 4 de importância. Para outros 16 (23.8%), esse fator tem importância média (valor 3). Os valores 1 e 2 contabilizam 12 (17.8%) do total de respondentes. Em relação aos docentes, o peso maior foi dado ao valor 4, com 44.4% dos 9 respondentes (4). Há ainda dois que conferiram valor 3 ao fator de o jornalista entrevistar pessoalmente as fontes.

### 4.2.3 A(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes

O item 'A(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes' também foi marcado por avaliações 3 e 4. Respectivamente, esses valores contabilizam 28.5% e 37.5% das respostas. Dos 112 respondentes, 60 avaliaram o fator de o jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes com importância acima da média, enquanto a segunda maior parcela (32) atribuiu média importância a esse item.

30
25
20
15
10
5
0
Estudantes de jornalismo Docentes de jornalismo Profissionais jornalistas

Importância 1 Importância 2 Importância 3 Importância 4 Importância 5

Gráfico 4 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes.

Fonte: elaborado pela autora

Os estudantes foram os que proporcionalmente atribuíram valor mais alto de importância ao 'jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes': 30.5% dos 36 estudantes conferiram valor 5 (11), 36.1% conferiram valor 4 a esse fator (13), e 9 que deram importância 3. Essa leve diferença talvez esteja relacionada ao incentivo que esses estudantes recebem, durante a graduação, para atuar "fora da zona de conforto" e encontrar a fonte em seu próprio ambiente. Isto é, praticar o jornalismo de forma a adquirir o que for possível dessa experiência antes de se inserir no mercado de trabalho. Ao verificarmos os resultados da categoria de docentes, percebemos que a maioria

(quatro de 9) atribuiu valor 4 ao mesmo fator, e dois atribuíram valor 5. Assim, percebemos uma relação com os resultados dos estudantes, também supondo que os próprios docentes sejam um de seus principais incentivadores no processo de adquirir experiência jornalística.

Já entre os jornalistas tivemos 32.8% (22) e 37.3% (25) que conferiram, respectivamente, valor 3 e 4 ao fator da entrevista ser realizada no ambiente das fontes. Para esses valores, observamos uma semelhança com os dados gerais. Os jornalistas, então, podem ver uma importância acima da média (44.7%), mas abaixo daquela conferida por estudantes (66.6%) e docentes (66.6%), quando somado o conjunto de resultados dos valores 4 e 5. Esses dados também corroboram com outras pesquisas que apontam a intensificação de práticas como a do jornalismo sentado e a virtualização das atividades jornalísticas, que distanciam os profissionais do contato pessoal com as fontes.

### 4.2.4 A(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias

Esse fator já se mostra mais relevante na opinião dos respondentes, em comparação com os primeiros que analisamos até aqui. Observamos um acúmulo maior de respondentes que atribuíram valor 4 e 5 a esse item. Somados, são 83 (ou 74.1%) dos 112 respondentes, com uma parcela também significativa (20.5%) que conferiu valor 3 (23). Esse resultado apoia discussões sobre como a relação dos jornalistas com a rua é necessária para moldar sua percepção sobre a vida cotidiana; e aguçar seu olhar para os diferentes aspectos da cidade e para os perfis que se relacionam com o espaço urbano e entre si (RIO, 2012; MEDINA, 2016; PERES, 2015).

Gráfico 5 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias.

Fonte: elaborado pela autora

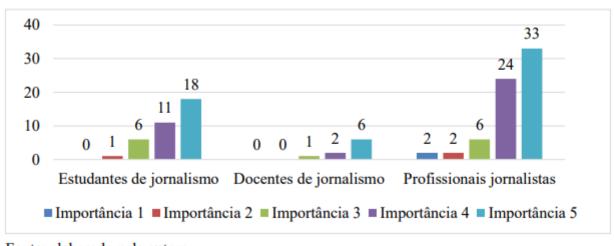
Os estudantes se destacaram por conferir, em sua maioria, o mais alto número de valorização de importância 5, com 18 (50%) dos 36 participantes da categoria. Entre eles, sete indicam importância 4 (19.4%), correspondendo a 69.4% de relevância acima da média. Também nove (25%) consideram ter importância 3. Esse resultado é interessante, considerando a probabilidade de a maioria

destes estudantes terem iniciado sua experiência no jornalismo de forma remota, dado o contexto de pandemia.

Para os profissionais jornalistas, no entanto, o peso maior foi dado ao valor 4, que teve 46.2% dos 67 respondentes (31). Somando com os valores atribuídos ao nível 5 (20 ou 29.8%), temos 76% que consideram a contribuição desse fator como acima da média. Em relação aos docentes, 77.7% consideram esse fator acima da média, com três atribuindo valor 4 de importância e quatro atribuindo valor 5.

### 4.2.5 A(o) jornalista ter contato rotineiro com a cidade

Outro fator que apoia a relevância de jornalistas estarem em contato com a cidade para produzir melhor o conteúdo jornalístico. A cidade é o palco dos eventos da vida cotidiana, então é lá que o jornalista deve encontrar suas histórias (SALGADO, 2006). Os respondentes parecem perceber essa importância, considerando que 50.8% atribuíram valor máximo (5) para a qualidade da informação que o jornalista tenha contato rotineiro com a cidade. Outra parcela de 33% atribuiu valor 4, somando 83.8% que consideram esse fator acima da média.



**Gráfico 6** - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista ter contato rotineiro com a cidade.

Fonte: elaborado pela autora

As nossas categorias base de respondentes seguiram a tendência dos resultados gerais. Para 49.2% dos profissionais (33), esse fator tem importância 5, e para 35.8% (24), ele tem importância 4, totalizando 85% que percebem uma relevância acima da média para a qualidade da informação. Quanto aos docentes, a maioria (6 ou 66.6%) dos 9 respondentes atribuiu valor 5 ao fator de o jornalista ter contato rotineiro com a cidade. Os estudantes também identificam importância máxima, com 50% dos 36 respondentes atribuindo valor 5 para esse fator (18). 30.5% também apontaram valor 4, representando um total de 80.5% que consideram de importância acima da média o jornalista ter contato rotineiro com a cidade.

### 4.2.6 A(o) jornalista estar atento aos gestos, falas, olhares e expressões da fonte e os sentidos que eles produzem

Dentre os 10 fatores de presencialidade avaliados, esse é o que acumula maior número de atribuição de importância 5. O valor foi conferido por 65.1% dos 112 participantes. Somado aos resultados do valor 4, temos 85.7% dos respondentes que o consideram acima da média. Além disso, é o único fator a receber zero respostas para o nível 1. Ele está diretamente relacionado aos cinco sentidos na apuração e na entrevista, mencionados por Medina (2016), e considerados por ela essenciais para o desenvolvimento da sensibilidade de um bom entrevistador e repórter. A máxima avaliação desse item pode sugerir a influência que a entrevista tem como técnica de apuração jornalística.

50
43
40
30
25
20
10
0
10
0
10
Estudantes de jornalismo Docentes de jornalismo Profissionais jornalistas

Importância 1 Importância 2 Importância 3 Importância 4 Importância 5

Gráfico 7 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista estar atento aos gestos, falas, olhares e expressões da fonte e os sentidos que eles produzem.

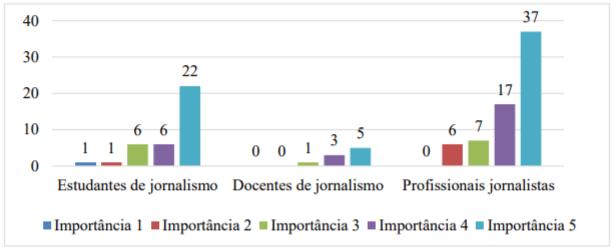
Fonte: elaborado pela autora

Entre os profissionais jornalistas, 64.1% (43) concordam que esse fator tem importância máxima para a qualidade da informação jornalística, número aproximado dos resultados gerais. Incluindo outros 23.8% (16) que atribuíram valor 4, temos um total de 87.9% que o consideram acima da média de importância. No caso dos estudantes, 25 (69.4%) dos 36 participantes atribuíram valor 5 de importância. Os docentes também colocaram peso maior ao valor 5, com cinco representantes (55.5%) entre os 9 respondentes dessa categoria. Se incluirmos três que atribuíram valor 4, teremos 88,8% dos docentes que indicam importância acima da média.

### 4.2.7 A(o) jornalista entregar-se à experiência e relatos da fonte, sem estar fixo a ideias preestabelecidas

Este é o segundo fator a alcançar maior número de atribuição de importância 5. Ele está diretamente vinculado à construção do diálogo voltado para a interação social transformadora – conceito sustentado por Medina (2016). Esse fator, como ela sugere, é rico para a humanização do jornalismo. E nossos respondentes também o observam de forma positiva, com 57.1% (64) atribuindo-o importância máxima para a qualidade da informação jornalística. Dos 112 participantes, 23.2% também atribuíram valor 4 a esse fator, totalizando 80.3% que o identificaram como acima da média de importância.

Gráfico 8 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista entregar-se à experiência e relatos da fonte, sem estar fixo a ideias preestabelecidas



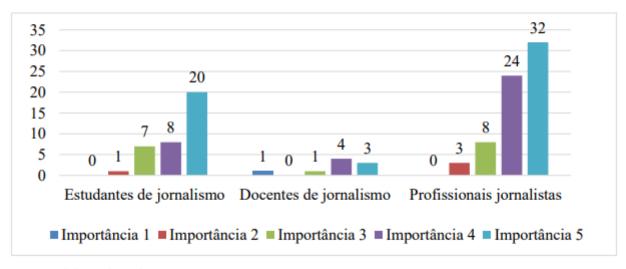
Fonte: elaborado pela autora

Ele também é considerado de importância máxima para a qualidade da informação, por 55.2% (37) dos 67 profissionais jornalistas participantes da pesquisa. A segunda maior parcela (17 ou 25.3%) desses respondentes atribuiu valor 4. Os docentes também manifestaram opinião positiva: 88.8% indicaram importância acima da média. Foram cinco (55.5%) atribuições de valor 5 e três (33.3%) de valor 4. No caso dos estudantes, 61.1% (22) indicaram valor 5 de importância a esse item. Somando 16.6% (6) que atribuíram valor 4, há 77.7% que consideram o fator acima da média.

## 4.2.8 O tratamento da informação ser realizado pela(o) jornalista que apurou as informações nas ruas e/ou diretamente com as fontes

O item faz contraponto a prática do jornalismo sentado, ao ressaltar o ato de o próprio jornalista que apurou as informações realizar o tratamento do material coletado. Partindo de reflexões anteriores, podemos supor que o jornalista que esteve em contato direto com a fonte, fora da redação, terá uma apreensão melhor do universo apresentado por ela e/ou descoberto nas ruas (MEDINA, 2016; SALGADO, 2006). Aqui, também tivemos um grande número de avaliação correspondente à importância 5, que registrou 49.1% das respostas. A importância 4 teve 32.1%, consolidando esse item com importância acima da média para 81.2% dos respondentes.

Gráfico 9 - Cruzamento entre categorias. O tratamento da informação ser realizado pela(o) jornalista que apurou as informações nas ruas e/ou diretamente com as fontes



Fonte: elaborado pela autora

Os resultados das categorias específicas também se mostraram positivos, especialmente entre os estudantes. Dos 36 participantes dessa categoria, 20 (55.5%) apontaram relevância 5. Há ainda oito que atribuíram valor 4 (22.2%), consolidando 77.7% que percebem importância acima da média para esse fator. Os profissionais jornalistas, embora tenham proporcionalmente acumulado menor número de avaliação 5, se comparado com os estudantes, também aumentaram a atribuição de valor 4. Respectivamente, esses valores foram conferidos por 32 (47.7%) e 24 (35.8%) dos respondentes, totalizando 83,5% que indicam importância acima da média para o tratamento da informação ser realizado pelo jornalista que apurou as informações. Os docentes também consideraram o fator com importância acima da média, com 77%: foram três (33.3%) atribuições de valor 5 e quatro (44.4%) de valor 4.

### 4.2.9 A(o) repórter interagir presencialmente com (a)o editor(a)

No passo das transformações das rotinas do jornalismo e no contexto de maior consolidação do trabalho remoto, a interação presencial entre o repórter e o editor pode se tornar uma mera formalidade; ou um elemento que fará falta para a cultura e as relações profissionais do jornalismo. Para os nossos respondentes, contudo, essa interação ainda tem sua relevância, mesmo que divida opiniões. A maioria (37.5%) considerou o fator com importância 4 para qualidade da informação jornalística. Também temos uma parcela significativa (30.3%) que atribuiu valor 3, de média importância.

editor(a)

27

25

20

15

12

12

10

5

0

Estudantes de jornalismo Docentes de jornalismo Profissionais jornalistas

Importância 1 Importância 2 Importância 3 Importância 4 Importância 5

Gráfico 10 - Cruzamento entre categorias. A(o) repórter interagir presencialmente com (a)o editor(a)

Fonte: elaborado pela autora

Em relação a esse item, estudantes e docentes foram os que mais indicaram importância 5. Três (33.3%) dos 9 docentes apontaram o valor máximo de importância, três (33.3%) conferiram valor 4, dois (22.2%) conferiram valor 3. Dentre os estudantes, 27.7% (10)

indicaram importância 5, 33.3% (12) atribuíram valor 4 e outros 33.3% (12) atribuíram média importância, com o valor 3. No caso dos profissionais jornalistas percebemos uma leve diferença. A maioria indicou importância 4 para a qualidade da informação, que o repórter realize interação presencial com o editor. É o caso de 40.2% (27) dos 67 respondentes da categoria. Em seguida, 29.8% (20) conferiu valor 3 de importância para esse item, e outros 17.9% (12) indicaram importância 5. Essa diferença, em relação aos docentes e estudantes com a dos jornalistas, talvez encontre justificativa no fato de os profissionais estarem vivenciando as mudanças na rotina do jornalismo de forma direta, o que pode ter mudado sua percepção sobre as relações presenciais no trabalho.

### 4.2.10 A(o) jornalista estar no ambiente físico da redação

Este item é o que apresentou maior divergência de opinião entre os respondentes e um dos que tiveram maior indicação de importância nível 1 e 2. Para esse fator, o peso está mais distribuído. O valor 3 e 4 se destacam por acumularem igualmente 33 (29.4%) dos 112 respondentes em sua classificação. Ao mesmo tempo, se somarmos os dados referentes aos valores 1 e 2, temos 25% de respondentes que afirmam que o jornalista estar no ambiente físico da redação tem relevância abaixo da média para a qualidade da informação. Esses dados indicam uma tendência para os jornalistas se desvincularem de um certo tipo de cultura profissional que requer o contato não mediado pela

25
20
15
10
5
0
Estudantes de jornalismo Docentes de jornalismo Profissionais jornalistas

Importância 1 Importância 2 Importância 3 Importância 4 Importância 5

Gráfico 11 - Cruzamento entre categorias. A(o) jornalista estar no ambiente físico da redação

Fonte: elaborado pela autora

Assim, talvez não seja por acaso que apenas seis dos 67 (8.9%) profissionais jornalistas tenham atribuído a esse fator valor 5 de importância para a qualidade da informação jornalística. Também 20 (29.8%) deles indicaram importância 4 e 22 (32.8%) atribuíram valor 3. Com isso, restaram 19 (28.3%) participantes que conferiram valor abaixo da média, considerando a soma dos valores 1 e 2. Já os docentes ressaltaram importância maior para o valor 4, com 44.4% (4) dos 9 respondentes. Os estudantes foram os que mais atribuíram valor 5, contabilizando 11 (30.5%) de 36 respondentes, seguido dos valores 4 e 5 que tiveram igualmente 9 (25%) respondentes cada. É importante considerar que o próprio contexto de pandemia tenha influenciado a avaliação dos respondentes neste fator. Nesses casos, se sobressaem as vantagens do sistema. A partir da continuidade do teletrabalho, é que os pontos negativos começam a se fortalecer.

#### 4.3 Alguns cruzamentos

### 4.3.1 Tempo de experiência profissional

Separamos o grupo de respondentes entre aqueles que têm 'menos de um ano a 3 anos', '4 a 10 anos' e 'acima de 11 anos' de experiência, para termos uma distribuição mais adequada entre iniciantes no jornalismo e aqueles que já acumulam um tempo maior de exercício da profissão.

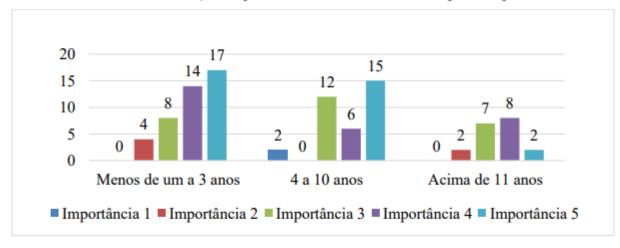


Gráfico 12 - Avaliação da presencialidade conforme o tempo de experiência

Fonte: elaborado pela autora

Inicialmente, cogitamos que os profissionais com maior tempo de experiência iriam avaliar a presencialidade com maior nível de importância. No entanto, constatamos que os participantes que acumulam mais de 11 anos de experiência foram os que menos atribuíram importância 5 para a dimensão presencialidade na qualidade do jornalismo. Apenas dois (10.5%) dos 19 correspondentes dessa categoria atribuíram valor 5 à dimensão. Mesmo ao adicionarmos as atribuições dadas ao nível 4 (com 8 ou 42.1% dos 19 representantes), essa categoria continua atrás das demais, com 52.6% avaliando a presencialidade com relevância acima da média.

Enquanto para as categorias de '4 a 10 anos' e 'menos de um a 3 anos' de experiência, esse valor é respectivamente 60% (21 de 35 respondentes) e 72% (31 de 43 respondentes). Ainda entre o grupo de participantes com experiência acima de 11 anos, há 36.8% (7) que consideram a presencialidade de média importância, com atribuição de valor 3. Os outros grupos tiveram uma aproximação maior quanto a porcentagem dos respondentes que atribuiu valor 5 para a presencialidade. Entre os participantes com até 3 anos de experiência, foram 39.5%; entre aqueles com '4 a 10 anos' de experiência, a parcela correspondente é de 42.8%. Assim, a grande diferença entre eles se dá na atribuição de valor 4 e 3. Nesse caso, os profissionais com menos de um a 3 anos de experiência foram os que mais indicaram nível 4, com 32.5% (14); restando 18.6% (8) que conferiram valor 3. Enquanto o grupo com '4 a 10 anos' de experiência teve 17.1% (6) dos seus 35 representantes que atribuíram valor 4; e 34.2% (12) que indicaram importância média, com valor 3.

Nota-se, então, que os profissionais com até 3 anos de experiência são aqueles que mais valorizaram positivamente a presencialidade para a qualidade do jornalismo. Considerando os tempos de pandemia e o pouco tempo de experiência desses participantes, é possível supor que toda ou boa parte da experiência que eles tiveram com o jornalismo se deu em situação de pouca ou nenhuma presencialidade. Assim, essas restrições podem ter tido um peso maior na sua percepção da prática jornalística, se comparado com aqueles profissionais que tiveram mais experiência com as rotinas fora de situações extremas, como a provocada pela pandemia.

### 4.3.2 Função no trabalho

Aqui, trabalharemos com seis funções com papel mais direto na rotina de produção da informação: assessores de comunicação e assessores de imprensa, que são participantes ativos na cadeia de produção informativa das empresas jornalísticas; gestores, produtores e editores pelo seu papel de gerenciamento e atribuição de funções, monitoramento e planejamento das atividades da redação; e os repórteres pelo seu contato direto com as fontes e no tratamento de conteúdos informativos. Além disso, tentamos aproximar aquelas funções que tivessem um envolvimento maior com os fatores de presencialidade abordados em nosso survey.

Nossa primeira preocupação foi examinar como editores e repórteres avaliam os fatores 'a(o) jornalista ser testemunha ocular dos fatos'; 'a(o) jornalista ter contato rotineiro com a cidade'; 'a(o) repórter interagir presencialmente com o editor' e 'o tratamento da informação ser realizado pela(o) jornalista que apurou as informações nas ruas e/ou diretamente com as fontes'. O primeiro, porque exige do repórter a espontaneidade de estar no lugar e na hora certa em que os eventos acontecem, e ao editor por seu papel de direcionar os repórteres para cumprir pautas, o que gera a oportunidade de testemunhar os fatos. O segundo, por não se restringir a uma demanda funcional, mas cooperar para a fruição do jornalista (seja repórter ou editor), levando-o a pensar novas pautas e direcionamentos para matérias futuras ou em andamento. O terceiro, por tratar dos dois agentes de forma explícita. O jornalista interagir presencialmente com o editor pode ser importante para clareza nas atribuições e uma relação de confiança e cooperação no trabalho, entre outros. E o quarto, por tratar-se de uma atribuição de atividade dada pelo editor ao repórter, que pode ou não ser indicado para o tratamento da informação coletada.

Conforme observamos, ser testemunha ocular dos fatos é fator valorizado positivamente por de editores e repórteres. Para ambos, vemos se destacar o valor de importância média (nível 3): 42,1% (8) dos 19 editores e 39,1% (9) dos 23 repórteres atribuíram esse valor. A maior diferença, portanto, está no número de atribuições de importância 4 e 5 conferidas pelos dois grupos. Os editores proporcionalmente indicaram mais o nível 4, com 36,8% dos 19 participantes da categoria. Somando com outros 15,8% que indicaram nível 5, temos 52,6% que consideram o fator como acima da média. Os repórteres, por outro lado, atribuíram valor equiparado de 21,7% (5) para os níveis 4 e 5, cada; ou seja, 43,4% consideram o fator como acima da média de importância. Desse modo,

percebemos que há uma divergência maior de opinião entre os repórteres quanto à importância do testemunho ocular para a qualidade da informação jornalística, enquanto entre os editores há maior consenso e relevância atribuídos.

A proporção de repórteres e editores que valoram positivamente 'a(o) jornalista ter contato rotineiro com a cidade' é semelhante. Respectivamente 52,6% (10) dos 19 editores e 52,2% (12) dos 23 repórteres indicaram a importância máxima (nível 5) para a qualidade da informação jornalística; e também de forma respectiva, 31,6% (6) e 34,8% (8) atribuíram valor 4. Assim, mais 84,2% dos editores e 87% dos repórteres consideraram esse valor acima da média.

A interação presencial entre repórter e o editor também foi considerada de forma positiva. Proporcionalmente 69.5% dos editores e repórteres indicaram importância acima da média para esse fator. Contudo, os repórteres foram os que mais avaliaram com o nível 5 de relevância, com 30,4% ou sete dos 23 participantes do grupo. A importância 4 foi conferida por 39,1% (9), seguida de 26,1% (6) que indicou valor 3. Já os editores indicaram importância máxima com 21,1% (4) dos 19 respondentes da categoria. A maioria atribuiu importância 4, correspondendo a 47,4% (9) dos editores. Outros quatro (21,1%) indicaram nível 3. Portanto, podemos considerar que os repórteres percebem uma importância mais significativa da interação presencial com o editor para a qualidade da informação.

O item 'o tratamento da informação ser realizado pela(o) jornalista que apurou as informações nas ruas e/ou diretamente com as fontes' foi o de maior destaque para os repórteres. Dos 23 participantes desse grupo, 65,2% (16) atribuíram importância máxima, e igualmente 17,4% (4) atribuíram valor 3 e 4. Ou seja, temos um total de 82,6% que atribuíram valor acima da média. Os editores também avaliaram esse fator de forma positiva: 79% indicam relevância acima da média, embora em menor grau se comparado aos repórteres. Nesse caso, nove (47,4%) dos 19 editores atribuíram importância 5, seis (31,6%) atribuíram valor 4, e dois (10.5%) indicaram importância 3. A partir desses resultados, podemos supor que os repórteres podem ter um senso maior de responsabilidade com as fontes e o material coletado; ou prezam pela autoria no processo de criação, como elabora Medina (2016).

Em relação aos itens 'a(o) jornalista estar atento aos gestos, falas, olhares e expressões da fonte e os sentidos que eles produzem' e 'a(o) jornalista entregar-se à experiência e relatos da fonte, sem estar fixo a ideias preestabelecidas e juízo de valores', consideramos o cruzamento do grupo de assessores de imprensa e o grupo de repórteres. Essa decisão considera o fato de ambos os grupos atuarem diretamente com as fontes ou personagens envolvidos no produto informativo. O assessor de imprensa, com a prioridade de defender os interesses do seu assessorado; e o jornalista, com o propósito de obter as informações mais importantes. Por isso, no processo de alcançar o universo desses personagens, tanto repórteres quanto assessores devem estar dispostos a ouvir com entrega e atenção (MEDINA, 2008; 2016).

No caso do item 'a(o) jornalista estar atento aos gestos, falas, olhares e expressões da fonte e os sentidos que eles produzem', os assessores de imprensa se destacam por ter 66,7% dos 12 participantes do grupo que avaliam esse fator com importância máxima. Há ainda 25% (3) que indicou

importância 3 e um assessor que indicou importância 2; sem resultados para os valores 1 e 4. Os repórteres também avaliaram de forma positiva: 56,5% dos 19 participantes do grupo indicaram valor 5. Os repórteres também dão peso aos valores 4 e 3, com respectivamente 13% (3) e 30,4% (7) do total de participantes repórteres. O grupo não atribuiu importância aos valores 1 e 2.

Quanto 'a(o) jornalista entregar-se à experiência e relatos da fonte, sem estar fixo a ideias preestabelecidas e juízo de valores', mais uma vez os assessores de imprensa se destacam: 58.3% dos 13 respondentes desse grupo o indicaram com a importância 5, incluindo outros 25% (3) que indicaram valor 4. Ou seja, 83,3% consideram o fator com importância acima da média. Enquanto igualmente 39,1% (9) dos 23 repórteres atribuem valor 5 e 4, totalizando 78,2% que consideram o fator acima da média de importância.

Dentre os fatores avaliados na pesquisa, 'a(o) jornalista estar no ambiente da redação' está diretamente relacionado ao ambiente de uma empresa jornalística. Por isso, consideramos observar como funções que atuam diretamente no ambiente da redação (gestores, produtores e editores) iriam valorizar esse fator para a qualidade da informação, em comparação com repórteres, que também atuam em campo. Nosso primeiro achado revela um nível de importância equilibrado entre o valor 3 e o 4 para todos os grupos, com exceção dos produtores, que indicaram uma maior importância para o nível 3, a média de relevância.

Nota-se pelo Gráfico 13 que os repórteres atribuem valor mais alto ao item 'a(o) jornalista estar no ambiente da redação,' com 25% dos 23 participantes da categoria. Enquanto 40% dos produtores indicaram importância média para a qualidade da informação jornalística. O ambiente da redação deve ter uma importância maior para os repórteres pela oportunidade de interagir com os colegas e compartilhar saberes e experiências, um dos valores considerados mais relevantes na cultura pro-

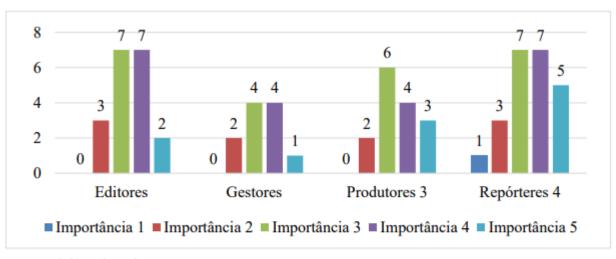


Gráfico 13 - Cruzamento entre funções. A(o) jornalista estar no ambiente da redação.

Fonte: elaborado pela autora

Já os últimos três itens, 'a(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes', 'a(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes' e 'a(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias', foram examinados a partir dos seguintes grupos de responden-

tes: assessores de comunicação, assessores de imprensa, editores, gestores, produtores e repórteres. Essa decisão considera que a disposição para ir até esses lugares e personagens, depende muito da própria percepção dos agentes que atuam diretamente na produção informativa, ou da permissão e orientação de seus líderes.

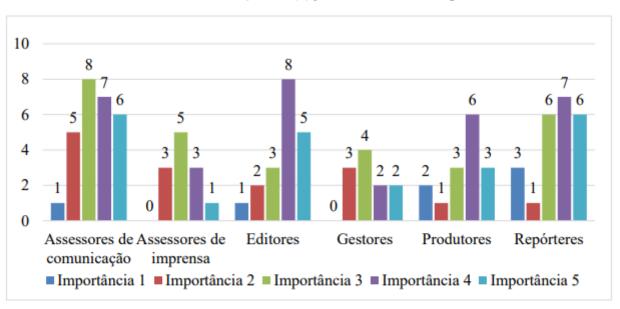


Gráfico 14 – Cruzamento entre funções. A(o) jornalista entrevistar pessoalmente as fontes.

Fonte: elaborado pela autora

A partir do Gráfico 14, vemos que editores, produtores e repórteres foram os que deram melhor avaliação para o fator de o jornalista entrevista pessoalmente as fontes. Os editores indicaram principalmente o valor 4, com 42,1% dos 19 representantes do grupo; seguido de 26,3% que atribuiu valor 5. Os produtores também atribuíram mais importância ao valor 4, correspondendo a 37,5% dos 15 participantes do grupo. Eles também indicaram número igual de importância para o valor 3 e 5, com 18,75% do total de produtores. Os repórteres, apresentaram mais de divergência, ainda a avaliação seja positiva: 26% indicaram nível 5, 30.4% indicaram nível 4 e 26% indicaram nível 3. Os gestores, por outro lado, apontaram maior relevância ao nível 3, com 36.3% dos respondentes desse grupo. E ainda 27.7% atribuíram importância 2. Essa tendência de classificação na média e abaixo da média pode encontrar justificativa no fato de os gestores estarem mais próximos dos interesses empresariais, o que pode afetar a percepção da importância da entrevista pessoal para a qualidade da informação. Sobretudo, por serem responsáveis por atividades como manutenção de despesas e gerenciamento financeiro. Enquanto os editores, produtores e repórteres estão menos envolvidos nessas decisões mercadológicas, ainda que haja certa submissão a esses preceitos.

Os assessores de comunicação também tiveram opinião divergente. A maioria dos respondentes do grupo indicaram importância 3 (29.6%) ao fator de o jornalista entrevistar pessoalmente as fontes; enquanto 22.2% atribuíram importância 5, 25.9% atribuíram importância 4 e 18.5% atribuíram importância 3. Já os assessores de imprensa, também indicaram maior importância para o nível 3, correspondendo a 41.6% dos 12 respondentes do grupo; restando 25% que indicaram importância

abaixo da média, com valor 2; e 4 que indicaram importância acima da média, com três atribuindo valor 4 e um atribuindo valor 1. Considerando a natureza da atuação dos assessores, podemos supor que essa importância média se dá pelo fato de que em entrevistas a distância, os assessores podem ter maior controle sobre as informações repassadas para os jornalistas, o que favorece a preservação da imagem de seus assessorados.

O item 'a(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes' foi bem avaliado por editores, repórteres, produtores e assessores de comunicação - embora este último tenha apresentado mais divergência de opinião. Esse fator também apresenta mais avaliações negativas, se comparado com o item anterior. No caso dos assessores de comunicação, temos 33,3% que consideram este fator com importância abaixo da média (segundo a soma dos valores 1 e 2). Ao mesmo tempo, 33,3% consideram a média de importância e outros 33,3% consideram acima da média – o que revela o baixo consenso entre o grupo. O peso maior, no entanto, permanece entre a importância 3 e 4, o que evidencia a tendência para a classificação positiva. A mesma tendência é percebida entre os assessores de imprensa, que distribuíram importância igual (33,3% dos respondentes) para os valores 1, 3 e 4, conforme ilustra o gráfico 15.

10 8 8 6 44 Editores Gestores Produtores Repórteres Assessores de imprensa comunicação ■ Importância 1 ■ Importância 2 ■ Importância 3 ■ Importância 4 ■ Importância 5 Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 15 - Cruzamento entre funções. A(o) jornalista realizar entrevista no ambiente das fontes.

Os editores se destacam com 42.1% que atribuíram importância 4 a esse fator, incluindo outros 31.5% que indicaram importância 3. Enquanto 40% dos produtores indicaram importância 4 e 26% atribuíram importância 3. Os gestores tiveram opinião divergente, com a maioria (36.3%) valorizando a importância 3 e igualmente 27.2% atribuindo importância 2 e 4.

Já a maioria (30.4%) dos repórteres indicou relevância de nível 4, seguida de 26% que atribuíram valor 3 e 17.3% que indicaram nível 5. Assim, mais uma vez os gestores se distanciam dos resultados apresentados pelos demais, o que reforça a hipótese de que essa percepção se dá pela aproximação com a lógica mercadológica da empresa.

Por fim, como demonstra o Gráfico 16, o item 'a(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias' foi o melhor avaliado entre os grupos, especialmente entre os repórteres. Apenas os assessores de comunicação deram maior importância ao valor 3, com 33.3% dos representantes do grupo. E mesmo assim, foi percebida divergência de opinião, com outros 29.6% que atribuíram valor 4 e também 29.6% que apontaram importância 5. Assim, temos uma média de 59,2% que consideraram acima da média. Já 43.4% dos repórteres consideram importância máxima. E ainda 26% do grupo indicou importância média e outros 26% indicaram importância 4. Considerando a própria natureza da função de um repórter, esse resultado era esperado.

12 10 10 8 8 8 6 6 6 5 6 3 4 2 Editores Gestores Produtores Repórteres Assessores de Assessores de comunicação imprensa ■ Importância 1 ■ Importância 2 ■ Importância 3 ■ Importância 4 ■ Importância 5

Gráfico 16 – Cruzamento entre funções. A(o) jornalista ir às ruas em busca de personagens e dados exteriores para as matérias.

Fonte: elaborado pela autora

Quanto aos assessores de imprensa, editores, gestores e produtores, todos indicaram maior importância de nível 4. Uma parcela significativa dos editores, contudo, atribuiu valor 5 a esse fator, com 36.8%. O valor 4 foi atribuído por 47.3%, restando apenas 15.7% que indicou importância 3. Entre os produtores, 40% indicaram valor 4 e 26.6% indicaram valor 5, consolidando 66.6% que atribuíram importância acima da média, enquanto outros 26.6% atribuíram importância média (nível 3). Com valor aproximado, 41.6% dos assessores de imprensa indicaram importância 4, e igualmente 25% destacaram importância 5 e 3. No caso dos gestores, 45.4% atribuíram valor 4 e 36.3% atribuíram valor 5 de importância. Com isso, nota-se que eles percebem um valor maior, embora ainda coloquem peso sobre a importância média, sendo o grupo que menos indicou importância 5.

### Considerações finais

A análise da presencialidade como dimensão da qualidade do jornalismo é oportuna e essencial para avaliar os impactos provocados pela pandemia da Covid-19 sobre a instituição jornalística – ou, mais especificamente, sobre a produção jornalística. Afinal, um jornalismo produzido com excelência pode dar subsídio à sociedade para lidar com situações extremas como essa incitada pela doença, ao organizar o caos informativo e servir de ponte entre os diversos grupos sociais e os principais agentes que atuam em combate à crise.

Identificamos que a presencialidade atravessa diversos momentos da produção jornalística, seja de forma concreta, ao simples estar ou não de corpo presente no ambiente da redação ou no local dos eventos e em contato com as fontes; seja de forma simbólica, por meio da entrega na interação dialógica, da atenção dedicada, ou da construção da presença por meio da narrativa. Esses fatores posicionam a presencialidade de uma forma que, mesmo diante da restrição do elemento físico, é possível encontrá-la. Dessa forma, a redução da mobilidade por si só não seria um elemento de completa desvalorização da qualidade da informação jornalística, visto que há outras formas de construir essa presencialidade.

Ao examinarmos a importância da dimensão presencialidade para a qualidade do jornalismo, conforme o tempo de experiência, percebemos uma valorização maior entre os grupos que acumulam menor tempo de experiência profissional. Quanto aos fatores de presencialidade, os grupos de profissionais jornalistas, docentes e estudantes de jornalismo seguiram a tendência dos resultados gerais, com divergências pontuais em um ou outro fator específico. As maiores divergências na avaliação dos fatores de presencialidade, foram percebidas ao distinguirmos a função exercida pelos respondentes em seu trabalho.

Como desdobramento desta pesquisa, outras avaliações podem ser realizadas. Há ainda mais funções que podem ter sua percepção sobre a presencialidade avaliada, seja em relação aos ambientes em que atuam, ao tempo de experiência, relação com o mercado etc. Uma possibilidade seria repercutir as considerações e achados desta pesquisa com a audiência. Também seria interessante a aplicação da pesquisa em intervalos regulares, de modo a perceber como as dimensões de qualidade se adaptam ao longo do tempo e como elas podem indicar futuras transformações do jornalismo.

#### Referências

ALMEIDA, Juliana; NETO, Josafá da Silva. Gestão da Qualidade Editorial: aplicação do software Q-Avalia para análise de jornais do Nordeste. São Paulo, SBPJor, 2018. Anais, 16°. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/view/1546.

FÜRST, Silke. In the Service of Good Journalism and Audience Interests? How Audience Metrics Affect News Quality. Media And Communication, [S.L.], v. 8, n. 3, p. 270-280, 24 ago. 2020.

GIL, Antônio Carlos. Metodologia da pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

GUERRA, Josenildo. Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental. São Paulo, SBPJor, 2018. Anais, 16º. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbp-jor2018/paper/view/1546.

GUERRA, Josenildo. Qualidade editorial: proposta de um ambiente e de uma ferramenta para avaliação de qualidade. Palhoça, SBPJor, 2016. Anais, 14°. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbp-jor2016/paper/viewFile/184/156.

GUERRA, Josenildo; FEITOZA, Liliane; GONÇALVES, Jussara. Qualidade em jornalismo: avaliação experimental dos requisitos pluralidade e relevância em três veículos brasileiros. Goiânia, SBPJor, 2019. Anais, 17°. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/view/1980.

MEDINA, Cremilda. Ato presencial: mistério e transformação. São Paulo: Casa da Serra, 2016. 336 p.

MEDINA, Cremilda. Entrevista: o diálogo possível. 5. ed. São Paulo: Ática, 2008. 96 p. (Princípios; 105).

MEIJER, Irene Costera; BIJLEVELD, Hildebrand P. Valuable Journalism. Journalism Studies, [S.L.], v. 17, n. 7, p. 827-839, 13 maio 2016.

PELLEGRINI, Silvia; PUENTE, Soledad; GRASSAU, Daniela. La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en chile. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, [S.L.], v. 21, p. 249-267, 26 nov. 2015.

PERES, Ana Cláudia. Cidades visíveis: a esquina da experiência urbana com o jornalismo.Rumores, S. I, v. 9, n. 18, p. 150-168, dez. 2015.

PERES, Ana Claudia. Jornalismo: testemunha lacunar da história. Estudos em Jornalismo e Mí-

dia, S.I, v. 18, n. 1, p. 25-37, jun. 2021.

PRAZERES, Michelle; RATIER, Rodrigo. O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy. Estudos em Jornalismo e Mídia, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 86-95, 18 jun. 2020.

RIO, João do. A alma encantadora das ruas. Nova Fronteira, 2012.

RIVAS-DE-ROCA, Rubén; CARO-GONZÁLEZ, Francisco J.; GARCÍA-GORDILLO, Mar. Indicadores transnacionales de calidad informativa basados en la experiencia de periodistas locales: estudios de caso en medios digitales de alemania, españa y reino unido. Congreso Internacional de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación, [S.L.], p. 39-50, 25 set. 2020.

ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis M; AGUADED, Ignacio. Toward a taxonomy of newspaper information quality: an experimental model and test applied to venezuela dimensions found in information quality. Journalism, [S.L.], v. 18, n. 10, p. 1327-1345, 11 ago. 2016.

ROTHBERG, Danilo; GARRIDO, Bibiana Alcântara. Por uma agenda de pesquisa em qualidade no jornalismo. São Paulo, SBPJor, 2018. Anais, 16°. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/view/1546.

SALGADO, Ronaldo. A crônica reporteira de João do Rio. Fortaleza: Laboratório de Estudos da Oralidade / Expressão Gráfica e Editora Ltda., 2006.

SANTOS et al. Qualidade e transparência editorial: um estudo exploratório dos jornais do centro-oeste. São Paulo, SBPJor, 2018. Anais, 16°. Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/view/1546.

SANTOS, Ébida; GUAZINA, Liziane. Qualidade no jornalismo: percursos estrangeiros, problemas brasileiros. Estudos em Jornalismo e Mídia, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 32-42, 18 jun. 2020.

# PARTE III RELATOS DAS REDES DE PESQUISA DA SBPJOR



### Futuro do presente: a RENOI e a crítica da mídia nas transições da primeira metade da década de 20

Rafiza Varão 1

Francisco Gilson Rebouças Porto Junior<sup>2</sup>

Zulmira Nóbrega 3

Como viver o mundo em termos de esperança? (Carlos Drummond de Andrade)

#### **Contexto**

O final de 2022 foi marcado por eventos que, de alguma forma, impactam a pesquisa em rede sobre mídia e os observatórios do jornalismo no Brasil, de maneira direta ou indireta: o recrudescimento da pandemia de Covid-19 e as eleições presidenciais no país. Além disso, a retomada das atividades presenciais no Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) foi acompanhada por esses acontecimentos, bem como desafiada pelo próprio contexto de retorno das reuniões presenciais de seus pesquisadores depois de dois anos em formato remoto.

Quando escrevemos o capítulo sobre a Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI), no livro de 2022 da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), o número de óbitos pela doença no Brasil atingia a casa dos 700 mil. Em quase um ano entre aquele texto e este que agora apresentamos, o aumento das mortes se deu de maneira bem menos acelerada que nos dois primeiros anos de pandemia, tendo chegado a 702.664 em 2023<sup>4</sup>. Ainda que esses dados reforcem o triste descontrole da doença no país durante o período mais grave da crise sanitária – cujo combate foi prejudicado pelo negacionismo do governo federal –, a progressão mais lenta dos casos fatais aponta para o fim da emergência de saúde pública, conforme atestado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no dia 5 de maio de 2023<sup>5</sup>. Esse período correspondeu, igualmente, a

¹ Professora do Departamento de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Membra da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI). Email: rafiza@unb.br

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Professor do Curso de Pedagogia da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Coordenador do Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT) e Coordenador da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI). Email:gilsonportouft@gmail.com

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Vice-coordeandora da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI)

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Disponível em: https://covid.saude.gov.br/. Acesso em: 27 mai. 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Disponível em: https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente. Acesso em: 27 mai. 2023.

um cenário de desinformação, falta de transparência e agressões à imprensa, afetando diretamente o direito à informação dos brasileiros e criando um caldo fértil para a descredibilização dos jornalistas.

A situação de contínuo aumento da violência contra jornalistas foi documentada, por exemplo, pelo Relatório de Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil (2022), publicado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que atestava o papel central que o governo federal de então possuía na disseminação de ódio e ataques aos profissionais de imprensa. De acordo com o relatório,

O presidente Jair Bolsonaro, assim como nos dois anos anteriores, foi o principal agressor. Sozinho ele foi responsável por 147 casos (34,19% do total), sendo 129 episódios de descredibilização da imprensa (98,47% da categoria) e 18 de agressões verbais a jornalistas. (FENAJ, 2022, p. 4)

Em 2022, esse panorama foi afetado ainda pelas eleições ocorridas em novembro, mesmo que o número de agressões tenha tido um pequeno decréscimo, como afirma o Relatório de Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil (2023) seguinte, como se apresenta na citação abaixo:

O ano de 2022 foi marcado, no Brasil, pelas eleições gerais e pela violência política, que atingiu autoridades, políticos, militantes dos movimentos sindical e social e pessoas, que, em comum, tinham o fato de serem defensores da democracia e das instituições democráticas. Os jornalistas brasileiros foram, igualmente, vítimas da violência política, mas tiveram de continuar enfrentando também a violência dirigida à categoria, em razão do exercício profissional. Assim, o número de agressões a jornalistas e a veículos de comunicação manteve-se nas alturas, apesar da queda registrada em comparação com o ano anterior.

Esta queda, por ser pequena (12,56%) não pode ser comemorada, especialmente porque foi registrada somente nos casos de Descredibilização da imprensa e de Censura. As agressões diretas a jornalistas tiveram crescimento em todas as regiões do país, com profissio-

nais sendo atacados cotidianamente. (FENAJ, 2023, p. 4)

Desse modo, podemos mesmo asseverar, assim como o faz Rogério Christofoletti (2021), que os últimos quatro anos representaram um momento em que os ataques à imprensa puderam ser entendidos como uma verdadeira política de Estado, sendo perpetrados pelo próprio presidente da república.

[...]

Não é de estranhar, portanto, que o ano de 2023 tenha começado com ares de alívio e esperança – e que as sessões coordenadas pela RENOI no Encontro da SBPJor em 2022 ainda carregassem as marcas da tensão causada pela pandemia e pelos ataques ao jornalismo. Assim, no último ano, a rede buscou fomentar discussões sobre o jornalismo que abarcassem esse tempo turbulento, fo-

cando na crítica da mídia e nas questões referentes à credibilidade, liberdade de expressão, direito à informação, violência contra jornalistas, democracia e transparência.

### Sessões Coordenadas pela RENOI em 2022

Em 2022, a RENOI coordenou duas mesas no 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, chegando a sua 30ª mesa coordenada no evento. A 29ª mesa da rede foi nomeada "Credibilidade no jornalismo" e foi coordenada por Rogério Christofoletti, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Sua chamada buscava

[...] trabalhos que tratem de confiança pública nos meios, credibilidade jornalística, crise de confiança nas instituições, transparência, direito à informação, desafios profissionais, desafios da indústria jornalística relacionados à confiança das instituições, e deterioração da confiabilidade dos meios (RENOI, 2022, p. 1)

Já a 30ª mesa da rede foi coordenada por Danilo Rothberg, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), com o título "Liberdade de expressão, democracia, cenários de desinformação e o papel da crítica mediática", cuja chamada se referia a

[...] trabalhos que abordem ou tratem das relações entre jornalismo, democracia, liberdade de expressão, autoritarismo, populismo, violência contra jornalistas, desinformação, políticas de comunicação e crítica mediática vinculada a esses assuntos (RENOI, 2022, p. 1)

Os trabalhos selecionados se organizaram, portanto, da seguinte forma:

Tabela 1 - Textos da Sessão Coordenada "Credibilidade no jornalismo".

Título	Autor
"A credibilidade que está nos manuais de jornalismo: orientações profissionais na literatura técnica"	Rogério Christofoletti
"Métodos de apuração e de avaliação de qualidade em jornalismo: condição da credibilidade baseada em dados"	Josenildo Guerra
"Transparência jornalística em produtos visuais: um estudo de caso da série Fluência em Notícias de GZH"	Denise Bibiano Becker Santos, Kalianny Bezerra de Medeiros
"Ética e credibilidade no jornalismo: uma breve revisão dos conceitos na literatura internacional"	Raphaelle Batista
"Em busca da credibilidade perdida: reconfigurações da práxis jornalística diante dos novos atores digitais"	Marcio Martins Calil, Katia Lerner

Fonte: VARÃO, 2022, p. 183.

Tabela 2 - Textos da Sessão Coordenada "Liberdade de expressão, democracia, cenários de desinformação e o papel da crítica midiática".

Título	Autor
"O ensino de jornalismo frente à desinformação: a experiência do Observatório Internacional Estudantil da Informação"	Fábio Henrique Pereira, Cristine Marquetto, Liliane Machado, Nathália Coelho, Rafiza Varão
"Desafios da pesquisa em jornalismo sobre populismo e credibilidade"	Danilo Rothberg, Paulo Ferracioli, Andresa Caroline Lopes de Oliveira
"O Jornalismo no ecossistema desinformativo: hipersexualidade do corpo feminino"	Ana Prado, Regina Lima, Kelvyn Gomes
"Access to information in Brazil as a citizen right: a case study of the channel Saúde sem Fake News"	Suzana Cardoso

Fonte: VARÃO, 2022, p. 184.

A mesa "Credibilidade no jornalismo" foi formada por sete pesquisadores e três universidades/instituições: Rogério Christofoletti (UFSC), Josenildo Guerra (UFS), Denise Bibiano Becker Santos (UFSC), Kalianny Bezerra de Medeiros (UFSC), Raphaelle Batista (UFSC), Márcio Martins Calil (Fiocruz) e Kátia Lerner (Fiocruz). Os trabalhos versavam, conforme a proposta da mesa, essencialmente sobre credibilidade jornalística, contudo abarcavam também a questão da qualidade e da transparência.

A mesa "Liberdade de expressão, democracia, cenários de desinformação e o papel da crítica midiática" foi composta por 12 pesquisadores e cinco universidades: Fábio Henrique Pereira (UnB), Cristine Marquetto (Unisinos), Liliane Machado (UnB), Nathália Coelho (UnB), Rafiza Varão (UnB), Danilo Rothberg (Unesp), Paulo Ferracioli (Unesp), Andressa Caroline Lopes de Oliveira (Unesp), Ana Prado (UFPA), Regina Lima (UFPA), Kelvyn Gomes (UFPA) e Suzana Cardoso (UnB). Neste caso, com uma chamada mais aberta, relacionada a tendências sobre crítica da mídia e questões prementes do jornalismo contemporâneo no Brasil, os temas dos trabalhos variaram de análises sobre desinformação a experiências de educação para a mídia.



Fonte: Danilo Rothberg, arquivo pessoal

Figura 1- Participantes da Sessão Coordenada "Liberdade de expressão, democracia, cenários de desinformação e o papel da crítica midiática", da esquerda para a direita: Claudine Friedrich (UFSM), Suzana Guedes (UnB), Fábio Pereira (UnB), Liliane Machado (UnB), Ana Prado (UFPA), Laura Storch (UFSM), Danilo Rothberg (Unesp) e Paulo Ferracioli (Unesp).

Nesse primeiro momento de retomada presencial, embora as discussões tenham sido ricas e profícuas, chamou atenção o esvaziamento de ouvintes nas sessões, o que se espera que seja contornado neste ano de 2023.

### A RENOI em 2022 e o futuro

Além das mesas coordenadas na SBPJor, a RENOI atuou durante todo o ano, ainda que o ritmo de suas ações tenha diminuído pela volta das atividades presenciais nas universidades, em especial. Os membros da rede atuaram em importantes parcerias internacionais, como as desenvolvidas com a Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC); com a Rede Lusófona pela Qualidade da Informação (RLQI); com o Centro de Pesquisa Interuniversitária sobre Comunicação, Informação e Sociedade (CRICIS), Canadá; com a Universidade de Múrcia, Espanha; e com a Universidade Técnica de Dortmund (TU Dortmund), Alemanha.

A rede desenvolve pesquisas relevantes em âmbito nacional, como o projeto "Índice de Credibilidade Jornalística: formulação de indicadores de fortalecimento do jornalismo para o combate aos ecossistemas de desinformação", sob coordenação do professor da UFSC Rogério Christofoletti e com a participação de Fernando Oliveira Paulino, Liziane Guazina e Rafiza Varão, da Universidade de Brasília (UnB), Josenildo Guerra (UFS), Danilo Rothberg (Unesp) e Ana Prado (UFPA).

Seus membros seguem na coordenação, ou como colaboradores de observatórios de mídia no país, como o SOS Imprensa, na UnB, Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), na UFSC, Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje), na UFT, por exemplo.

Muitos de seus membros hoje são pesquisadores PQ, com bolsa de produtividade pelo CNPq e ocupam importantes posições em sociedades científicas, como na Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), na Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC), na própria Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e na Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom).

A RENOI ainda integra importantes redes nacionais, sendo parceira da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD), criada pela professora Ana Regina Barros Rêgo Leal, da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e parceira fundadora do Fórum de Direito de Acesso a Informações Públicas, coalizão que

[...] produz avaliações e notas técnicas a respeito do cumprimento das obrigações de transparência impostas pela LAI, desde a divulgação ativa de informações até o atendimento a pedidos de acesso a informações pelo Estado. Os materiais são divulgados para o público geral e à imprensa, fornecendo um panorama sobre o exercício do direito constitucional de acesso a informações, e encaminhados diretamente aos órgãos públicos avaliados e a órgãos de controle como Tribunais de Contas e o Ministério Público, para que eventuais problemas constatados sejam resolvidos. (FÓRUM DE DIREITO DE ACESSO A INFORMAÇÕES PÚBLICAS, sem data)<sup>6</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Disponível em: https://informacaopublica.org.br/o-forum/. Acesso em 28 mai. 2023.

Desse modo, a RENOI olha para o presente e projeta um futuro com a perspectiva não só ainda importante, mas cada vez mais relevante de compreender os meios de comunicação e o jornalismo, os cenários públicos, a ética jornalística e as consequências da digitalização nesses elementos.

### Considerações

Fundada em 2005, sendo uma das mais antigas redes da SBPJor em atividade contínua, a RE-NOI entra na primeira metade da década de 2020, com o desafio de seguir adiante com pesquisas e parcerias que reforcem e transformem a tarefa de observação da mídia em realidades cada vez mais digitalizadas e marcadas pela desinformação, impactadas pela grave pandemia da Covid-19 e por um governo extremamente danoso à prática jornalística – e que, longe de se configurar como fenômeno isolado, representa boa parte da ascensão do pensamento da extrema-direita no mundo. O quadro que se desenha no horizonte não é, de modo algum, tranquilizador.

As transições enfrentadas pela sociedade brasileira nesse momento também devem ser, ao mesmo tempo, elemento e subsídio para uma análise profunda da mídia, que oriente esta sociedade (ou, pelo menos, parte dela) e a própria pesquisa em jornalismo.

O passado da RENOI agora deve sinalizar as bases para o futuro. O presente deve ser construído de forma que não se esqueça da relevância que a pesquisa em jornalismo e a crítica da mídia possuem para sinalizar caminhos para que a profissão de jornalista seja não só respeitada e compreendida como um dos pilares de nossa sociedade, mas que possa, ela própria, se aperfeiçoar por meio da reflexão sobre si.

### Referências

FENAJ. Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil 2021. 2022. Disponível em: https://fenaj.org.br/relatorios-de-violencia-contra-jornalistas-e-liberdade-de-imprensa-no-brasil/. Acesso em: 27 mai. 2023.

FENAJ. Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil 2022. 2023. Disponível em: https://fenaj.org.br/relatorios-de-violencia-contra-jornalistas-e-liberdade-de-imprensa-no-brasil/. Acesso em: 27 mai. 2023.

RENOI. Chamada RENOI SBPJOR 2022. Documento não publicado, 2022.

VARÃO, Rafiza. Três anos febris: a RENOI e a crítica da mídia nos tempos da Covid-19 e de ataques ao jornalismo. In: Alciane Baccin, Marcos Paulo da Silva. (Org.). Pesquisa em Jornalismo, conhecimento e resistência: o legado de Adelmo Genro Filho. Brasília: Editora SBPJor, 2022, v., p. 175-185.

## Ш

### **REDE RENAMI**

### Narrativas: Veredas & Horizontes - Reflexões a partir da trajetória da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporânea

Alda Costa 1

Mara Rovida<sup>2</sup>

Maurício Guilherme Silva Jr. 3

"Tudo é narrativa!" A breve – porém, impactante – expressão carrega, em si, a dubiedade das sentenças, ao mesmo tempo, repletas de potencial e problematização. Afinal, se, por um lado, a frase revela algo inato às formas de elaboração humana, fruto direto da capacidade de o Homo sapiens sapiens, diariamente, transfigurar sua existência (fisiológica e presencial) em compostos narrativos (via reconfiguração simbólica e textualizada do vivido), por outro, a máxima de três termos acaba por simplificar, de modo assaz perigoso, a própria estrutura conceitual do vocábulo "narrativa".

Em outros termos, no que tange à lógica de estruturação simbólica, é possível afirmar, por exemplo, que "não há morte possível na Terra", posto que as narrativas artísticas (e/ou linguísticas, comunicativas, estéticas, políticas, científicas etc.) relacionam-se, geração a geração, de maneira a entrelaçar temporalidades, grupos sociais, desejos e reflexões. Neste sentido, pois, tudo, realmente, há de se configurar como narrativa. Afinal,

mesmo que o(s) corpo(s) biológico(s) encerre(m) sua jornada na Terra, as corporeidades simbólicas mantêm-se vivas, ativas e influentes, nos mais diversos registros, espaços, telas e simbolismos – das obras rupestres às oralidades ancestrais, das "confissões" arqueológicas às subjetividades "lascadas" nas plataformas digitais, dos saberes livrescos aos acontecimentos, conflitos e soluções a pulsar nas elaborações e convenções jornalísticas (CUNHA; SILVA JR., no prelo).

Eis, portanto, a relevância de investigação acurada das narrativas humanas, para que se possa desvelar atrelamentos entre temporalidades e grupos sociais – cujas estruturas de sociabilidade se caracterizam pela elaboração de "textos", termo que, aqui, não se refere ao "artefato semiótico (verbal, na maioria das vezes)", e, sim, ao "composto necessariamente heterogêneo de signos, for-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Coordenadora da Rede de Pesquisas em Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami). Docente do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom/UFPA) e da Faculdade de Comunicação (UFPA).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Coordenadora da Rede de Pesquisas em Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami). Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso) na linha de pesquisa Mídias e Práticas Socioculturais.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Coordenador da Rede de Pesquisas em Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami). Docente dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas no Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH) e no Centro Universitário UNA (campus Liberdade).

temente vinculado a uma dada situação comunicativa", por meio do qual é possível "apreender os acontecimentos e os fenômenos sociais" ou a "a vida e o agir humanos" (LEAL, 2018, p. 18).

Em tal cenário, a problematização das textualidades permite a emergência de elementos narrativos fundamentais "ao resgate não apenas das manifestações históricas da humanidade, mas, principalmente, dos significados estabelecidos – por meio da sobreposição de textos – ao longo da convivência entre indivíduos" (CUNHA; SILVA JR., no prelo).

Tais dimensões da narrativa sempre estiveram presentes às discussões, deliberações e princípios da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami), desde sua criação, em 2015, como resultado de elaborações epistêmicas e analítico-teóricas, que se renovam por meio da interpretação das experiências e sociabilidades dos sujeitos contemporâneos – indivíduos, por sua vez, produtores e consumidores de discursos contextualizados, tanto temporal quanto social e politicamente.

O embrião da Renami é gestado em 2008, como fruto de sessão livre da qual participaram os pesquisadores Mateus Yuri Passos, Monica Martinez, Marta Maia, Eduardo Ritter, Claudio Coração e Alice Baroni. À época, planejou-se, para 2009, a criação de uma série de mesas coordenadas. De lá à atualidade, a Rede congregou pesquisadores, docentes e discentes das mais diversas instituições de ensino brasileiras, públicas e/ou privadas, com o intuito de pensar e problematizar as narrativas, para, assim, compreender as (multi)formas da vida política, social e cultural.

Desde então, a entidade fortaleceu as próprias tramas, por meio, principalmente, da organização de debates e do desenvolvimento de bibliografia especializada. A Renami, afinal, revela-se responsável pela gestação de múltiplas reflexões, assim como pela participação em grupos de estudo e pesquisa nacionais, por meio das quais se faz possível materializar e transfigurar debates em apresentação de artigos científicos para revistas qualificadas e produção de livros seminais a tal campo do conhecimento.

Desde dezembro do ano passado, uma série de transformações internas tornaram-se foco das proposições e dos princípios estruturais da Rede. Tais propostas emergiram durante o 20º Encontro da SBPjor, quando diversas questões foram discutidas, justamente, para implementação em 2023. A começar pelos mandatos de três anos por integrante da organização, que, após tal período, passam a integrar o chamado Conselho da Renami.

No que se refere ao desenvolvimento de obras acadêmico-científicas, definiu-se pela reprogramação das atividades bibliográficas da entidade, que passará a publicar seus livros a cada dois anos. Tal mudança há de suscitar melhorias no próprio desenvolvimento das pesquisas nacionais da Rede, além de estimular a evolução dos processos de qualificação das obras, sob parâmetros das principais instituições da pesquisa no país. Neste cenário, no ano em que não se publicar o já tradicional (e reconhecido) livro da Renami, haverá investimento na elaboração de dossiê temático, em revistas bem qualificadas no Brasil.

Cogitam-se, ainda, eventos ligados ao desenvolvimento de tais dossiês, que se pretendem, efetivamente, "fundadores de novos olhares", com possibilidade, ainda, da criação futura de uma revista acadêmica da Renami. No que se refere, uma vez mais, aos livros da entidade, há que se destacar a

importância das obras para participação de alunos de diversos níveis – da graduação ao pós-doutorado. Neste sentido, a Rede destaca a importância de se trabalhar de modo colegiado, para que se possa conciliar todas as nuances de produção da Rede.

### Narrativas jornalísticas

Por meio da narrativa, as pessoas organizam e compreendem seu estar no mundo, assim como suas relações entre "o eu e o outro". No ver dos integrantes da Renami, a comunicação humana assume a forma de narrativa, posto que as experiências – e os fenômenos acontecimentais – remetem aos significados, para os sujeitos sociais e políticos, das relações e interações estabelecidas. Ao serem externalizadas, as narrativas se transformam (e transformam o social), a partir dos contextos nas quais estão inseridas, por meio da ressignificação dos sentidos que as pessoas têm de si, do outro, do mundo.

No que tange às manifestações narrativas jornalísticas, há que se destacar a influência de tais produções humanas na alimentação, conformação e ampliação de textos e textualidades. Neste sentido, faz-se importante delimitar o próprio jornalismo a partir de suas estratégias organizadoras do discurso: trata-se, em suma, de ofício responsável pela construção de significados sobre o tempo e a vida, por meio de mecanismos de objetivação e subjetivação, além de calcado na elaboração de contratos cognitivos com "o outro" (leitores, ouvintes, prosumidores etc.), a quem se destina a informação noticiosa.

Sob tal ótica, é possível compreender as narrativas jornalísticas como "modos de dizer o mundo", e, ao mesmo tempo, como "modos de criação de mundos". Tais complexas responsabilidades fazem com que os profissionais da área sejam classificados não como meros "recolhedores de aspas" (em referência, aqui, ao contato necessário dos jornalistas com suas fontes de informação), mas, sim, como "construtores de narrativas".

Com base, justamente, na tensão entre objetivação e subjetivação no interior do discurso jornalístico, compreende-se o ofício, aqui, por meio da chamada ótica etnoconstrutivista. A partir de tal escopo teórico, é possível dizer, em outras palavras, que não existe "o fato", mas, sim, "a construção do fato". Segundo Tuchman (1999, p. 262), aliás: "Dizer que uma notícia é uma estória não é de modo algum rebaixá-la, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, a notícia, como todos os documentos públicos, é uma realidade construída, possuidora da sua própria validade interna".

A autora sublinha, ainda, que a transformação de "fenômenos acontecimentais" em informação noticiosa é ofício amplo e criterioso, posto que as narrativas jornalísticas são concebidas pela – e passam a integrar a – imensa rede de fatos, fragmentos e possibilidades do "mundo da vida"<sup>4</sup>: "Nenhum acontecimento se constitui por si só como uma história acabada, apenas oferece elementos a

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Referência a conceito debatido, em diversas obras, por Jürgen Habermas, para quem o chamado "mundo da vida" seria composto, à forma de "sistema", pela junção entre o "mundo da cultura" (palco da objetividade), o "mundo social" (palco da sociedade) e o "mundo subjetivo" (palco da personalidade).

partir dos quais se pode tecer sua trama" (TUCHMAN, 1999, p. 262).

No que se refere ao critério para definir a qualidade da práxis jornalística, o grau de objetividade dos relatos, por vezes, permanece em segundo plano. O mais relevante, afinal – principalmente, quando da busca de soluções para conflitos sociais, históricos etc. –, seriam: 1) a problematização dos desígnios e serventias das narrativas jornalísticas (construídas a partir dos processos de observação, apuração, escrita e edição) e 2) a identificação das tramas a que se fiam e das textualidades com as quais se amalgamam.

Conforme destaca White, as narrativas mediam os fenômenos acontecimentais "nela relatados" e a "estrutura de enredo pré-genérica", fundamental para que o discurso seja compreendido pelos indivíduos – às vezes, com conhecimentos tácitos diversos. Tal mediação resulta do complexo processo de observação, apuração, decodificação, edição e diagramação dos fatos. Chega-se, assim, à ressignificação do discurso jornalístico, por meio do desenvolvimento de construções narrativas ligadas à edificação de significados, contratos cognitivos (com "o outro") e técnicas de natureza objetiva e subjetiva.

Na contemporaneidade, também é possível abordar as narrativas jornalísticas como espaços propícios a performances socioculturais. Neste panorama, a multiplicação de ferramentas e possibilidades técnicas – que se dão, por vezes, por meio da aproximação entre os universos analógico e digital – redefine clássicas convenções das práticas jornalísticas, dos elementos constitutivos do próprio discurso (títulos, bigodes, chamadas, escaladas, retrancas, boxes, passagens, BGs etc.) aos princípios e temáticas.

Nesse alinhavo, constata-se também surgirem novas narrativas provenientes da construção mediada do mundo social, em que o horizonte das nossas práticas, considerando o contexto histórico, social e cultural dos lugares, "é um mundo social para o qual as mídias constituem pontos de referências e recursos fundamentais", conforme reflexões de Couldry e Hepp (2020, p. 29). Logo, novas narrativas são tecidas em consonância com as interações produzidas entre os ambientes e plataformas tecnológicas e a realidade cotidiana.

Alicerçamos tais debates, pensando também com Paul Ricoeur (1994) quando nos permite compreender que a narratividade se dissemina como uma ação geral que envolve a tudo: da materialidade da narração até mesmo à sintaxe. Ou então, nos apropriando do sentido de evento do filósofo, para pensar a narrativa, em que, ela, "não é apenas a experiência enquanto expressa e comunicada, mas também a própria troca intersubjectiva, o acontecer do diálogo" (RICOEUR, 2019, p. 30). De forma mais objetiva entendendo a relação entre a linguagem e a condição do ser-no-mundo, pois a linguagem não é um mundo próprio, mas por estarmos no mundo, somos afetados por situações e isso leva a nos orientarmos "mediante a compreensão em tais situações, temos algo a dizer, temos a experiência para trazer à linguagem" (RICOEUR, 2019, p. 36), acrescentamos à narrativa.

### A Renami e seu caminhar...

A escrita acima configura o caminhar dessa Rede. Ao longo de oito anos de existência, a Renami tem se consolidado como rede, tecendo, amiúde, relações entre as diversas realidades e vozes sociais. Entendemos essas vozes sociais nos moldes bakhtinianos, isto é, relacionadas a diferentes posicionamentos, pontos de vista, posturas ideológicas e culturais. É um caminhar com desvios e encontros, de acordo com a própria experiência do pesquisar, pois falamos de lugares diversos e diferenciados, realidades múltiplas, mas constituídos em redes de relação e interação.

De 2015 até 2022, recorte temporal dessa comunicação, a Renami tem consubstanciado sua existência, conforme destacamos acima, com reflexões, debates, mesas coordenadas, pesquisas e produções bibliográficas. Reforçamos o compromisso assumido no embrião de sua criação, de tentar interpretar a contemporaneidade pelas narrativas que o contemporâneo faz de si, sendo constituída de pesquisadores que acabam por ocupar o lugar tanto de sujeitos quanto de objetos dessa dinâmica (SOSTER; PUCCININ, 2017).

Apontamos e destacamos as produções como materialidades do que vem sendo feito por essa Rede, com o objetivo de socializar, visibilizar e divulgar os esforços teóricos e analíticos sobre as narrativas. Até agora, foram seis livros produzidos, coletivamente, como resultado das pesquisas realizadas por seus diversos integrantes, conforme se detalha no Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 – Produção de livros coletivos

Organizadores

Ano	Titulo	Objetivo	Autores e Autoras	Capitulos	Organizadores
2017	Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas	Aborda a arrancada conceitual do campo das narrativas jornalísticas, compondo um conjunto de artigos que revela a pioneira busca da delimitação de um objeto singular, entre a diversidade e a complexidade conceitual e epistemológica narrativa.	23	34	Demétrio de Azeredo Soster e Fabiana Quatrin Piccinin
2018	Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas metodológicas	Aborda o interesse pelo estudo das narrativas, refletindo a diversidade de angulações possíveis das produções em curso, assim como um dos lugares privilegiados da produção de sentidos na contemporaneidade.	20	3	Marta R. Maia e Monica Martinez
2019	Narrativas midiáticas contemporâneas: sujeitos, corpos e lugares	Aborda as narrativas não ficcionais e as narrativas jornalisticas, pensando o jornalismo e a exposição da verdade dos fatos, o relato objetivo, com o uso do recurso de técnicas da ficção literária ou visual.	25	18	Demétrio de Azeredo Soster e Fabiana Piccinin
2020	Narrativas Midiáticas Contemporâneas: epistemologias dissidentes	Aborda as diferentes noções hegemônicas presentes em narrativas da comunicação (ficcionais e não ficcionais), frequentemente pacificadas e normalizadas, as quais são tensionadas e desafiadas nesse e-book.	44	27	Marta Maia e Mateus Yuri Passos
2021	Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas protagonistas	Afinal, o que é narrar senão dar sentido à realidade? Compreendemos, portanto, protagonismo como tudo aquilo que, ao mudar a realidade em que se insere, transforma, para melhor, esta mesma realidade e o que se diz dela.	34	21	Demétrio de Azeredo Soster e Mara Rovida
2022 (no prelo)	Narrativas midiáticas contemporâneas: inquietações diante do caos	Aborda representações críticas do caos social, ambiental e político. Epistemologias ao revés dos relatos hegemônicos. Ética das possibilidades. Narrativas éticas e cidadãs diante do mal-estar atual. Narrativas de intervenção social, narrativas de soluções e outras formas de narrativas propositivas.	43	28	Mateus Yuri Passos e Karina Barbosa

Fonte: Produzido pelos autores.

Ano

Título

Em 2023, promoveu-se o II Simpósio da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporâneas, com a temática "Narrativas Midiáticas Contemporâneas: modos e subjetividades", realizado de maneira virtual e transmitido pelo canal da SBPJor, no YouTube. A programação foi constituída uma mesa de abertura e quatro mesas temáticas compostas por pesquisadores brasileiros, com temáticas que abordaram diversos aspectos da compreensão teórica e conceitual das narrativas, conforme informações constantes no Quadro 2:

Quadro 2 - Evento da Renami

Temática:	Convidados	Data:
"A pauta e o jornalismo de subjetividade" (abertura)	Fabiana Moraes (UFPE)	05/04/2023
"Narrativas imagéticas do tempo presente: a fotografia como traço"	Rita Alves (PUC-SP); Wagner Souza e Silva (ECA-USP); Diogo Azoubel (Seduc-MA).	25/04/2023
"O tempo e o espaço do eu na narrativa jornalística"	Elton Antunes (UFMG); Lorena Tárcia (PUC Minas, UniBH e UNA); Maurício Guilherme Silva (UniBH, UNA e Renami).	27/04/2023
"8 de janeiro e as narrativas da (im)previsibilidade"	Liliane Feitoza (UFS); Michele Tavares (UFS); Greice Schneider (UFS); Demétrio Sortes (UFS e Renami).	03/05/2023
"Subjetividades infantis e adolescentes no jornalismo contemporâneo"	Rafiza Varão (UnB e Renoi); Juliana Doretto (PUC-Campinas e Recria); Karina Barbosa (UFOP e Renami).	12/05/2023

Fonte: Produzido pelos autores.

Com relação às mesas coordenadas nos Encontros nacionais da SBPJor, pode-se avaliar que elas têm oportunizado debates múltiplos e diversos e, por isso, têm-se configurado como ricos espaços de reflexões das experiências dos pesquisadores e das pesquisadoras, quando da afluência de sociabilizar os achados nas pesquisas realizadas nos diversos lugares do Brasil, assim como de pensar novas possibilidades do fazer científico. Em novembro de 2022, quando o encontro de pesquisadores em jornalismo voltou a ser realizado de forma presencial, foram realizadas duas mesas coordenadas no evento nacional, conforme descrito no Quadro 3:

Quadro 3 - Mesas coordenadas

ANO	TÍTULO:	OBJETIVO:
2022	1ª Mesa Renami de Jornalismo narrativo, sujeitos e testemunhos	Objetivou refletir sobre as narrativas contemporâneas e as possibilidades de sua compreensão no contexto da produção jornalística, em especial a que se configura por sujeitos em relação, ou seja, na ação narrativa advinda da confluência entre narrador, personagens e público, pensando, ainda, o lugar do testemunho no processo. Os trabalhos aqui apresentados evidenciam uma nova ordem de apropriações e cisões, principalmente nas estabelecidas em torno das hegemonias narrativas, visto que novas experimentações na área contribuem para mudanças profundas nos modos de produção, circulação e recepção na esfera social. Os artigos problematizam o papel do jornalismo em interface com outras áreas do conhecimento, considerando que as fronteiras estão cada vez menos delimitadas, além de refletir sobre os modos de se relatar histórias de vida, de si e a produção de sentidos engendrada pela construção da narrativa sobre o "outro", sejam pessoas públicas ou anônimas, além de explicitarem diferentes aspectos das disputas pelas memórias. Eles ainda problematizam a noção de testemunho no jornalismo, antes associado especialmente à presença concreta no espaço do acontecimento. Observam ainda a reconfiguração das vozes narrativas na sociedade midiatizada, as hegemonias discursivas e tensionamentos possíveis a partir da subjetividade na narrativa jornalística. Os artigos, aqui apresentados, tensionam conceitos, concepções, práticas, linguagens e perspectivas que situam as narrativas em suas mais variadas dimensões.
2022	2ª Mesa Coordenada da Renami sobre Experiências da narrativa jornalística contemporânea	Objetivou refletir as diversas modalidades das narrativas jornalisticas contemporâneas e suas enunciações e narrações dos fenômenos sociais e a individuação dos acontecimentos cotidianos. Nesta perspectiva, o ato de narrar é configurado como modos de compreensão e entendimento do mundo em que se vive, e as narrativas, entre outras visadas conceituais e metodológicas, como lugar de produção de conhecimento, ações e performances socioculturais. É relevante pensar as narrativas como representações sociais que indicam os nossos modos de ver o mundo, e a inscrição dos sujeitos neste mesmo mundo. Enquanto produtor de sentidos, o jornalismo ordena os fatos de maneira própria, constituindo-se em importante componente da experiência das pessoas, em que a partir das narrativas produzidas formam uma compreensão do mundo que se supõe real. Reporta-se a experiência como o estar no mundo, como o apreendemos e nos relacionamos com ele, com o outro e com a alteridade. Busca-se assim, entender como as narrativas jornalisticas nas suas diversas inscrições, indo da tessitura sobre o campo científico ao dia a dia dos indivíduos, elabora o processo de percepção e interpretação dos fatos, configurando as relações interativas entre os indivíduos, as coisas do mundo e as temporalidades que marcam o contexto histórico, social e cultural. A coordenada objetiva também problematizar e tensionar as construções e representações dessas narrativas, pois não são tais quais como ocorre no mundo, mas resultados de processos socialmente organizados e regulados que dão sentidos às experiências. As narrativas são pensadas com o objetivo de analisar, entender e conhecer o jornalismo e o seu fazer, assim como as práticas profissionais em suas diversas coberturas.

Fonte: Produzido pelos autores

As tessituras da Renami continuam em ampla expansão e com potencialidades teóricas, metodológicas e analíticas de seus integrantes, considerando que cada vez mais pesquisadores refletem sobre as narrativas e a mediação que elas possibilitam entre o indivíduo e a realidade. A rede se propõe a pensar a narrativa por meio da narrativa. Ou seja, partindo da oralidade ao ambiente tecnológico na compreensão e interpretação dos processos de comunicação dos indivíduos e a realidade cotidiana. Teias e narrativas que interconectam pessoas e mundo social, pois a narração é muito mais que a clássica verbalização de um evento ocorrido, mas um exercício de interação com o mundo vivido (BECKER; QUASTHOFFER, 2007). É com essa perspectiva que as próximas atividades da rede vêm sendo planejadas e organizadas.

### Referências

BECKER, Tabea; Uta QUASTHOFF. Narrative Interaction. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

CUNHA, Leo; SILVA JR. Narrativas jornalísticas de soluções: análise da reportagem "Favela vs Covid-19". No prelo.

RICOEUR, Paul. Tempo e narrativa. Vol 1: A intriga e a narrativa histórica. Campinas: Papirus, 1994.

RICOEUR, Paul. Teoria da Interpretação: o discurso e o excesso de significação. Biblioteca de Filosofia Contemporânea; tradução Artur Morão. Lisboa – Portugal, 2019.

SILVA JR., Maurício Guilherme. "Metodologia para identificação de processos transcriadores em narrativas jornalísticas". In: MAIA, Marta; MARTINEZ, Monica. (Orgs.) Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas metodológicas. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2018.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana Quatrin. Apresentação In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana Quatrin Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas [recurso eletrônico]. – Santa Cruz do Sul: Catarse, 2017. 313 p

SOUZA, Eneida Maria de. Narrativas impuras. Recife: Cepe, 2021.

TEIXEIRA, Antonio Claudio Engelke Menezes. "Modos narrativos de fazer mundos: jornalismo, ficção e verdade". Revista Famecos. Porto Alegre, volume 23, número 3, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2016. Disponível em: <a href="https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/23047/14599">https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/23047/14599</a>. Acesso em 14. jun. 2022.

TRAQUINA, Nelson (org.). Jornalismo, Questões e "Estórias". Lisboa: Vega, 1999.

TUCHMAN, Gaye. "Contando 'Estórias". In: TRAQUINA, Nelson (org.). Jornalismo, Questões e "Estórias". Lisboa: Vega, 1999.

WHITE, Hayden. Trópicos do discurso: ensaios sobre a crítica da cultura. São Paulo: Edusp, 1994.

# Ш

### REDE RADIOJOR

### O jornalismo sonoro em meio aos ataques à democracia e as eleições de 2022

Luãn José Vaz Chagas 1

Valci Zuculoto<sup>2</sup>

O ano de 2022 entra para a história do Brasil com um período eleitoral marcado por uma série de ataques à democracia, a circulação intensa de desinformação e uma vitória do campo centro-democrático após quatro anos de governo de Jair Messias Bolsonaro. A ascensão do neopopulismo e do neoconservadorismo se expressam na extrema direita brasileira com discursos racistas, misóginos, xenofóbicos e, sobretudo, antidemocráticos (GUAZINA, 2021). Essa preocupação esteve presente nas discussões, apresentações, artigos e atividades desempenhadas pela Rede de Pesquisa em Radiojornalismo (Rede Radiojor) da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

O retorno aos congressos presenciais da SBPJor ocorreu em 2022 durante o 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo realizado na Universidade Federal do Ceará, na cidade de Fortaleza e foi atravessado pela complexidade dos eventos que permearam o ano. No terceiro ano de afiliação da Rede Radiojor à associação, a coonsiderável participação de integrantes da rede demonstra a consolidação e o compromisso da pesquisa em jornalismo sonoro e a importância da produção do conhecimento na área.

As pesquisas apresentadas no evento passaram por uma seleção prévia da própria rede e pela realização de uma discussão crítica com a contribuição dos participantes das duas sessões coordenadas. A leitura coletiva com um parecer coletivo apresentando sugestões e discussões críticas, amplia o compromisso com a participação de qualidade como uma característica fundamental em uma rede de pesquisa. Como uma das mais recentes redes da SBPJor, a Radiojor mantém uma trajetória institucional que se propõe a contribuir com a área e com o fortalecimento da associação que completa 20 anos em 2023.

Em 2022, o rádio brasileiro alcançou 103 anos de história desde suas primeiras transmissões em

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro com estágio doutoral na Universidad Complutense de Madrid. Coordenador da RadioJor. Membro do Núcleo de Estudos Radiofônicos (NER). Email: luan.chagas@ufmt.br

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Professora dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutora em Comunicação (PUC-RS) e Pós-Doutora (UFRJ). Coordenadora adjunta da RadioJor. Diretora Científica da Alcar, coordenadora da Rádio Ponto UFSC e líder do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/UFSC/CNPq). E-mail: valzuculoto@hotmail.com

abril de 1919 pela Rádio Clube de Pernambuco<sup>3</sup>. Por outro lado, parte de instituições do mercado comemoraram os 100 anos da transmissão experimental de setembro de 1922 realizada na Exposição Internacional do Rio de Janeiro. Para marcar a data, o Kantar Ibope Media<sup>4</sup> apresentou uma pesquisa que demonstra a importância do meio para o consumo de mídia na dieta informacional do brasileiro.

Segundo a pesquisa, 83% da população das 13 regiões metropolitanas investigadas ouvem radio diariamente, um aumento de 3% em relação a 2021. A média de escuta diária é de 3 horas e 58 minutos. É interessante observar que entre 2017 e 2021 houve um crescimento de 20% quando o assunto é credibilidade do meio. De acordo com o Kantar Ibope Media, 56% dos entrevistados confiam no radiojornalismo para se manterem informados e 31% buscam o rádio porque traz notícias de uma forma rápida.

A centralidade do jornalismo sonoro está presente tanto no rádio em ondas herzianas, como apresentada pela Kantar Ibope Media, quanto no consumo de conteúdos na internet em podcasts e streaming das emissoras tradicionais no Youtube. A pesquisa demonstra que 20% consumiram o meio no Youtube e 56% dos entrevistados também afirmaram ouvir algum podcast pelo menos uma vez na semana. No ranking, entrevistas (45%), política (33%), notícias (25%) e esportes (24%) estão entre as principais buscas. A Retrospectiva de escuta do Spotify<sup>5</sup> também destaca a centralidade do jornalismo nos últimos dois anos. Se em 2020 e 2021 o podcast "O Assunto", da Globo, foi o mais ouvido da América Latina<sup>6</sup>, em 2022 o narrativo "A mulher da casa abandonada" aparece em segundo no ranking brasileiro e o "Café da Manhã" em quarto lugar. Ambos são do jornal Folha de São Paulo.

O contexto do cotidiano do consumo de mídia sonora no jornalismo em meio aos acontecimentos de 2022 se refletem também na pesquisa científica promovida pelos integrantes da rede RadioJor. A mesa coordenada da Sessão 1, intitulada "Desafios do radiojornalismo brasileiro na atualidade", trouxe reflexões críticas, abordagens teóricas e trabalhos empíricos sobre os desafios contemporâneos do radiojornalismo brasileiro em suas diferentes dimensões. Compreender o rádio como uma instituição social buscou dar conta da transformação do próprio campo jornalístico para além das mídias impressas ou audiovisuais (MEDITSCH, 2001). A importância da informação apurada, de qualidade, com diversidade de pontos de vista, tendo o som como elemento âncora (OLIVEIRA; SANTOS; VAN DER KELLEN, 2021), foram bases da compreensão do jornalismo como uma forma de conhecimento. Neste contexto, a mesa discutiu alguns desafios das múltiplas

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Carta de Natal. Disponível em: https://redealcar.org/carta-de-natal/. Acesso em 10 de junho de 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Inside Rad100 Kantar Ibope Media. Disponível em: https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uplo-ads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022\_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf. Acesso em 10 de junho de 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Os podcasts mais ouvidos de 2022, segundo o Spotify. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/midia/podcasts-mais-ouvidos-de-2022. Acesso em 1 de junho de 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup>O Podcast "O Assunto" é o podcast nº 1 da América Latina. Disponível em: https://guiacorporativo.com.br/rssnew-sepisodio61/. Acesso em 1 de junho de 2023.

dimensões do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermidiático (LOPEZ, 2010) quando articuladas com a centralidade da informação.

Nos últimos anos, a Rede tem buscado aprofundar as definições conceituais que compreendam o áudio e radiojornalismo em um país marcado por diferentes estratégias de atuação regionais e locais. A mesa trouxe também trabalhos que buscaram o desenvolvimento de metodologias que priorizem as sonoridades e suas especificidades, tão necessárias para a qualidade da investigação do jornalismo sonoro. Outro desafio debatido é o de adaptar o conceito de jornalismo de qualidade ao jornalismo sonoro, ressaltando indicadores e o interesse público como valor de referência universal, avaliação de qualidade editorial, confiabilidade nas notícias e qualidade no trabalho dos (as) radiojornalistas. Igualmente para analisar aportes sonoros ao jornalismo e o som como elemento âncora da reportagem, além da qualidade como conceito multidimensional da narrativa em áudio nos aspectos da edição e sonoplastia (NICOLETTI, 2019; GUERRA, 2010). A adaptação destes critérios com o entendimento das especificidades presentes no áudio e radiojornalismo é parte do debate coletivo de construção de pesquisas conjuntas a partir da diversidade regional presente na Rede RadioJor.

Essa necessidade de adaptar e ampliar critérios metodológicos e conceituais para a proposta analítica de um sistema de gestão de qualidade aplicado ao radiojornalismo como proposta de pesquisa coletiva para a Rede esteve entre as apresentações (CHAGAS, 2022). Outro trabalho que destaca cotidiano do radiojornalismo e a hipermidialidade na Rádio Itatiaia é proposta de análise crítica da narrativa que evidencia modos de ver, ouvir e reouvir a emissora e foi apresentado por Marcelo Sena (2022).

A necessidade da contextualização, da reformulação de conteúdos culturais de emissoras All News, como a CBN e Talk and News, como a BandNews foram analisadas por Helen Britto (2022) com foco na cidade do Rio de Janeiro. Já Arnaldo Zimmermann (2022) constrói o percurso das reportagens especiais históricas, no caso da série da CBN sobre a Semana da Arte Moderna no Brasil. A humanização do jornalismo científico em podcasts, com a seleção de fontes, temáticas e personagens em um momento marcado pelo fim do isolamento provocado pela Covid-19 é fundamental para entender as formas de cobertura desses produtos no momento (MUSTAFÁ, 2022).

A mesa da primeira sessão contou com os seguintes temas, trabalhos e estruturação:

RADIOJOR - Desafios do radiojornalismo brasileiro na atualidade - Sessão 1

Coordenação/Mediação: Luãn José Vaz Chagas (UFMT)

- 1. Sistema de gestão de qualidade aplicado ao radiojornalismo: estratégias metodológicas de análise Luãn José Vaz Chagas Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)
- 2. Ver, ouvir e reouvir: uma proposta de análise crítica da narrativa em programas noticiosos da Rádio Itatiaia no YouTube. Marcelo Sena Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).

- 3. Jornalismo cultural em rádios all news: uma análise da BandNews Rio e CBN Rio Helen Pinto de Britto Fontes Universidade Federal Fluminense (UFF)
- 4. A reportagem especial como documento radiofônico: análise da série da CBN sobre a Semana de Arte Moderna do Brasil. Arnaldo Zimmermann Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
- 5. A humanização no jornalismo científico em podcasts no Brasil: um estudo comparado Izani Mustafá - Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Na mesa da Sessão 2, intitulada "A produção e o trabalho na reconfiguração do jornalismo sonoro", os trabalhos e os debates abordaram as especificidades do cotidiano de trabalho e da linguagem do jornalismo sonoro. O contexto convergente do rádio expandido e hipermidiático também impacta na constituição do trabalho multitarefa, no surgimento de novas funções no radiojornalismo e, ao mesmo tempo, o crescimento do jornalismo sentado e ausente do palco dos acontecimentos. Os riscos dessa reorganização do trabalho jornalístico vão desde os baixos salários e a precarização da profissão até os constrangimentos organizacionais que impactam diretamente na diversidade de pontos de vista, na importância de pautas culturais, locais ou aprofundadas diante do cenário em que estamos inseridos. A mobilidade como uma característica fundamental do radiojornalismo, pela sua atuação nas cidades, também é ameaçada em momentos de diminuição de recursos e crises econômicas.

Os trabalhos apresentados buscaram discutir e refletir sobre as novas rotinas produtivas, critérios de noticiabilidade e valores notícia, os valores da comunidade interpretativa de radiojornalistas e produtores(as) de podcasting jornalístico. Questões de gênero, raça e classe também estiveram entre os eixos do debate sobre as novas configurações da produção e do trabalho em áudio e rádio. Entender o meio na atualidade passa também por compreender a produção radiofônica como parte da construção do conhecimento sobre a sociedade (MEDITSCH, 2001). Neste processo, estão as produções especializadas culturais, sociais e esportivas, a presença do público feminino, as questões de gênero nos produtos sonoros e o potencial crítico-emancipatório dos debates realizados no meio (BETTI, 2021).

O debate ainda envolveu a necessidade de compreender pautas diversas e alinhadas ao interesse público como um desafio das produções e do trabalho jornalísticos quando pensadas na área da cultura, da música, de grandes eventos e coberturas. A contribuição científica da Rede Radijor se amplia ao pensar questões de gênero em podcasts de jornalismo esportivo. Os protagonismos em nicho e as ausências femininas ainda são um marco do meio na atualidade (FERRO; ZUCULOTO, 2022). O cenário dos podcasts também são analisados por Álvaro Bufarah Júnior e Debora Lopez (2022) com foco na identidade editorial do "123 Segundos" da BandNews FM. Anderson Baltar (2022) apresenta os critérios de noticiabilidade e valores notícias que incidem na seleção e escolha

das emissoras que realizam as coberturas de carnaval. E, por fim, Juliana Gomes e Karina Farias (2022) destacam como a mobilidade do rádio na reportagem é utilizada pela CBN Florianópolis como uma característica do meio nas coberturas noticiosas.

As temáticas e trabalhos da Sessão 2 foram os seguintes:

RADIOJOR - A produção e o trabalho na reconfiguração do jornalismo sonoro - SESSÃO 2

Coordenação/Mediação: Valci Regina Mousquer Zuculoto (UFSC)

- 1. Mulheres em podcasts de jornalismo esportivo: mapeamento revela protagonismos em nicho e ausências em cenário geral no Brasil -Raphaela Xavier de Oliveira Ferro (Doutoranda); Valci Regina Mousquer Zuculoto Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
- 2. Radiojornalismo e identidade editorial em podcasts informativos: um estudo de caso do 123 Segundos Alvaro Bufarah Júnior Universidade Presbiteriana Mackenzie e Fundação Armando Alvares Penteado; Debora Cristina Lopez Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)
- 3. O que é notícia nas coberturas radiojornalísticas de Carnaval? Anderson Luiz Condor Baltar
   Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
- 4. A mobilidade do rádio na reportagem: uma análise do programa Notícia na Manhã, da Rádio CBN Floripa Juliana Gomes (doutoranda) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Karina Woehl de Farias Centro Universitário SATC

O evento permitiu ampliar e aprofundar essa diversidade temática, o avanço das pesquisas científicas da rede e o planejamento de investigações coletivas para os próximos anos. A primeira delas que a RadioJor é integrante foi apresentada pela coordenadora adjunta, Valci Zuculoto (UFSC), sobre a revisão do relato histórico das mulheres no rádio do Brasil e que já está com chamada nacional para sua primeira fase, com foco nas pioneiras e suas diferentes formas de atuação no meio. O objetivo é evidenciar presenças, contribuições e protagonismos das mulheres na história do rádio brasileiro a partir de uma pesquisa nacional, objetivando preencher lacunas e superar apagamentos e invisibilidades que têm marcado a escrita do percurso histórico do áudio e do rádio no nosso país. Como ressaltam Juliana Gobbi Betti e Valci Zuculoto, coordenadoras do projeto de pesquisa, a finalidade não é elaborar uma escrita específica e apartada da história das mulheres no meio nacional. Busca-se, isto sim, proceder a uma efetiva revisão do relato histórico, revelando a real inserção feminina (BETTI; ZUCULOTO, 2021). A RadioJor contribui com este esforço de pesquisa, focando a investigação no jornalismo sonoro, e já em 2023, um dos eixos discutidos pela Rede durante o encontro da SBPJor, terá essa temática proposta em suas coordenadas.

### Considerações

A consolidação da presença da RadioJor como rede de pesquisa na SPBJOR pode ser observada pela organização das coordenadas e a importância que tem suas pesquisas. Em todas apresentações de 2022, os integrantes estão ligados a Programas de Pós-Graduação de nove instituições diferentes com a maioria de doutores. No ano eleitoral, as duas sessões com apresentações de trabalho tiveram as temáticas centrais "Desafios do radiojornalismo brasileiro na atualidade", na Sessão 1, e "A produção e o trabalho na reconfiguração do jornalismo sonoro", na Sessão 2.

Em 2023, a SBPJor completa 20 anos de sua fundação e a RadioJor também pretende contribuir contando a história da pesquisa em radiojornalismo e sua presença na Associação como um todo. No mesmo ano, a Rede completa cinco anos de sua afiliação, além das várias participações de pesquisadores e pesquisadoras vinculadas presentes nos encontros desde as suas primeiras edições. A Rede também vem atuando diretamente no planejamento de atividades, chamadas de trabalho e oficinas de formação de pareceristas em conjunto com outros fóruns e grupos de pesquisa de rádio, como o GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom, GT Estudos Radiofônicos da Compós, Radio y Medios Sonoros da Alaic, Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rede Rubra) e GT História da Mídia Sonora da Alcar.

### Referências

BALTAR, Anderson Luiz Condor. O que é notícia nas coberturas radiojornalísticas de Carnaval? In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. Informação crítico-emancipatória com perspectiva de gênero: os direitos das mulheres em programas radiofônicos femininos. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2021.

BETTI, Juliana Gobbi; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. A história (das mulheres) do rádio no Brasil - uma proposta de revisão do relato histórico. In: XIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2021, Juiz de Fora. GT HISTÓRIA DA MÍDIA SONORA, 2021. Disponível em: https://redealcar.org/anais-eventos-nacionais-130-encontro-2021/

BRITTO, Helen. Jornalismo cultural em rádios all news: uma análise da BandNews Rio e CBN Rio. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

BUFARAH JÚNIOR, Álvaro; LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo e identidade editorial em podcasts informativos: um estudo de caso do 123 Segundos. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

CHAGAS, Luãn José Vaz. Sistema de gestão de qualidade aplicado ao radiojornalismo: estratégias metodológicas de análise. In: 20° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

FERRO, Raphaela Xavier de Oliveira; ZUCULOTO, Valci. Mulheres em podcasts de jornalismo esportivo: mapeamento revela protagonismos em nicho e ausências em cenário geral no Brasil. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

GOMES, Juliana; FARIAS, Karina Woehl de. A mobilidade do rádio na reportagem: uma análise do programa Notícia na Manhã, da Rádio CBN Floripa. In: 20° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

GUAZINA, Liziane. Populismos de direita e autoritarismos apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. Mediapolis, v. 12, nº12, 2021.

GUERRA, Josenildo. Indicadores de Desenvolvimento da Mídia: Marco para avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília: UNESCO, 2010.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádios e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Débora Cristina. Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: UBI/Lab-Com Books, 2010.

MEDITSCH, Eduardo. O Rádio na Era da Informação – Teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.

MUSTAFÁ, Izani. A humanização no jornalismo científico em podcasts no Brasil: um estudo comparado. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022. NICOLETTI, Janara. Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2019.

OLIVEIRA, Madalena; SANTOS, Francisco Sena; VAN DER KELLEN, Miguel. O som como elemento âncora da reportagem. In: COELHO, Pedro; REIS, Ana Isabel; BONIXE, Luiz (Orgs.). Manual de Reportagem. Covilhã: Labcom Comunicação e Artes, 2021.

SENA, Marcelo. Ver, ouvir e reouvir: uma proposta de análise crítica da narrativa em programas noticiosos da Rádio Itatiaia no YouTube. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.

ZIMMERMANN, Arnaldo. A reportagem especial como documento radiofônico: análise da série da CBN sobre a Semana de Arte Moderna do Brasil. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Fortaleza: 2022.



### As contribuições da pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro - Retij 2022

Janaina Visibeli Barros <sup>1</sup> Marluce Zacariotti <sup>2</sup>

O ano de 2022 marcou o fortalecimento da Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade no Jornalismo, com a finalização de pesquisa coletiva que culminou nas atividades realizadas durante o 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Passamos para o relato destas atividades.

## Lançamento e apresentação da pesquisa em rede: Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 realizada

Como definido no Plano de atividade para 2021/2022, os grupos de pesquisa e pesquisadores que participam da RETIJ realizaram a pesquisa coletiva "Perfil do Jornalista Brasileiro 2021" – um novo levantamento de atualização de dados do estudo de mesmo nome, desenvolvido em 2012, sob a coordenação de Jacques Mick, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

A presente pesquisa foi realizada durante o período de 16 de agosto a 01 de outubro de 2021, sob a coordenação de Samuel Lima, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), tendo a participação de pesquisadores da RETIJ.

### O processo da pesquisa

A pesquisa Perfil dos Jornalistas Brasileiro 2021 buscou saber quantos e quem são os jornalistas brasileiros, no começo desta terceira década do século 21, a partir da identificação por gênero, cor-raça, escolaridade, funções, distribuição geográfica dos profissionais e outros aspectos sociodemográficos para estabelecer a comparação dos dados coletado em 2021 com o que se observou em 2012.

Para o desenvolvimento da pesquisa, o comitê formado por participantes da RETIJ - Janaina

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Coordenadora da Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade no Jornalismo (Retij). Docente nos cursos de Jornalismo e Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado de Minas Gerais. É pesquisadora do Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho da ECA-USP (CPCT/ECA-USP).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Coordenadora da Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade no Jornalismo (Retij). Docente e vice-coordenadora do Mestrado Profissional em Educação da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa, Extensão e Práticas Jornalísticas (Nujor).

Visibeli (professora da UEMG e pesquisadora do CPCT/ECA-USP); João Augusto Moliani (professor da UTFPR e pesquisador do CPCT/ECA-USP); Rafael Paes Henrique (professor da UFES); Edgard Patrício (do PráxisJor/UFC) e Marluce Zacariotti, (pesquisadora do Núcleo de Pesquisa, Extensão e Práticas Jornalísticas - Nujor/UFT), junto com os coordenadores da pesquisa: Samuel Lima e Jacques Mick, além de Janara Nicoletti e outros pesquisadores do Laboratório de Sociologia do Trabalho – Lastro/UFSC trabalharam de forma voluntária, em grupos divididos por região.

Ao todo, 7.029 jornalistas responderam ao online survey, um volume bastante expressivo, que, se deveu muito à atividade dos participantes da RETIJ e do apoio das organizações nacionais da categoria: ABI, ABEJ, ABRAJI, APJor, FENAJ e sindicados filiados, além da SBPJor, que assegurou a visibilidade da pesquisa e sua penetração no território nacional.

No 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor), realizado entre os dias 3 e 6 de novembro de 2020, em formato virtual, devido à pandemia de covid-19, no seminário de Programas de Pós-graduação em Jornalismo e, também, na reunião de planejamento da RETIJ (2020), foram apresentados os dados gerais e o relato da experiência da pesquisa em rede.

### A análise

A análise dos dados gerais foi dividida entre os pesquisadores para a produção do Relatório Final de Pesquisa, entregue no início de 2022 e disponibilizado para download gratuito, na página https:// perfildojornalista.ufsc.br/.

A base de dados nacional somou mais de 300 respostas de nove estados (SP, MG, SC, RJ, CE, BA, PR, RS e DF) e o volume de resultados em todas as UF permitiu a possibilidade de estudos específicos por região. Assim, foi produzido material suficiente para um estudo nacional, cinco estudos regionais e nove estudos estaduais.

## Lançamento dos resultados da Pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2021

O lançamento do relatório pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 se deu em 28 de junho de 2022, mobilizando as redes sociais de todas as instituições envolvidas e com a publicação do relatório no site da pesquisa (https://perfildojornalista.ufsc.br/).

Outra ação realizada no sentido de promover o estudo e debater seus resultados foi a edição do SBPjor em Redes, coordenada pela Retij, com o tema Perfil do Jornalista Brasileiro 2021(https://www.youtube.com/watch?v=H3la6Wzozj4).

Como parte das estratégias de divulgação dos resultados da pesquisa e de ampliação da RETIJ, agregando mais pesquisadores com aderência às temáticas da rede, foi feita chamada de artigos em

uma mesa coordenada específica, dividida em duas sessões, no 20 Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo – SBPjor/ 2022. Houve a submissão de nove trabalhos, de pesquisadores de diferentes regiões e a apresentação de oito trabalhos aprovados, divididos em duas sessões.

A primeira sessão acolheu as pesquisas sobre o perfil dos jornalistas que discutiam as condições de trabalho/processos produtivos, trajetória e identidade dos jornalistas. Ela teve a coordenação de Cláudia Nonato e a apresentação dos trabalhos listados na Tabela 1.

TABELA 1 - Coordenada RETIJ - Perfil do Jornalista Brasileiro sessão 1

A complexidade e a potência da big data como fonte para pesquisas sobre trajetórias profissionais de jornalistas: uma reflexão metodológica	Andressa Kikuti Dancosky	Universidade de Brasília /Universidade Federal de Santa Catarina
Mudanças no mundo do trabalho: o perfil dos jornalistas brasileiros fora da mídia	Mariane Nava, Marluce Evangelista Carvalho Zacariotti, João Augusto Moliani	Universidade Federal de Santa Catarina/ UFT/UTFPR
Perfil da(o) Jornalista Brasileira(o) - As iniciativas de jornalismo independente e outro jornalismo possível	Edgard Patrício, Luan Matheus Santana	Universidade Federal do Ceará
Perfil dos Jornalistas na Mídia (2021): Mudanças e Permanências	Vinícius Augusto Bressan Ferreira, Samuel Lima	Instituto de Cultura e Arte / Programa de Pós-Graduação em Comunicação Universidade Federal de Santa Catarina

A segunda sessão acolheu as pesquisa sobre o perfil dos jornalistas que dialogam com questões de raça, gênero, precarização do trabalho e saúde. Foi coordenada por Janaina Visibeli Barros e teve foi composta pelos trabalhos listados na Tabela 2.

TABELA 2 - Coordenada RETIJ - Perfil do Jornalista Brasileiro sessão 2

Plataformização do trabalho dos jornalistas: uma outra face da precarização.	Janara Nicoletti, Roseli Fígaro	Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), Universidade Federal de Santa Catarina/ USP
Mais acesso, poucas oportunidades: o perfil dos jornalistas negros após uma década de pesquisas sobre o mundo do trabalho.	Claudia Nonato, Abinoan Santiago	Universidade de São Paulo
O Perfil de jovens jornalistas no Brasil: entre a precarização e a identificação profissional.	Janaina Visibeli Barros, Ana Flávia Marques da Silva, Rafael Rodrigues da Costa, Naiana Rodrigues da Silva	Universidade Estadual de Minas Gerais
O jornalista que atua no Instituto Federal: levantamento de indicadores de perfil.	Ana Maria Teles, Dione Moura	Universidade de Brasília

### Achados da pesquisa e contribuições

A pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 trouxe informações extremamente importantes para serem trabalhadas pelos pesquisadores da RETIJ. O volume de dados permite insights para outras pesquisas, com focos em categorias ou abordagens das mais variadas.

Vale destacar o contexto político-econômico em que se deu o estudo, que impactou de modo bastante negativo a vida do trabalhador brasileiro em geral: a reforma trabalhista de 2017, a instabilidade política (impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016), crise econômica e agenda neoliberal. Tudo isso afetou o trabalho jornalístico, além do quadro específico do mercado do jornalismo que, também, tem sido tema de pesquisas da rede: fechamento de redações, mudanças nas formas de contratação com menos direitos e exigências de profissionais multitarefas, plataformização do jornalismo, entre outros.

Os dados levantados apontam mudanças e permanências no panorama da imprensa no Brasil em comparação com a primeira edição do estudo, feita em 2012. Destaca-se o crescimento da precarização da carreira nos últimos dez anos, expresso por salários baixos, extensas cargas horárias e aumento das formas precárias de contratação. A pesquisa revela que o número de jornalistas com carteira assinada é menor em 2021 do que em 2012, passando de 60% para 45,8%. Já as formas de trabalho precárias, como freelancers, prestadores de serviços sem contrato, pessoa jurídica e MEI, representam 24% da categoria. Além disso, 42,2% dos jornalistas trabalham mais de oito horas por dia, sendo que 3,2% chegam a mais de 13 horas diárias.

Do ponto de vista da questão salarial, identificou-se que a renda dos jornalistas é baixa. 57,9% dos jornalistas ganham menos de R\$ 5.500 por mês. Somente 40,1% dos participantes afirmaram que sua renda sempre dá para pagar as contas do mês, enquanto 23,9% disseram que isso só ocorre "às vezes". E 36,1% disseram que sua renda mensal não é suficiente, e precisam recorrer a dívidas, trabalhos extras ou ajuda de outras pessoas para fechar o mês. A pesquisa revelou também alto índice de estresse e sofrimento para muitos profissionais. Dos participantes, 66,2% se sentem estressados no trabalho, 34% já tiveram diagnóstico de estresse e 20,1% já tiveram algum transtorno mental relacionado ao trabalho. Além disso, o assédio é uma realidade para muitos jornalistas: 40,6% já foram vítimas de assédio moral e 11,1% de assédio sexual, enquanto 51,9% testemunharam assédios morais e 18% viram colegas serem assediados(as) sexualmente.

Outro dado bastante relevante e de grande interesse para a RETIJ é sobre a influência das condições precárias de trabalho na ética jornalística de muitos profissionais brasileiros. Os participantes apontaram como fatores que dificultam o exercício ético do jornalismo: "pressão de anunciantes, patrões, governos ou outros" (64,3%), "sobrecarga de trabalho e falta de tempo" (38,4%) e "desestímulo e dificuldades no local de trabalho" (30,8%).

Quanto às características demográficas dos jornalistas brasileiros, como há dez anos, a maioria é formada por mulheres (58%), pessoas brancas (68%), solteiras (53%), com até 40 anos (59,3%) e residentes na região Sudeste do país (61,5%). Mesmo a maioria sendo mulheres, houve aumento da

parcela de homens em seis pontos percentuais em relação à primeira edição da pesquisa, passando de 36% para 42% dos jornalistas no Brasil. Uma alteração importante e positiva foi o crescimento de sete pontos percentuais na participação de jornalistas negros: de 23% em 2012 para 30% em 2021. E as pessoas indígenas somam apenas 0,4% dos jornalistas, não havendo nenhuma alteração no percentual encontrado na primeira edição da pesquisa.

Nessa síntese dos principais achados da pesquisa é possível destacar como aspectos mais relevantes: a precarização das condições de trabalho na área; o aumento da presença da população negra entre os jornalistas; a diversificação da profissão, ou seja, o jornalismo tem sido operado cada vez mais numa mistura de formatos e de interfaces, alargando as atividades e possibilidades do trabalho jornalístico; jornada exaustiva de trabalho dos jornalistas e um quadro grave de saúde laboral.

São questões que poderão ser aprofundadas e problematizadas em discussões em seminários, fóruns e em artigos científicos. No âmbito da RETIJ procuramos organizar e dinamizar tais possibilidades, principalmente por meio de nossas mesas coordenadas, mas, também, via SBPjor em redes (lives temáticas que usamos para discutir temas de pesquisa da rede) e de parcerias com outras entidades.

Entre as contribuições que a pesquisa O Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 trouxe – e que se insere nos objetivos da RETIJ – é auxiliar na organização ou na melhoria das condições de trabalho dos jornalistas, uma vez que os dados podem servir de base para sindicatos, associações, FENAJ pensarem estratégias ou mesmo novos estudos sobre a categoria. Além disso, a contribui para a comunicação científica da área, disponibilizando de forma ampla, por meio de seus produtos (relatórios, artigos, livros) os dados como referência.

Por fim, cabe ressaltar o caráter coletivo desse trabalho, que mobilizou vários grupos de pesquisa da Retij, agregou outros pesquisadores de todas as regiões do país e promoveu com excelência a estratégia das pesquisas em redes. Levando-se em consideração as dificuldades (estruturais, financeiras e humanas) de uma iniciativa individual de executar uma pesquisa ampla, em nível nacional e desse porte, a perspectiva da união de esforços dos pesquisadores constitui grande possibilidade de reforçar a pesquisa. Além disso, acreditamos que pesquisas como essa reafirmam, valorizam e potencializam a própria existência da rede de pesquisa (RETIJ) na SBPjor.

### Próximas ações

Em reunião da rede, durante o 20º Encontro Nacional de Pesquisadores no Jornalismo, ficou acordada que com a finalização do relatório geral e sua divulgação, iniciara-se outra fase de análise, específica para as regiões do país. Dividiram-se os grupos por região, os quais contaram com agregação de outros pesquisadores convidados a participar das análises regionais (entre setembro/2022 e maio de 2023).

Também ficou acordado que os artigos apresentados 20º Encontro Nacional de Pesquisadores no Jornalismo, que dialogam entre si e com a pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro, irão compor um livro da rede, sob a coordenação de Janaina Visibeli Barros, Samuel Pantoja Lima e Janara Nicoletti.

### **REDE JORTEC**

## Jornalismo e tecnologia em pauta: 15 edições de comunicações coordenadas da JorTec

Gerson Luiz Martins 1

Maíra Evangelista de Sousa<sup>2</sup>

Marcelo Barcelos 3

Raquel Ritter Longhi 4

Thais de Mendonça Jorge 5

### Introdução

Em 2022, o 20º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo voltou a ser realizado no formato presencial, depois de dois anos remotos por causa da pandemia de Covid-19. Esta edição – que ocorreu na Universidade Federal do Ceará (UFC) – marcou também o décimo quinto ano de mesas coordenadas da Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologia (JorTec) no congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

As histórias da rede e da SBPJor, de certa forma, são imbricadas. A JorTec foi criada em 2007. Desde o ano seguinte, em 2008, passou a ser vinculada formalmente à SBPJor e a realizar comunicações coordenadas. Desse modo, em 2022, o quantitativo de mesas organizadas pela rede chegou a trinta e quatro.

Ao longo dessas quinze edições, os atravessamentos entre Jornalismo e Tecnologia continuam sendo o grande guarda-chuva das pesquisas da JorTec, embora "novas" temáticas – como realidade virtual, algoritmos, inteligência artificial, plataformas – tenham entrado na pauta das comunicações coordenadas para refletir sobre o campo, os processos, os produtos, as narrativas, as linguagens, à profissão, às práticas jornalísticas.

Nesse sentido, em 2022, a JorTec realizou três comunicações coordenadas com reflexões relevantes e contemporâneas sobre "plataformas de redes sociais, inovação e crise", "comunicação digital

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Coordenador da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais (Jortec). Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Vice-coordenadora da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais (Jortec). É professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (UNAMA).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Pesquisador do Jornalismo e Estudos de Futuro, mestre e doutor em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Realiza estágio de pós-doutoramento em Humanos Digitais com Inteligência Artificial Generativa (IAG), no Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) Linha Mídia e Conhecimento.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Docente no programa de Pós-Graduação em Jornalismo e do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Líder do Grupo de Pesquisa Hipermídia e Linguagem/CNPq e Núcleo de Estudos e Produção Hipermídia Aplicados ao Jornalismo/Nephi-Jor/UFSC.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Docente da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Atual vice-chefe do Departamento de Jornalismo da FAC-UnB.

### Plataformas de redes sociais, inovação e crise

A comunicação coordenada "Ciberjornalismo e redes sociais, entre a inovação e a crise" teve quatro trabalhos em que se buscou debater o eixo temático do contexto atual das mídias sociais, redes sociais e no que se constitui como um elemento inovador e ao mesmo tempo que se converteu numa crise, principalmente no contexto da desinformação. A proposta desta Coordenada organizada pela Rede de Pesquisadores em Jornalismo e Tecnologias Digitais (Rede JorTec) foi reunir pesquisadores que apontassem questões referentes à ementa da proposta que destacou o surgimento das redes sociais, de forma ampliada, das mídias sociais transformou a atividade jornalística, a pauta, a apuração, a produção e, fundamentalmente, a distribuição, veiculação. Agora, no século 21, o Jornalismo enquanto atividade profissional aliado, na sua essência, à tecnologia corre o risco de desaparecer. A proposta desta mesa coordenada objetivou debater trabalhos de pesquisa que problematizam as redes sociais no processo de produção, distribuição e consumo no jornalismo, bem como a aliança que o jornalismo e os jornalistas fizeram com as redes sociais e com toda a tecnologia que envolve, notadamente nos aprimoramentos dessas mídias sociais, consubstanciado no Instagram, TikTok e WhatsApp e possibilidade de reversão e ganho para o processo jornalístico nesse contexto. Os trabalhos apresentados se constituiram num mosaico de propostas que em qualquer situação promoveu o desvirtuamento da proposta, pelo contrário, enriqueceu e proporcionou diferentes pontos de vista sob a égide das mídias sociais.

Neste contexto, o trabalho apresentado pelas pesquisadoras Adriana Barsotti e Fabiane Muniz - Combatendo a desinformação pelo WhatsApp: entre a information literacy e a media literacy - foi um ponto de partida importante para guiar os debates, o artigo, em seu resumo se propõe, com o propósito de combater a desinformação entre os idosos, o Comprova – pool de fact-checking com mais de 20 veículos de imprensa, entre os quais a Folha de S.Paulo, O Estado de S. Paulo, o SBT, a Band News, o Gaúcha Zero Hora, a Veja e o Correio Braziliense – lançou o curso Não passe vergonha nos grupos – aprenda a identificar boatos nas redes. São dez aulas enviadas via WhatsApp, com postagens e vídeos apresentados pelos jornalistas Lilian Witte Fibe e Boris Casoy. O objetivo deste artigo é verificar se o conteúdo do curso atende aos requisitos da information literacy e da media literacy, com base em metodologia desenvolvida por Cerigatto (2020) para desvendar as fake news. Os resultados indicam que o curso estimula competências da tradição de media literacy, mas apenas tangencia as habilidades da information literacy.

Embora não diretamente relacionado às mídias sociais, a pesquisa de Ivone dos Santos Rocha e Rita Paulino - *Como o jornalismo está contextualizado ao mundo digital* - traz resultados de coletas de dados empíricos, com duas entrevistas semiestruturadas, uma com um jornalista com 30 anos de profissão e outra com uma jornalista com 10 anos de atividade na área. Apresenta também o resultado de uma pesquisa survey com 102 consumidores de notícias. Todos respondem sobre a problemática da profissão, os desafios para se adaptar ao meio digital e os reflexos disso na reportagem final. Assim, esta publicação propõe reflexões e provocações embasadas e motivadas pelo artigo

"O Que o Jornalismo está se Tornando", de Mark Deuze e Tamara Witschge (2016). Os consultados entendem que as tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs) representam um grande desafio ao jornalismo. Mas nem em tudo há consenso. As análises se baseiam em referencial bibliográfico relacionado. A pesquisa reforça o contexto do uso das mídias sociais no processo de produção jornalístico e os desafios da inovação e a crise que perpassa a atividade decorrente dos arranjos digitais promovidos nas redações e nos ambientes de trabalho do profissional de jornalismo.

No contexto da mídias sociais, especificamente na plataforma Facebook, os autores Helder Prior e Lucas Silva, no artigo sobre o *Discurso de ódio homofóbico no Facebook: uma análise dos comentários das publicações de notícias nos ciberjornais de Campo Grande* problematiza o discurso de ódio contra a população LGBTQIA+ nos comentários das publicações de notícias no Facebook e a repercussão desta prática na manutenção do preconceito e da discriminação. Procura-se sistematizar e identificar categorias e traços ideológicos na propagação e circulação dos comentários classificados como discursos de ódio contra a população LGBTQIA+ nas publicações de notícias no Facebook dos três principais veículos de comunicação de Mato Grosso do Sul: Correio do Estado, Campo Grande News e Midiamax. Esta pesquisa analisou 3026 comentários, dos quais 605 foram classificados como discurso de ódio, número que representa 20% em todas as publicações analisadas.

Por fim, o texto produzido pelo professor Gerson Luiz Martins relata a experiência do processo de produção do cibermeio jornalístico Primeira Notícia com o título Primeira Notícia: ensino de Ciberjornalismo e a narrativa hipermidiática. O ensino de Ciberjornalismo surge atrelado às novas tecnologias, às possibilidades da Web 2.0 e ao uso dos dispositivos móveis. A experiência da prática do Ciberjornalismo por meio do Primeira Notícia se revelou eficiente para aprendizagem da narrativa hipermidiática e para o jornalismo de imersão e se transformou numa contextualização singular para a formação em Jornalismo. Este trabalho faz reflexões acerca da importância do ensino de ciberjornalismo e o uso da narrativa hipermidiática nos cursos de Jornalismo, a partir da experiência realizada com o Primeira Notícia, cibermeio trabalhado com os alunos das disciplinas de Ciberjornalismo, Laboratório de Ciberjornalismo I e II, do curso de Jornalismo da UFMS, Campo Grande. No contexto do processo de produção e divulgação do Primeira Notícia há uma implementação do uso das mídias sociais, notadamente, no processo de apuração da aplicativo WhatsApp, como se tornou contumaz em todas as redações, em meio aos profissionais de jornalismo e, além desse meio como eficaz para o relacionamento com as fontes e ainda no procedimento para debate da construção das pautas entre os membros das equipe de reportagem, também o Primeira Notícia trabalha com a difusão das notícias e reportagens publicadas por meio do aplicativo Instagram, seja no perfil do "Stories", seja no perfil do "Feed", como maneira de distribuir e difundir as notícias e reportagens publicadas. Mais recentemente, numa experiência que se iniciou no segundo semestre de 2022, o uso do aplicativo TikTok em fase experimental e implementada em 2023. Nesta fase inicial há uma liberdade de criação dos vídeos decorrentes das notícias e reportagens publicadas, seja no formato "tradicional" de veiculação no modo "telejornalismo", seja por meio de aplicação gráfica sobre os vídeos, em condições de hipermidialidade ou ainda por

meio de "memes" que possam traduzir o conteúdo noticioso e mesmo o processo de produção em que se considera os "erros de gravação", situações pitorescas da apuração, entrevistas e redação da notícia ou da reportagem. O ciberjornalismo, neste momento, experimenta de múltiplas formas a produção de vídeos para o TikTok, sem que haja um modelo que favoreça e caracterize a produção jornalística. Inúmeros modelos são testados, sem que, ainda, se possa dizer que este ou aquele se caracteriza como padrão, ou mais acertado para o objetivo de veiculação e popularização da notícia. A experimentação, neste caso e em especial no âmbito de uma escola de Jornalismo, possibilita testar vários modelos e formatos que possam efetivamente despertar o interesse do público jovem, principal usuário da plataforma TikTok e assim se constituir no processo de formação de futuros consumidores da produção jornalística.

### Comunicação digital pós-Covid-19

A pandemia de Covid-19, doença causada pelo SARS-CoV-2, patógeno conhecido como "novo coronavírus", surpreendeu o mundo no início de 2020. Espalhando-se rapidamente por todos os continentes, configurou-se como o maior desafio à saúde pública desde a epidemia de Aids nos anos 1980. Junto a isto, o acesso à informação correta sobre a epidemia e seus cuidados enfrentou um fenômeno que, em quantidade massiva, representaria uma nova ameaça à população mundial: a difusão de boatos, notícias falsificadas e desinformação nas plataformas de redes sociais.

A mesa coordenada *Comunicação digital pós-Covid-19*. *Isolamento, fragmentação social, novos tipos de relação pessoal, profissional e produtiva no jornalismo: paradoxos dos novos tempos* se propôs a observar as mudanças no ambiente jornalístico em tempos pós-pandêmicos; explorar as consequências do abandono de antigas rotinas, como as reuniões de pauta ou o cafezinho; e estudar as perspectivas profissionais, que ampliaram para muitos profissionais a sensação de incerteza quanto ao presente e ao futuro.

A 20ª edição do SBPJor ocorreu em novembro de 2022, quando as vacinas anti-Covid-19 e as duras medidas contra a doença começavam a ser relaxadas. Que lições a pandemia trouxe e como será o jornalismo daqui para a frente? – foram perguntas que guiaram a investigação dos pesquisadores. De um lado, a utilização intensiva de ferramentas digitais, o lockdown urbano e as rotinas de produção alteradas incentivaram o isolamento e a solidão; de outro, a produção individualista teria levado a um redesenho das redações e à exploração do home office, gerando novas demandas e novas indagações.

O objetivo desta coordenada seria provocar os estudiosos a lidar com as possibilidades de inovação e os modos de reparação para superar mais esta crise da indústria jornalística que se adensou nos três últimos anos, e debater sua interseção com a crise Covid, a partir das alterações, oportunidades e desafios que emergiram. A ideia se concentraria na construção de um olhar para a frente, evitando retrocessos, a fim de não deixar que o "futuro se transforme no passado" (Cozza et al., 2020). No entanto, dois temas parecem ter dominado a mesa: a eclosão da desinformação e o agra-

vamento da precarização nas relações de trabalho, assuntos que apareceram isolada ou conjuntamente nos tópicos pesquisados.

Na mesa, coordenada pela professora Thaïs de Mendonça Jorge (Universidade de Brasília - UnB), foram apresentados cinco trabalhos de nove autores, pertencentes a quatro diferentes universidades – UFRGS, UnB, Unama, UFPA: O conceito de desinformação nos estudos de jornalismo brasileiros no contexto da pandemia de Covid-19, de Marcelo Träsel e Giulia Reis Vinciprova; A adaptação do Sem Censura Pará à pandemia de Covid-19, de Ana Beatriz Nascimento Manarte e Maíra Evangelista de Sousa; Telejornalismo e desinformação: usos e apropriações do WhatsApp pela produção de TV em Belém (PA) na pandemia de Covid-19, de George Luiz Miranda da Silva e Elaide Martins; Consórcio de Imprensa: ferramentas digitais como impulsionadoras da cultura da colaboração no jornalismo de dados, de Marlise Viegas Brenol e Carlos Augusto de França Rocha Júnior; O sujeito digital, o sujeito ensimesmado e o sujeito fragmentado diante da Covid-19. Um olhar sobre o jornalismo e a pandemia, de Thaïs de Mendonça Jorge.

O artigo que abriu a mesa, de Träsel e Vinciprova, tinha por objetivo, bem a propósito, realizar uma revisão bibliográfica sistemática acerca dos autores mais citados em publicações brasileiras a respeito da desinformação no contexto da pandemia de Covid-19, sob o ponto de vista dos estudos de jornalismo. Após busca e catalogação das teses, dissertações e artigos da área de Comunicação entre 2020 e 2022, chegou-se à conclusão de que autores como Wardle (2017); Tandoc, Lim e Ling (2018); e Alcott e Gentzkow (2017) são os mais citados. Embora os autores mais citados sejam estadunidenses, há 13 pesquisadoras e pesquisadores brasileiros no grupo de 30 mais referenciados. Entre os temas abordados nos trabalhos analisados pelos pesquisadores transparece uma preocupação com o aprofundamento dos debates sobre a relação credibilidade x realidade. Por meio de análise das palavras-chave mais utilizadas parece evidente um interesse dos pesquisadores brasileiros pelo estudo da desinformação relacionado aos valores-notícia, gêneros jornalísticos e conceitos da psicologia.

Dois artigos se detiveram a observar as mudanças que a Covid-19 provocou no cenário da TV paraense: Manarte e Sousa elegeram como objeto de estudo o programa Sem Censura Pará, enquanto Silva e Martins examinaram o contexto da produção televisiva em seis emissoras de Belém. Utilizando observação participante, documentos e depoimentos de profissionais da TV Cultura do Pará, o primeiro desses dois artigos registrou as alterações do programa de maior audiência da emissora – o Sem Censura Pará, que teve de inventar novas modalidades de fazer entrevistas, já que depende da imagem para chegar aos telespectadores. A produção do programa, primeiramente, e as entrevistas, posteriormente, passaram da modalidade presencial para a modalidade remota. Com as entrevistas remotas, o programa conseguiu entrevistar mais pessoas pelo Pará, pelo Brasil e pelo exterior. Com isso, verificou-se que, em um cenário de incertezas, o Sem Censura Pará continuou no ar com uma nova forma de se apresentar, valendo-se muito da tecnologia digital.

Já o segundo artigo pretendia compreender os procedimentos adotados, pelos produtores de telejornalismo de um grupo de emissoras da capital paraense, para combater a desinformação via WhatsApp. Com metodologia de abordagem qualitativa – um questionário on-line –, a pesquisa

chegou a 28 respostas, indicando que todos os produtores utilizam o WhatsApp em suas rotinas de apuração, fato que demonstrou a relevância do aplicativo com a crise sanitária do coronavírus e após. A ideia da pesquisa partiu da constatação de que o serviço instantâneo de mensagens via internet desponta como uma das principais ferramentas de comunicação para os produtores de telejornalismo em Belém, sendo um relevante canal de ligação com personagens, especialistas e assessorias de imprensa, além de funcionar como um espaço de fluxo de conteúdo, pois é, sobretudo, por meio dele que os produtores recebem vídeos, fotos e até realizam entrevistas para compor as matérias televisivas. A facilidade de recebimento de material colocou em xeque as formas de verificação das informações, pois os profissionais tinham dúvidas se, de fato, fizeram a devida apuração antes de colocar o conteúdo no ar. O trabalho constatou que os profissionais de TV se sentem responsáveis pelo combate à desinformação, mas enfrentam conflitos na realização de seus trabalhos, sobretudo pelo acúmulo de funções e precarização do cargo.

Brenol e Rocha Júnior abordaram o Consórcio de Imprensa que, em 2020, resolveu juntar um grupo de veículos (Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo) para um trabalho colaborativo que viesse a suprir a ausência de informações do Ministério da Saúde sobre a Covid-19, no governo Bolsonaro. O objetivo seria identificar como o trabalho do consórcio foi operacionalizado durante a pandemia, destacando a intersecção de ferramentas digitais e a prática do jornalismo de dados. A metodologia foi a análise categorial do conteúdo das entrevistas em profundidade com jornalistas que estiveram na liderança da operação do consórcio. Os conceitos teóricos passam pela transparência de Estado na democracia e na imprensa e pela colaboração no jornalismo. A defesa da atividade profissional como elemento fundamental para a sociedade democrática e a ameaça autoritária representada pelo governo de Jair Bolsonaro, na subtração de dados relacionados à Covid-19 – o que motivou a estratégia do Consórcio – são itens importantes a serem considerados nesta pesquisa. No caso, eles mostraram que a prática colaborativa é um caminho viável para o jornalismo, possibilitada especialmente por ferramentas tecnológicas para acessar, tratar e expor os dados. As tecnologias de produção e de comunicação foram centrais para a operacionalização do processo de trabalho conjunto, em especial diante das condições sanitárias da pandemia.

Uma pandemia pode ser encarada como um colapso global que agrega componentes sociais, organizacionais e técnicos/tecnológicos, necessitando de ação imediata, bem como um episódio que requer práticas coordenadas para recuperar a vida pessoal e garantir a sobrevivência das organizações. A humanidade aprendeu o que é quarentena com a peste bubônica e atualizou o conceito com o lockdown da Covid-19. O dadaísmo foi uma corrente artística contra o niilismo da I Guerra Mundial e os terrores da Gripe Espanhola. A epidemia de varíola do início do século XX no Brasil nos legou a caipirinha. Jorge investigou as pandemias na história e perscrutou seus resultados sociológicos, econômicos e políticos para tentar extrair lições. A grande pergunta seria: em que medida os surtos epidêmicos que matam milhares de pessoas poderiam transformar valores e trazer mudanças para a sociedade? Se as crises humanitárias nem sempre tiveram a devida atenção da mídia, tampouco os seres humanos saem delas da mesma maneira. Pretendendo descobrir as consequências da pandemia de Covid-19 no jornalismo, a pesquisa ouviu jornalistas em exercício

e sugere que, em muitos casos, o chamado "trabalho inteligente" – que conduziu os profissionais ao home office – redundou em jornadas prolongadas, com ênfase especial no campo feminino, exigência de múltiplas tarefas acumuladas, diminuição de vagas, substituição de mão de obra e, psicologicamente falando, burn out, ansiedade e depressão.

### Futuros para o jornalismo digital

A mesa *Futuros para o Jornalismo Digital*, temática inédita nos encontros nacionais, reuniu seis trabalhos acadêmicos que abordaram questões fundamentais para pensar o jornalismo de hoje e do amanhã, diante de problemáticas emergentes e novas tecnologias. Os autores - pesquisadores, professores e estudantes de Programas de Pós-Graduação de três regiões distintas do país, apresentaram seus trabalhos para uma plateia participativa e numerosa, sob a coordenação da Professora Raquel Ritter Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC) e Marcelo Barcelos (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC).

No primeiro bloco, foram debatidas questões relativas às regras de otimização de motores de busca, Inteligência Artificial no jornalismo e inovação e indústrias criativas. Num segundo eixo, após o intervalo, a mesa abordou o futuro do jornalismo em ambientes como o metaverso.

Na primeira parte, iniciando a sessão, foi apresentado o trabalho Tag Title: compreendendo as regras de otimização para motores de busca a partir da literatura científica, de Giana Cristina Liebel e Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco (Universidade Federal do Paraná - UFPR). Os autores apresentaram um estado da arte sobre como as regras de otimização para motores de busca SEO (da sigla em inglês Search Engine Optimization) e Tag Title vêm sendo abordadas pela literatura científica. Para tanto, foram pesquisados dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), da Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), além do Scopus, Web of Science (WoS) e Scielo. A partir de uma triagem de 160 trabalhos, o artigo apresentou uma discussão em torno de quatro selecionados. Na discussão dos resultados, os autores apontam que a compreensão do funcionamento do algoritmo do Google não se restringe a questões sobre meta descrição e palavras-chave, como uma abordagem simplista sobre regras de SEO e Tag Title pode induzir. Além do que pode ser compreendido a partir do próprio conceito, experimentos demonstram como outros fatores colaboram no melhor desempenho de sites no ranking do mecanismo de busca, considerado o objetivo estratégico que é aparecer nas primeiras páginas dos buscadores.

Já o artigo *Tendências e usos contemporâneos da Inteligência Artificial (IA) pelo Jornalismo*, de Zanei Barcellos (Universidade de Brasília - UnB), discorreu sobre o uso da IA na produção jornalística. O autor trouxe uma análise de pesquisas internacionais com jornalistas para levantar as tarefas jornalísticas mais exercidas pelos algoritmos e, assim, indicou tendências do uso da IA pela imprensa.

Para refletir sobre a noção de criatividade e inovação no jornalismo, as autoras Alciane Baccin, Julia Goulart e Bianca Obregon do Nascimento (Universidade Federal do Pampa - Unipampa/ São

Borja), apresentaram o trabalho *Criatividade e inovação: o jornalismo como indústria criativa*. As autoras contextualizam o jornalismo como uma atividade criativa, e, desta forma, pertencente à Indústria Criativa. No trabalho, foram examinados o papel da criatividade nos produtos e processos jornalísticos e a inovação, vista a partir de sua transdisciplinaridade, especialmente, por fundir elementos, teorias e produtos das áreas da Economia, Administração, Comunicação e do Jornalismo. Na sua conclusão, o trabalho sustenta que o jornalismo não pode abrir mão de dois insumos essenciais para sua sustentabilidade: inovação e criatividade.

O segundo eixo inicia com o artigo de Marcelo Barcelos, *Jornalismo e Metaverso*: *CBS News, BBC News Lab e dez cenários futuros sob o olhar preditivo da ciência*, em que o autor propõe cenários para o futuro do jornalismo frente às oportunidades comunicativas, de narrativas imersivas dentro metaverso. O pesquisador recorre ao recorte de três perspectivas para abordar o tema do metaverso: produção, circulação e consumo noticioso. São desenhados os seguintes cenários: 1) que indiquem oportunidades noticiosas nestas ferramentas e 2) que contribuam com debate antecipado sobre os impactos à indústria do jornalismo. A seguir, sob o método da Prospectiva Estratégica, o autor detalha dez oportunidades e desafios para a produção das notícias dentro de ambientes integralmente imersivos. Por fim, interpreta e examina experiências de entrevistas e tipos de construção das narrativas experimentais nas redes de televisão americana CBS, na rede inglesa BBC e problematiza os pontos de atenção levantados em dois dos principais eventos acadêmicos globais de 2022 que dedicaram mesas especiais para reunir experimentos, modelos e limitações.

Seguiu-se o artigo Sistemas imersivos e hiperinfografia: análise preliminar de cenários para inserção da notícia no metaverso, de William Robson Cordeiro e Márcio Santos (Universidade Federal do Maranhão - UFMA). A partir de exemplos de utilização recente com ênfase nos formatos de visualização sintética e, em especial da hiperinfografia, este artigo analisa o potencial de tecnologias emergentes como realidade aumentada e realidade virtual no processo de produção de conteúdo jornalístico. A partir de uma amostra de casos de utilização recente, foi possível identificar um novo conjunto de reconfigurações e possibilidades de aprimoramento das experiências no consumo de notícias, baseado em elementos hipermidiáticos e sistemas baseados nos conceitos de imersão e presença.

O terceiro artigo deste eixo, e último a ser apresentado, foi de Raquel Ritter Longhi. Intitulado *Jornalismo imersivo, jornalismo experiencial e Metaverso. Um olhar para o devir do ciberjornalismo*, a autora concentra-se no hype do momento, o metaverso, para pensar o futuro do ciberjornalismo. Embora seja objeto de pesquisa em várias áreas e já há alguns anos, ainda são poucas as investigações sobre metaverso e jornalismo. Este espaço, fluido e imersivo, é mais um ambiente a ser explorado pelo jornalismo, A autora reflete sobre o potencial do metaverso para o devir do jornalismo a partir de levantamento bibliográfico sobre a definição de metaverso, imersão e experiência, para, num segundo momento, discorrer sobre o devir do ciberjornalismo, evocando o jornalismo imersivo e o jornalismo experiencial. Como resultados, o trabalho busca alcançar uma compreensão mais ampla dos mundos virtuais como o metaverso, considerando deveres do jornalismo imersivo e do jornalismo experiencial nesse ambiente.

### Considerações finais

Reunir novamente e, agora, presencialmente pesquisadores oriundos de Norte a Sul do Brasil a partir de investigações acadêmicas com miradas distintas para o Ciberjornalismo enriquece as discussões, as reflexões e, por conseguinte, a atuação da Rede JorTec como rede de caráter aberto e colaborativo que cresce ano após ano. Logo, pela quantidade de trabalhos, pesquisadores e instituições (públicas e privadas), as três comunicações coordenadas da JorTec conseguiram apresentar uma fotografia contemporânea da pesquisa em Jornalismo e Tecnologia no Brasil. Imperativo se faz destacar a recorrência e "habitus" dos pesquisadores da Rede JorTec na sua inserção, como ponto de encontro e centro de relacionamento, convivência, e ainda como matriz para intercâmbios de projetos de pesquisa nos congressos da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) ao longo dos 20 anos de existência da entidade. A Rede de Pesquisa Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec) foi formalizada no 6º Encontro da SPBJor, em 2008. Atualmente tem mais de 30 pesquisadores das diversas instituições, entre elas, UFRGS, UnB, UFF, UFMG, PUC/Campinas, UMESP, UNSCS, UEPB, UFSJ, UFES, UFPR, UFU, UFMS, UFS, Unipampa, UFRR, UFMA, UFSC, UFPA, Unama, Unemat, PUC/RS e Mackenzie. A Rede JorTec tem ainda a participação de colaboradores estrangeiros como João Canavilhas (UBI - Portugal), John Pavlik (Rutgers University - EUA), Jesús Flores Vivar (UCM - Espanha). A Rede JorTec tem como finalidade a produção de pesquisa aplicada visando à experimentação e criação de inovações tecnológicas digitais nos processos de captação, produção, empacotamento, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos nas convergentes plataformas comunicacionais.

A Rede de Pesquisa Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec), em 2023, também organizou a segunda edição da disciplina em rede Estudos e Tendências em Cibercultura com a participação dos programas de Pós-Graduação em Comunicação e/ou Jornalismo da UFPR com a participação dos professores Rodrigo Botelho e Claudia Quadros, da UFMS com o professor Gerson Luiz Martins, da UFSC com as professoras Raquel Longhi e Rita Paulino, da UFPA com a professora Elaide Martins e da UnB com o professor Zanei Barcellos e ainda adesão e participação dos professores convidados da UFRGS - Marcelo Trasel, Unipampa - Alciane Baccin, UFF - Adriana Barsotti, UFMA - Marcio Carneiro e da Unesp, campus de Bauru - Denis Porto Renó e ainda com os professores convidados estrangeiros John Pavlik - Universidade de Rutgers - EUA e João Canavilhas da Universidade da Beira Interior (UBI), Portugal.

### Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives, v.31, n.2, 2017.

COZZA, M. et al. Covid-19 as a breakdown in the texture of social practices. Gender Work Organ, 2021. v. 28.

TANDOC Jr., E; LIM, Z; LING, R. Defining "Fake News", Digital Journalism, v. 6, n. 2, 2018. WARDLE, C. Fake news. It's complicated. First Draft, 16 fev. 2017. Disponível em: https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-dof773766c79. Acesso: 8 fev. 2018.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Estrasburgo: Conselho Europeu, 2017.



