

**A observação-experiência etnográfica como categoria epistemológica
que enriquece a prática jornalística**

Alex Sander Alcântara¹
ECA/USP

Palavras-chave: Jornalismo; Reportagem; Observação-Experiência; Antropologia; Etnografia

RESUMO EXPANDIDO

Esta pesquisa aponta as confluências entre o trabalho do repórter e do antropólogo, tendo como parâmetro o esforço de compreensão cultural dos fenômenos sociais fomentado pelos estudos antropológicos. A tese parte do diagnóstico de que ainda predominam na produção jornalística contemporânea reducionismos na forma como os jornalistas operam os significados da *cultura*².

Além da abordagem dos fenômenos culturais, uma segunda categoria de análise são as fontes. O estudo analisa as diferenças de relações que a antropologia estabeleceu com seus interlocutores e tenta apontar caminhos de captação de informações das fontes (sujeitos) na atividade jornalística, a partir de práticas de observação-experiência etnográfica para além do registro da fala. Parto da hipótese de que o trabalho de reportagem pode contribuir para a *construção social dos sentidos*³, noção que encontra terreno fértil e com amplas possibilidades de (re)significados a partir das práticas antropológicas.

Chamo de observação-experiência ao conjunto de procedimentos metodológico-etnográficos desenvolvidos na Antropologia, principalmente a Urbana, ao estabelecer estratégias de observação a partir das perspectivas *De dentro e de fora, De perto e de*

¹ Doutorando pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Membro do Núcleo de Antropologia Urbana (NAU) da USP

² Recorro à noção definida pelo antropólogo Néstor García Canclini, segundo a qual o termo diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido (CANCLINI, 1983).

³ Chamo de construção social de sentidos ao tipo de conhecimento produzido pelo jornalismo, que não é necessariamente o científico, mas que se caracteriza como uma forma social de conhecimento singular (GENRO FILHO, 1988; MEDITSCH, 1992).

*dentro*⁴ e *De passagem*. O método pode ser empregado no espaço geográfico ou virtual.

Utilizo as noções esboçadas por Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro (1973) para caracterizar a reportagem. No conjunto, a reportagem pode revelar (1) o contexto social; que situa a problemática do assunto no tempo e espaço social, (2) a captação de vozes especializadas, com diagnósticos e prognósticos de pesquisadores, (3) a busca das raízes histórico-culturais dos fenômenos analisados, e, por fim, (4) as nuances que emergem do protagonismo anônimo. Insiro a prática da *observação-experiência etnográfica* como uma quinta categoria que poderia enriquecer a atividade jornalística.

A relação com as fontes jornalísticas envolve estratégias de *aproximação* e *afastamento*, algo pouco salientado nos cursos de jornalismo. Ir ao encontro do outro envolve planejamento pré-campo, que no caso do jornalismo seria *a pauta*. Esse planejamento nunca é um modelo fixo a depender das circunstâncias.

O grande equívoco é achar que etnografia é excesso de detalhes, isto é, *descriptivismo*. Etnografia consiste em estabelecer eixos de observação: não é a obsessão pelos detalhes que caracteriza a etnografia, mas a atenção que se lhes dá. Em algum momento, os fragmentos podem arranjar-se num todo que oferece a pista para um novo entendimento, como bem sintetizou o antropólogo e pesquisador, José Guilherme Magnani, fundador e coordenador do Núcleo de Antropologia Urbana (NAU) da USP.

O método etnográfico, segundo Magnani (2002), não se confunde nem se reduz a uma técnica, podendo usar ou servir-se de várias técnicas, conforme as circunstâncias de cada pesquisa: é antes um modo de *acercamento* e *apreensão* que um conjunto de procedimentos prefixados.

É simplista o argumento do tempo de execução para o trabalho de observação do jornalista em comparação ao tempo do antropólogo. A antropologia desenvolveu *métodos de observação* (De perto de longe, De perto e De dentro, De passagem) que podem se adaptar a qualquer circunstância de tempo relacionada ao trabalho em campo.

⁴ A categoria de “De perto e de Dentro” foi desenvolvida em tese de doutorado pelo antropólogo e professor do Departamento de Antropologia da USP, José Guilherme Magnani, cuja referência pode ser conferida na bibliografia deste resumo.

O jornalismo está preso ao ciclo do tempo *cronológico ou cronométrico* para produção e edição de seu material. Há uma pluralidade de ‘tempos’ envolvida em qualquer processo da ação humana. Num trabalho de produção simbólica, essa categoria é múltipla: há o tempo histórico, o individual, o psicológico, o intersubjetivo, o da memória, o físico, etc.

Além dos nexos teóricos entre as duas áreas, a metodologia consiste em citar exemplos de reportagens nos principais veículos do País em que os métodos de observação foram empregados. Além disso, o trabalho contemplará três reportagens⁵ sobre o cotidiano do metrô em São Paulo com as três modalidades de observação aqui citadas (De perto e de longe; de Dentro e de perto e de passagem). O objetivo é mostrar que não há limitações de tempo para empregar a metodologia defendida nesta pesquisa.

O trabalho do jornalista não consiste apenas em anotar, gravar, fotografar e coletar informações, mas em decidir quais são os fatos significativos para articulá-los. De que forma é possível atingir um grau satisfatório de compreensão dos fenômenos sociais no jornalismo? Existem alguns caminhos – e o conhecimento antropológico pode ser um deles.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo, Brasiliense, 1983, p. 29.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: por uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Editora Tchê, 1988.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **De Perto e de Dentro**: notas para uma etnografia urbana. Rev. bras. Ciências Sociais. vol.17 no.49 São Paulo June 2002.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente: jornalismo interpretativo**. São Paulo: Edição dos Autores, 1973

⁵ O trabalho de campo sofreu mudanças na temática devido à pandemia de Covid. No projeto original, o assunto a ser abordado focava nos idosos que moram em asilos em São Paulo. Agora consistirá em observar, por seis meses, o cotidiano do metrô em São Paulo. A fase atual é de coleta de dados, entrevistas e práticas de observação em diferentes estações do metrô na capital paulista, começando pela Sé.

14^o inter programas

cásper pesquisa

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis, Editoria da UFSC, 1996

14^o inter programas

cásper pesquisa

A proximidade e os novos formatos jornalísticos no Tik Tok

Alexandra Fante¹

Faculdade Casper Líbero

Palavras-chave: Jornalismo móvel; Jornalismo contemporâneo; Jornalismo de proximidade; Redes sociais; Tik Tok.

RESUMO EXPANDIDO

Os dispositivos móveis passaram a configurar um relevante meio de comunicação individual e coletivo. A proximidade física com esses aparelhos faz com que os sujeitos possam ser acessados imediatamente por mensagens de texto, vídeo ou voz. Ao mesmo tempo, as mídias os alertam a todo instante, com as *pushed news* (DE LUNA; FANTE, 2017), trazendo pílulas informativas e entregando conteúdo informativo.

Os dispositivos móveis, geralmente de uso individual, trazem sobre si um perfil identitário de quem os usa, seja pelas preferências de design, os acessos salvos, a dispensa do uso de senhas para o ingresso nas redes sociais ou até mesmo por biometria. Neste cenário é possível perceber dois tipos de proximidade: a física, com o *smartphone* e ainda, a informacional, com o recebimento de notícias.

Com os dispositivos móveis é possível acessar o conteúdo jornalístico pelo site da empresa de comunicação e também por aplicativos (que será nominado de *app* a partir deste trecho). O site tem a necessidade de ser responsivo, se adaptar à todas as múltiplas telas. Os *apps*, por sua vez, permitem uma interatividade maior, que possibilita a personalização de fonte e cores, o salvamento de editorias e a escolha de palavras-chave para o recebimento de alertas, ou seja, das *pushed news* e, em alguns casos, até mesmo a construção de uma biblioteca particular com os assuntos de interesse (NISHIYAMA, 2017).

¹ Coordenadora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Design Gráfico e Produção Multimídia da Uningá. Pós-doutoranda em Comunicação Social pela Faculdade Casper Líbero. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). E-mail: alexandra-fante@gmail.com

Entretanto, um *app* impõe a necessidade de memória em um dispositivo móvel, o que leva, muitas vezes, o indivíduo a optar por não fazer o *download*. Outro problema é que nem sempre os sites têm caráter responsivo e, assim surgiram os *web apps*, que são sites responsivos e que permitem ao sujeito salvar um atalho, em formato de ícone, no celular. O uso dos *web apps* dispensam a retenção de memória dos dispositivos móveis, mas também só podem ser acessados se houver conexão com a internet. Mas, será que diferentes públicos, com idades distintas, acessam site, *app* ou *web app*, para ter acesso às notícias?

Considerando o Jornalismo mainstream, *off-line*, impresso no papel, pode-se considerar essas mudanças como inovações no Jornalismo, com a criação de novos formatos, e até mesmo o redesenho em como é distribuído e recebido. “No que diz respeito mais especificamente a inovações no jornalismo, os estudos recentes têm associado de maneira consistente e recorrente a inovação à tecnologia” (PALACIOS *et al*, 2015, p. 14). Os autores, citando Felman (2005), afirmam que as inovações são induzidas para propósitos já existentes; para novos propósitos; e pelas *affordances*, “que são as propriedades de interface ou hardware que sugerem sua colocação em uso inovativo” (p. 8). *Affordance* é a capacidade de se entender e reconhecer para quê algo foi projetado, sem a necessidade de uma explicação. Ou seja, a função *touch*, na tela de um *smartphone* é um exemplo. As *affordances* presentes então, no *smartphone*, foram incorporadas às narrativas jornalísticas – na interação com as *pushed news*, e também nas redes sociais, por exemplo.

As redes sociais, então, passam a ocupar um lugar de destaque no Jornalismo. Barbosa (2013) explica essa constante interação presente no jornalismo contemporâneo como *continuum multimídia*. É como se houvesse uma sensação de imersão sem cessar. Chega-se a um ponto que o conteúdo ultrapassa a questão da informação e se confunde com o entretenimento. Percebe-se que as notícias são dadas por posts, que correm pelo *feed* em meio a *selfies*, publicidades, propagandas, merchandising, etc., de todos os contatos que cada sujeito tem na rede social. A informação é dada em meio ao entretenimento.

A observação, específica, ancora-se no Jornalismo publicado no Tik Tok, em formato de vídeo, sendo a exibição de pequenos trechos fiéis a falas ou depoimentos, ou então, em imagens com trilha sonora, ilustração, lettering e a aparição do jornalista, com

14º inter programas

cásper pesquisa

uma postura nada tradicional do que se vê no telejornalismo, por exemplo. A observação foi feita nos perfis da BBC, Le Mond, Folha e Estadão.

Questiona-se se novos formatos e linguagens, como os adotados no Tik Tok são, de fato, Jornalismo e possuem a capacidade de informar?

De cunho exploratório, este estudo objetivou identificar tendências de decisões editoriais e analisar as interações dos conteúdos veiculados, incluindo curtidas, compartilhamentos e comentários, a fim de compreender se há uma tendência de contraste com o formato conhecido no Jornalismo tradicional, alertando para mudanças e tendências.

Conclui-se que o Jornalismo produzido pelo Tik Tok tem como cerne os valores-notícia do jornalismo tradicional, no entanto, permite “licenças” com relação a estrutura de fala, postura do jornalista e até mesmo na edição e sonorização. No entanto, cumpre seu papel de informar.

Referências

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.

DE LUNA, Diógenes D’Arce C., FANTE, Alexandra. O fato jornalístico narrado por meio de notificações: um olhar sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade na produção das pushed news. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo Móvel: Linguagem, géneros e modelos de negócio**. Covilhã: Labcom, 2017.

NISHIYAMA, Alexandra Fante. **Arquiteturas da notícia em dispositivos móveis: análise de aplicativos jornalísticos brasileiros e portugueses para smartphones**. 2017. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo e Universidade da Beira Interior de Portugal, 2017.

PALACIOS, Marcos; BARBOSA, Suzana; SILVA, Fernando F. da; CUNHA, Rodrigo. Jornalismo móvel e inovações induzidas por *affordances* em narrativas para aplicativos em *tablets* e *smartphones*. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Orgs). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2015.

Jornalismo explicativo: um estudo a partir de reportagens do Nexo jornal

Pedro Lopes de Assunção⁶
Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: Jornalismo, Jornalismo explicativo, Análise de conteúdo, Nexo.

RESUMO EXPANDIDO

A noção de jornalismo explicativo pode ser descrita como uma maneira de não expor o fato de forma isolada, mas sim dar forma, contexto e situar os cidadãos nos acontecimentos para estabelecer uma conexão com o todo e entender como aquilo pode ter impacto direto na vida pessoal: “como e por quê”, do que apenas “quem, o quê, quando e onde” (DOCTOR, 2014, np).

Pode-se apontar como características do jornalismo explicativo o didatismo, o linguajar acessível e a forma de impedir que o jornalismo vire um ruído em meio à cacofonia vivida.

o Elemento Explicativo presente em tantos produtos diversos do ofício inclui: uma abordagem técnica, com referência a um repertório conceitual técnico ou o tratamento de temas complexos; uma abordagem didática, com uso de recursos gráficos, narrativos, interativos, analogias e exposições graduais para guiar o leitor ao entendimento; por fim, uma abordagem contextualizante, que trata dos fatos noticiados não apenas com aquilo que lhes é singular, mas dando atenção às conexões com o que é universal e está contido em uma temporalidade ampla (VALLS, 2019, p. 22)

Nesta pesquisa buscou compreender o tema jornalismo explicativo a partir da análise de cinco reportagens dentro do veículo jornalístico Nexo. O Nexo Jornal é um portal de jornalismo totalmente em plataforma digital que possui diferentes braços e editoriais. Para o artigo foi observado a editoria “Explicado”, uma coluna específica com diferentes matérias, lançada mensalmente, sempre com algum tema que esteja em voga no mês específico.

⁶ Pedro Lopes de Assunção é bacharel e licenciado em Ciências Sociais pela Unicamp, especialista em Mídia, Informação e Cultural pela USP e também em Educação e Tecnologias pela UFSCAR. Atualmente é mestrando em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.

14^o inter programas

cáspes pesquisa

Para se fazer essa pesquisa adotou-se o método da análise de conteúdo, proposto por Laurence Bardin (2011), onde se elencam algumas categorias aplicadas ao objeto de análise. Foram coletadas 5 reportagens, as mais recentes publicadas no portal, e aquelas que continham elementos explicativos, como a presença argumentativa da construção textual (inserindo inferências textuais além de dados), presença de hiperlinks com temas que se interliguem ao tema principal, presenças de material imagético (como infográficos, tabelas e imagens) que ilustre o texto e a presença de citações para que o leitor se aprofunde no assunto, além daquilo que a matéria oferece.

Foram utilizadas como referências, principalmente para análise do jornalismo explicativo, os trabalhos de Gabriel Rizzo Hoewell, em “A configuração da informação no contexto da convergência jornalística: uma análise do Nexo” (2018) e “O jornalismo explicativo multiplataforma no jornal Nexo” (2017).

As cinco reportagens apresentam o conteúdo subdividido em cerca de 10 diferentes intertítulos, com foco predominante no texto, mas há também o uso de imagens e principalmente o de infográficos em todas as matérias. Há também o constante uso de hiperlinks com citações que complementam o texto. Ao final de todas as matérias nota-se um padrão de dois tópicos chamados: “na arte” e “vá ainda mais fundo”, onde exemplificam-se por meio de outros textos ou de outras linguagens midiáticas o exposto, caso o leitor queira se aprofundar ainda mais nos assuntos abordados.

A união de elementos como os hiperlinks, o uso constante de imagens, citações, estrutura de tópicos e indicações de outras formas de se buscar a informação apresentada, não parando no próprio texto, se alinha com os debates feitos sobre o jornalismo explicativo.

REFERÊNCIAS:

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**, Grupo Medina, São Paulo, 2011.

DOCTOR, Ken. Jornalismo explicativo ganha força na web. **Observatório de Imprensa**. Edição 810, 05/8/2014. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/grande-pequena-imprensa/_ed810_jornalismo_explicativo_ganha_forca_na_web/ Acesso em 09/06/2021.

HOEWELL, Gabriel Rizzo. **A configuração da informação no contexto da convergência jornalística: uma análise do Nexo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.

14^o inter programas

cásper pesquisa

_____ O jornalismo explicativo multiplataforma no jornal Nexo. In: CIBERJOR8. CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO. Campo Grande (MS). **Anais...** Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS): Campo Grande, MS, 2017.

VALLS, Pedro Bermond et al. **Jornalismo Explicativo**: a trajetória da explicação na prática jornalística e sua presença na contemporaneidade. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/204257>. Acesso em 9 jun 2019.

**Audiências multilaterais e modulação algorítmica: dinâmicas da
produção jornalística em contexto de mídias sociais**

Juliano Galisi⁷

Faculdade Cásper Líbero (FCL)

Palavras-chave: Gatekeeping; Gatewatching; Critérios de noticiabilidade; Mídias sociais; Modulação algorítmica.

RESUMO EXPANDIDO

Desde o advento dos *media* digitais, os estudos em Comunicação debruçam-se sobre novas concepções das velhas categorias teóricas. No presente artigo, tratou-se da tradicional noção de *gatekeeper* (BASTOS; TRAVITZKI; RAIMUNDO, 2012; BRUNS, 2014), atribuição fundamental do jornalista, em um contexto de mídias digitais moduladas, isto é, tomadas por algoritmos que, dentre inúmeras propriedades, articulam também dinâmicas de distribuição noticiosa. A partir de uma pesquisa de campo qualitativa com profissionais de mídia - realizada por meio de questionário digital com perguntas próprias ao cotidiano da produção de notícias em contexto de redes -, procurou-se entender como lida o jornalista com as audiências e mecanismos do Twitter.

A escolha da rede social de *microblogging* deu-se por dois fatores: em primeiro plano, há referências em estudos anteriores definindo-a por suas particularidades afinadas ao apetite jornalístico, entenda-se, a tendência de última hora, o tópico do momento, a pauta da vez (BASTOS, 2012). Tais aspectos são contemplados com relativa precisão no aforismo utilizado como *slogan* do site: *What's happening?* (em tradução livre: O que está acontecendo?). Em um segundo patamar, o episódio motivador da presente pesquisa envolve diretamente a rede social: a demissão pública de Bari Weiss, então colunista do periódico *The New York Times*. O entendimento pleno do repentino pedido de demissão que

⁷ Pesquisador de iniciação científica do Centro Interdisciplinar de Pesquisa – CIP e estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero (FCL). E-mail: juliano.galisi@al.casperlibero.edu.br

tomou o debate político e midiático em julho de 2020, porém, depende de um esclarecimento sucinto dos fatos precedentes e das feições teóricas mais implícitas do ocorrido.

A metodologia do artigo, portanto, define-se em três principais eixos, articulados no texto na seguinte precedência: uma recapitulação histórica do contexto sociopolítico nos Estados Unidos após o assassinato de George Floyd, em 25 de maio de 2020, abrangendo as consequentes dinâmicas midiáticas entre veículos tradicionais e redes sociais e a relação dessas articulações com a demissão de Bari, em 14 de julho; uma revisão e exposição bibliográfica sobre as concepções tradicionais e mais modernas de *gatekeeper*, critérios de noticiabilidade e produção jornalística em contexto digital. Nessa abordagem teórica, trabalhar-se-á também com as noções de modulação algorítmica (SOUZA; AVELINO, 2018; PARISER, 2012) e seus conceitos periféricos; por fim, a divulgação dos resultados de uma pesquisa qualitativa abordando aspectos da seleção e propagação noticiosa em mídias digitais, concebida a partir de um formulário enviado a repórteres e editores de seções de política, esporte e cotidiano de grandes portais noticiosos brasileiros.

Os resultados das múltiplas entrevistas demandam análise posterior à composição de seu conjunto, mas o itinerário teórico traçado nos permite afirmar que as audiências multilaterais, habilitadas e potencializadas por plataformas de mídias sociais pautadas na intercolaboração de seus usuários, aproximam-se do produtor noticioso em um contexto de fragmentação do alcance das mídias. Devidamente modulados conforme os arbítrios dos algoritmos, os conteúdos adequam-se às afinidades dos agentes múltiplos, intensificando, como bem querem os administradores de redes, o engajamento das publicações e, na mesma proporção, tornando mais latente o interesse do usuário em relação ao conteúdo. Numa dinâmica implícita, a notícia – entenda-se, conteúdo jornalístico – acaba por se tornar instrumento subordinado ao ambiente de discussões próprios dos *media* sociais.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Marco Toledo. Public Opinion Revisited: The propagation of opinions in digital networks. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 2012, vol. 4, no 2-3, p. 185-201.

14^o inter programas

cásper pesquisa

BASTOS, Marco Toledo; TRAVITZKI, Rodrigo; RAIMUNDO, Rafael. Gatekeeping em Tempos de Twitter: A Emergência de Trending Topics Políticos no Twitter. In: XXI Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. 2012.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v. 10, n. 2, p. 224-247, 2014.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2012.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; DA SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Ed.). A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais. Hedra, 2018.

PERSUASÃO PUBLICITÁRIA NO CAMPO JORNALÍSTICO: vira- lização do caso Estupro Culposos nas plataformas de redes sociais

Jéssica Alves Bueno ¹

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

Palavras-chave: mídia; persuasão publicitária; jornalismo; cultura do estupro; plataforma de redes sociais.

Como estudante das articulações entre comunicação e consumo, na linha de pesquisa sobre as lógicas de produção e estratégias midiáticas, direciono atenção ao espraio da persuasão publicitária aplicadas em outros campos da comunicação, como o campo jornalístico, reconhecido por sua isenção e imparcialidade na redação durante cobertura de eventos.

Busca-se compreender como a utilização de elementos publicitários persuasivos no contexto jornalístico trouxe visibilidade para a discussão sobre a cultura do estupro² em novembro de 2020, por meio da cobertura midiática realizada pelo veículo The Intercept Brasil³, no caso conhecido como Estupro Culposos que gerou grande comoção pública⁴ nas plataformas de redes sociais. O caso gerou alcançou milhões de usuários na internet, engajou a discussão durante dias nas principais plataformas de rede social e ensejou mobilizações que extrapolaram o ambiente online.

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) da ESPM, São Paulo; Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero. E-mail: alves.jessicaf@gmail.com

² Essa pauta tem sido discutida desde os anos 70, quando o movimento feminista começou a questionar comportamentos que naturalizavam a prática sexual sem o consentimento das mulheres, conhecido como estupro. Atualmente, essa discussão tem se intensificado na sociedade, engajando as pessoas a se manifestarem sobre o tema nas redes sociais online com o objetivo de influenciar a cultura vigente, não aceitando o assédio sexual, a objetificação da mulher e relativização da violência contra a mulher.

³ “Uma premiada agência de notícias dedicada à responsabilização dos poderosos por meio de um jornalismo destemido e combativo. Suas investigações aprofundadas e suas análises implacáveis se concentram em política, corrupção, meio ambiente, segurança pública, tecnologia, mídia e muito mais. O Intercept dá aos seus jornalistas a liberdade editorial e o suporte legal de que precisam para expor a corrupção e a injustiça onde quer que as encontrem.” (THE INTERCEPT BRASIL, 2016).

⁴ Para este conteúdo é de interesse abordar a comoção pública no sentido dos acontecimentos midiáticos, e sobre o seu papel na influência da sensibilização pública e no entorpecimento dos leitores

Para isso, realiza-se o estudo do caso sobre “Estupro Culposo” como método de pesquisa, aprofundando o conhecimento sobre elementos na composição da matéria responsável pela repercussão do caso, dando ênfase a análise sobre a criação e veiculação da expressão “Estupro Culposo”, não proferida pelo juiz, nem mesmo mencionada nos autos do processo. Além disso, observou-se as características das três primeiras publicações do The Intercept Brasil divulgando a matéria nas plataformas de mídias sociais digitais.

Entende-se que autores como Muniz Sodré (com a teoria de Bios Midiático, que reconhece a relevância da mídia no modo de vida atual), Vladimir Safatle (ao articular sobre vínculos, emoções e convocação em sua obra O Circuito dos Afetos), Humberto Eco (com sua contribuição no conceito de autor e leitor modelo) e Clotilde Perez (com a abordagem sobre a importância dos signos na publicidade), servem de base para a discussão apresentada na pesquisa.

Considera-se ainda para a análise alguns fatores no cenário atual: a-) a lógica do consumo aplicada no mercado atual; b-) a grande concorrência e a busca por audiência nas plataformas de redes sociais em que os agentes (empresas, influenciadores digitais, celebridades, veículos de mídias, entre outros) disputam a atenção do público; c-) e o chamado “conteúdo relevante” e a espetacularização como forma de chamar e reter a atenção do público nas plataformas digitais; d-) o aumento da demanda por discussões de temas sociais que polarizam opiniões, como o racismo, igualdade de gênero, violência contra a mulher e, neste caso, a Cultura do Estupro.

Conclui-se que o veículo mencionado ao ter criado uma expressão não presente nos autos do processo e não mencionada durante o julgamento, dando a entender que de fato a expressão seria a sentença proferida pela justiça brasileira, utilizou-se de elementos presentes no discurso persuasivo muito característico das campanhas publicitárias. O que chocou os leitores, levando à comoção pública, já que conceberam que a justiça brasileira teria de fato anunciado a tese inédita de estupro culposo. Já que, apesar do veículo midiático ter utilizado um recurso jornalístico para simplificar e explicar a complexa sentença para o público leigo em termos jurídicos, o uso da expressão “Estupro Culposo” poderia se assemelhar e comparar ao uso do slogan⁵ em uma campanha publicitária.

⁵ Slogan pode ser entendido como expressão ou frase de fácil memorização, utilizada para gerar identificação e construída para fixar-se na mente do consumidor.

14º inter programas

cásper pesquisa

A utilização de elementos persuasivos publicitários na matéria e na sua divulgação por parte do veículo permitiu a discussão sobre o tema cultura do estupro, que normaliza e relativizam os comportamentos relacionados a prática sexual sem o consentimento das mulheres, tema extremamente sensível e altamente relevante no cenário brasileiro, já que pesquisas apontam que a cada onze minutos uma mulher é estuprada no país⁶.

REFERÊNCIAS

THE INTERCEPT BRASIL. Sobre e contatos. Disponível em: <https://theintercept.com/brasil/staff/>. Acesso em 8 ago 2021.

ALVES, Shirlei. **Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com sentença inédita de “estupro culposo” e advogado humilhando jovem**. The Intercept Brasil, 2020. Disponível em: <<https://theintercept.com/2020/11/03/influencer-mariana-ferrer-estupro-culposo/>> Acesso em 08 de agosto de 2021.

ECO, Umberto. **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

PEREZ, Clotilde. **Signos da Marca: Expressividade e Sensorialidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**. São Paulo: CosacNaify, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

⁶ Pesquisa realizada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), dados divulgados em 2015.

A contribuição do The Intercept Brasil na opinião pública a partir da cunhagem do termo ‘estupro culposo’ no caso Mari Ferrer

Camila Alexandrino de França¹

Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: Caso Mari Ferrer; Estupro; Esfera Pública na Internet; Mídia Independente; Revitimização da mulher;

RESUMO EXPANDIDO

Essa pesquisa científica tem como objetivo abordar o problema: “Como o The Intercept Brasil motivou a discussão pública sobre o termo ‘estupro culposo’ no caso Mari Ferrer e a prática de revitimização de mulheres que sofrem estupro?”, considerando principalmente a mobilização pública criada nas redes sociais em torno do caso e da situação em que a vítima é exposta na audiência.

O objetivo principal desse estudo é analisar a repercussão do caso de estupro da jovem Mari Ferrer nas redes sociais após a publicação no veículo independente, além de examinar como as pessoas se manifestaram nas redes sociais depois da divulgação da matéria em questão; refletir com um olhar panorâmico, como a mulher é revitimizada ao denunciar um estupro e analisar o impacto da divulgação desse caso para a criação da “Lei Mari Ferrer”, que pune pessoas que revitimizam as denunciadas.

Para tal pesquisa, a metodologia utilizada é de abordagem qualitativa, com pesquisa exploratória, entrevista semiestruturada com a jornalista Schirlei Alves, que cunhou o termo ‘estupro culposo’ e colocou o caso em ampla divulgação pública, além da análise de conteúdo dos comentários no Twitter. Foram coletados 100 comentários, a partir das hashtags #justiçapormariferrer, #estuproculposonãooexiste, #mariferrer #estuproculposo, #mariferrermentiu e termos como ‘Mari Ferrer’, ‘Mari Ferrer Intercept’.

¹ Psicóloga pela Universidade Anhanguera (UNIAN). Estudante de Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (FCL). E-mail: alexandrinocami@gmail.com

14^o inter programas

cásper pesquisa

Os principais referenciais teóricos utilizados são Brownmiller (1975), Gandour (2020), Rousseau (2011) Lippman (2017), Ferreira (1995) Campos (2021) e Tesseroli (2021).

O resultado parcial desta pesquisa é de que uma grande parcela dos comentários colhidos durante a pesquisa são favoráveis a Mari Ferrer, e que o jornal The Intercept foi considerado sensacionalista em divulgar o vídeo e cunhar um termo que inexistia nos autos do processo do caso.

REFERÊNCIAS

BROWNMILLER, Suzan. **Against our will: men, women and rape**. New York: Fawcett Columbine, 1975.

CAMPOS, C. H. D; MACHADO, Lia Zanotta; SILVA, J. K. N. E. A. D. R. Cultura do estupro ou cultura antiestupro?. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 1-26, set./2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/FCxmMqMmws3rnnLTJFP9xzR/?lang=pt>. Acesso em: 19 mai. 2021.

FERREIRA, Fernanda Vasques. **Raízes históricas do conceito de opinião pública**. *Opinião Pública*, Campinas, v.3, n.3, p.171-185, 1995.

GANDOUR, Ricardo. **Jornalismo em retração, poder em expansão: a segunda morte da opinião pública**. São Paulo: Summus, 2020.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2017.

ROUSSEAU, Jean-Jaques. **Do contrato social ou princípios do direito político**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

TESSEROLI, Ricardo Germano; PIMENTEL, Pedro Chapaval. No que você está pensando? apontamentos sobre opinião pública nas redes sociais digitais. **Organicom**, Paraná, v. 17, n. 33, p. 1-13, mai./2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170172>. Acesso em: 26 jun. 2021.

Jornal Nós, Mulheres da Periferia: textualidades em disputa

Bárbara Lima⁸;

Universidade Federal de Minas Gerais

Palavras-chave: jornalismo; narrativas; feminismo; temporalidade.

RESUMO EXPANDIDO

A partir do jornal e coletivo *Nós, Mulheres da Periferia* e os seus diferentes meios de circulação nas redes sociais, a proposta da pesquisa que está em andamento é investigar a percepção de uma virada epistemológica e decolonial de um jornalismo desvinculado de um sistema único de produção que, muitas vezes, segue uma lógica temporal reducionista, colonizadora e moderna. As textualidades do jornal se permitem refletir a partir de um coletivo de mulheres que vivem e ocupam distintas periferias de São Paulo. Dessa forma, o cotidiano é retratado a partir de uma escrita em primeira pessoa, localizada e corporificada.

Outras propostas de jornalismo já vêm sendo construídas por diversas pensadoras e pensadores. Ecoamos aqui Fabiana Moraes (2019) e Cláudia Lago (2010), ambas que pesquisam sobre maneiras de descolonizar o jornalismo e suas narrativas que não se abrem para fora de um binarismo, e que internalizam um sistema de crenças que a modernidade impõe (JÁCOME, 2020).

Dessa forma, a temporalidade permeia e atravessa todas as linhas da nossa pesquisa. Entendemos a temporalidade como espaço habitável, e que não se constrói linearmente. Partindo de autores que criticam o projeto de modernidade e a sua colonialidade do poder e do ser, e seus atos que *encobrem* as diferenças, reduzindo-as a um único projeto eurocêntrico, a partir do marcador da raça (QUIJANO, 2005; SEGATO, 2007; DUSSEL, 2005; MIGNOLO, 2007), nos perguntamos: Como, a partir do coletivo *Nós, Mulheres da Periferia*, com experiências heterogêneas do que é ser mulher, negra e periférica no contexto latinoamericano, é possível pensar aspectos de descolonização e dar-se a ver outras possibilidades de circulação de jornalismo? Como a temporalidade se torna uma perspectiva profícua para apreender as textualidades do jornal?

⁸ Mestranda em Comunicação Social pela UFMG. E-mail: barbaralimam55@gmail.com

14^o inter programas

cásper pesquisa

Para compreender essas temporalidades emaranhadas presentes no contexto do jornal, acreditamos que Silvia Rivera Cusicanqui (2018) e a *epistemologia “ch’ixi”*, como também Gloria Anzaldúa (1987), ao criar o conceito *news Mestiza*, iluminam o que compreendemos como o encontro de temporalidades que fazem emergir um passado que não foi totalmente digerido. É, portanto, proposto pelas pesquisadoras o reconhecimento da fissura colonial como habitável e de repensar a ideia de “fronteira”, como forma de ocupar territórios pela ambiguidade que se transformam em potência criativa. Outras pesquisas como de Rita Segato e sua proposta da binaridade como projeto da modernidade também se fazem presentes. Acreditamos que essa tentativa de uma virada epistemológica propõe uma transformação no jornalismo e na sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

ANZALDUA, Gloria. **Borderlands: the new mestiza = La frontera**. San Francisco : Aunt. Lute, 1987.

DUSSEL, E. “Europa, modernidade e eurocentrismo”. In: LANDER, E. (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais*. Buenos Aires: CLACSO, 2005.

JÁCOME, Phellipy. *A Constituição Moderna do Jornalismo no Brasil*. Editora Appris, 2020.

LAGO, Cláudia. **Ensinos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no Jornalismo**. In: SBPJor, 2010, p. 164-178;

MIGNOLO, Walter. **La idea de América Latina: la herida colonial y la opción decolonial**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2007;

MORAES, Fabiana; VEIGA DA SILVA, Marcia. **A OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA TEM RAÇA E TEM GÊNERO: a subjetividade como estratégia descolonizadora**. Compós, 2019;

QUIJANO, Aníbal - **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005;

RIVERA CUSICANQUI, Silvia. *Un mundo ch’xi es posible. Ensayos desde un presente en crisis*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2018;

SEGATO, Rita. **La Nación y sus Otros: raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de Políticas de la Identidad**. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2007.

Como a Mulher é representada nas Revistas de Negócios

Juliana Aline Fungaro Ribeiro¹

Tarcyanie Cajueiro dos Santos²

Universidade de Sorocaba (UNISO)

Palavras-chave: Comunicação e Cultura. Mídia e prática Socioculturais. Representação e Gênero Feminino. Trabalho. Revistas.

RESUMO EXPANDIDO

A temática abordada compõe o projeto de Mestrado apresentado ao programa de Pós-Graduação da Universidade de Sorocaba (UNISO). Este projeto faz parte do tema proposto para a dissertação de Mestrado: “Representação da Mulher nas Revistas de Negócios” e objetiva fazer um levantamento bibliográfico, ainda em estado inicial, sobre o assunto com a finalidade de conhecer como o campo da comunicação vem se debruçando sobre a relação entre o gênero feminino e o mundo dos negócios por meio do modo pelo qual a representação da mulher vem sendo construída pelas revistas voltadas aos negócios. Sobre campo da Comunicação, adotamos a sua denominação “tal como se encontra acordado na academia brasileira, isto é, com fronteiras fluidas onde há tanto a vigência de uma centralidade na mídia quanto um olhar mais alargado que abrange processos interacionais variados” (ESCOSTEGUY, 2020, p.103).

Nesse sentido, buscamos entender como o campo investiga o fenômeno especialmente, por meio do referencial teórico adotado e dos objetivos das pesquisas desen-

¹ Mestranda do programa de Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (UNISO), graduada em Automação em Escritório e Secretariado com ênfase em Comex, pós-graduada em Gestão em Comércio Exterior e Negócios Internacionais, professora universitária na Cruzeiro do Sul (CEUNSP) a 9 anos. E-mail: juliana.fungaro@gmail.com.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: Tarcyaneecs@gmail.com

volvidas. Trata-se de um estudo ainda de caráter exploratório, buscando entender sobre as relações entre a Comunicação e questões de gênero, a partir da perspectiva das representações da mulher na mídia. Nessa perspectiva, gênero apresenta-se, como defende Piscitelli (2001), como um avanço em relação às possibilidades analíticas oferecidas pela categoria mulher, evitando um olhar essencialista sobre o tema. Assim, se em um primeiro momento os estudos usavam a categoria mulher, a partir da década de 1990, o termo gênero assume o lugar e aos poucos passa a predominar nos debates e estudos na área de comunicação (ESCOSTEGUY, 2020). O enfoque deste projeto parte, portanto, desse outro viés que se dá a partir da emergência dos estudos de gênero na área da comunicação, especialmente a partir dos anos 2000. Através dos conceitos de cultura, gênero, representação e identidade de Stuart Hall, Judith Butler e Buitoni, considerados os principais autores deste trabalho, busca-se analisar as representações da mulher encontradas nas revistas de negócios.

A premissa desta pesquisa foi a de investigar como o campo da comunicação vem se debruçando sobre a relação entre gênero feminino e trabalho por meio do modo pelo qual a representação da mulher é construída pelas revistas voltadas aos negócios. Para se atingir tal objetivo, foi feito o levantamento no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, em pesquisas realizadas entre os meses de abril a julho de 2021. Os sete trabalhos analisados foram escritos por mulheres e usaram, em sua grande maioria, estudos de gênero e estudos culturais, especialmente com Stuart Hall (2014), Woodward, Butler (2003) e Buitoni (1981). Também Foucault foi um autor trabalhado. Buitoni (1981) aparece como a grande referência nacional no que tange o seu pioneirismo na área de comunicação sobre o como a mulher tem sido representada em revistas brasileiras. Hall e Woodward oferecem suporte conceitual para se trabalhar, a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, a noção de representação e Butler, enquanto uma teórica feminista tem sido bastante usada na área para se pensar a categoria gênero. Por outro lado, não encontramos no período de 2018 a 2021 nenhuma dissertação sobre a representação da mulher nas revistas de negócios, em referência a mulher executiva em cargos de destaque área de conhecimento em Comunicação.

REFERÊNCIAS

BUITONI, D. Hele H. S.. **Mulher de Papel**: a representação da mulher na imprensa brasileira. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

BUTLER, J. **Problemas de Gênero**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2003.

ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e Gênero no Brasil**: discutindo a relação. Revista ECO-Pós, 23(3), 103–138, 2020. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27643>

HALL, S. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 103-133

PISCITELLI, A. **Recriando a (categoria) mulher?**. In: ALGRANTI, L. (org.). *A prática feminista e o conceito de gênero*. Textos Didáticos, nº 48. Campinas, IFCH- Unicamp, 2001, p. 7-42. Disponível em: <http://www.pagu.unicamp.br/sites/www.pagu.unicamp.br/files/Adriana01.pdf> Acesso em 20 jul. 2019.

WOODWARD, K.. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. 14^a ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.

**COMO O MACHISMO SE MANIFESTA NAS REDAÇÕES ESPORTIVAS
FUTEBOLÍSTICAS**

Izabella Giannola Abrahão
Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: Jornalismo esportivo, machismo, mulher, gênero, futebol

RESUMO EXPANDIDO

A pesquisa buscou abordar a manifestação do machismo no meio das redações esportivas ao tratar sobre o futebol. Visando estudar como a situação encontra-se atualmente dentro das redações esportivas na internet, televisão e rádio, além de estudar a relação das jornalistas com as fontes e com o público consumidor de jornalismo esportivo e de notícias do meio.

Para tanto foi abordada uma abordagem qualitativa, por meio de entrevistas semiestruturadas com jornalistas que atuam em diferentes veículos de comunicação e com diferentes experiências na cobertura do futebol.

Como principais referências teóricas serão utilizados os conceitos de Bourdieu (2002), Helena Hirata (2002) e Márcia Veiga Silva (2010), buscando associar seus conceitos à questão de pesquisa.

A pesquisa é dividida em tópicos, são eles: jornalismo esportivo e a mulher em dados, jornalismo esportivo e sua origem, a divisão sexual do trabalho no jornalismo esportivo e por fim, os procedimentos metodológicos e seus resultados.

A primeira abordagem, sobre o jornalismo esportivo e a manifestação da mulher em dados, buscou analisar o tema com base em pesquisas e dados já coletados, buscando fazer uma análise quantitativa vista de um contexto mais geral. Para isso, foram usados artigos e pesquisas como International Sports Press Survey (ISPS), feito na German Sport University Cologne (HORKY; NIELAND, 2013), Perfil do jornalista brasileiro 2018, elaborado pela APEX (2018), uma pesquisa do Monitoramento Global de Mídia e um levantamento feito pelo UOL Esporte (INTRUSAS..., 2019) como fontes. A pergunta que orientou a pesquisa foi “Como o machismo se manifesta nas redações esportivas futebolísticas?”. Na análise observamos a discrepância quantitativa da mulher no ambiente dominado por jornalistas homens.

O segundo ponto, sobre jornalismo esportivo e sua origem, buscou levantar como o jornalismo esportivo surgiu no Brasil, com base em autores como Paulo Vinícius Coelho

(2002), Maurício José Stycer (2008) e André Mendes Capraro (2021). Assim, foi possível verificar que, desde os primórdios, o jornalismo esportivo foi guiado por figuras majoritariamente masculinas.

O tópico referente à divisão sexual do trabalho do jornalismo esportivo utilizou teorias de pesquisadores como Bourdieu (2002), ao estudar o *habitus* e o campo, com uma abordagem de como o campo do jornalismo esportivo se manifesta, trazendo junto a isso, o conceito de luta dos agentes dominantes e dominados. Além de Bourdieu, foi analisado e feito um paralelo com a pesquisa de Márcia Veiga Silva, associando como os modos de produção de notícias são orientados conforme o gênero. Hirata aborda como a divisão sexual do trabalho se manifesta, sendo possível traçar um paralelo com o jornalismo esportivo.

Quanto aos procedimentos metodológicos e suas análises, foram realizadas seis entrevistas semiestruturadas com jornalistas esportivas, da faixa de 19 a 31 anos, que trabalham atualmente no segmento jornalístico esportivo na televisão, rádio e portais online. Com base nas entrevistas pudemos verificar a situação atual da jornalista esportiva quando se trata do seu relacionamento com as redações, isto é, com seus colegas de trabalho, como também o relacionamento com fontes (como assessores, jogadores e associados ao futebol) e, por fim, quanto ao público que as acompanha. As suas identidades foram mantidas em sigilo.

Como conclusão, foi possível observar a presença constante do machismo no ambiente de trabalho das jornalistas esportivas em todos os veículos abordados (rádio, televisão e portal online). Foram constatados nos relatos que, em quase todos os casos, houve manifestações explícitas de machismo principalmente no relacionamento com as fontes e nas manifestações do público, porém, é possível perceber que todas as entrevistadas estão conscientes das situações as quais foram submetidas dentro de seu espaço de trabalho, mas com uma visão positiva e de evolução para o futuro.

REFERÊNCIAS

APEX **Conteúdo Estratégico: Perfil do jornalista brasileiro** 2018. APEX Conteúdo Estratégico, [s. l.], 2018. Disponível em: <https://apexconteudo.com.br/o-perfil-do-jornalista-brasileiro-em-2018/>. Acesso em: 1 mar. 2021.

BOURDIEU, P. **Campo de poder, campo intelectual**: itinerario de un concepto. Editorial Montessor, 2002.

CAPRARO, A. M. **Mario Filho e a "Invenção" do Jornalismo Esportivo Profissional**.. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/15154>. Acesso em: 11 ago. 2021.

COELHO, P. V.. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. Editora Contexto, 2002.

14^o inter programas

cásper pesquisa

FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas: **Espaço da mulher no jornalismo esportivo. Federação Nacional dos Jornalistas**, [s. l.], 2013. Disponível em: <https://fenaj.org.br/pesquisa-constata-que-maioria-dos-jornalistas-e-mulher-e-ganha-ate-cinco-salarios-minimos-2/>. Acesso em: 11 ago. 2021.

HIRATA, H. **Novas Configurações da Divisão Sexual do Trabalho** (Dissertação) - Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS): Paris, França, 2002.

HORKY, T.; NIELAND, J-U. **International Sports Press Survey 2011- Results and Outlook**. Out. 2013. Disponível em: https://www.playthegame.org/fileadmin/image/PtG2013/Presentations/30_October_Wednesday/Horky-Nieland_PTG_2013_11.30.pdf. Acesso em 6 jun. 2021.

INTRUSAS no gramado: Como o ambiente machista ataca mulheres que trabalham com esporte. **UOL Esporte**, p. 1, 2019. Disponível em: <https://apexconteudo.com.br/o-perfil-do-jornalista-brasileiro-em-2018/>. Acesso em: 11 ago. 2021.

STYCER, M. J. Líbero, Mazzoni e a criação da Gazeta Esportiva. *In*: 1º ENCONTRO DA ALESDE: "ESPORTE NA AMÉRICA LATINA: ATUALIDADE E PERSPECTIVAS", I. 2008, UFPR, Paraná, 2008. **Anais...** Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2008. Disponível em: <http://www.alesde.ufpr.br/encontro/trabalhos/79.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2021.

SILVA, M.V.. Márcia. **Masculino, o gênero do jornalismo : um estudo sobre os modos de produção das notícias**. Rio Grande do Sul, 2010. 250 p. Dissertação (Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação.) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/25629>. Acesso em: 1 mai. 2021.

Um panorama da credibilidade jornalística a partir do avanço da desinformação e das fake news

Boris Bellini¹

Marli dos Santos²

Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: jornalismo contemporâneo; credibilidade; desinformação; fake news; revistas científicas.

RESUMO EXPANDIDO

Três estratégias eleitoreiras de Donald Trump se tornaram comuns entre parte da classe política: propagação de desinformação, ataques à imprensa e o uso de redes sociais. Diante disso, procuramos investigar como o cenário da desinformação interfere na credibilidade jornalística na grande mídia brasileira.

Foi realizada pesquisa bibliográfica em busca de artigos voltados à credibilidade, à desinformação e às fake news em revistas científicas A2 e B1, por meio de palavras-chave nos sites das publicações, entre 2017 e 2019. Após leituras completas dos textos, encontramos seis artigos que se enquadraram nos critérios. Os referenciais teóricos utilizados são Sodré e Paiva (2011), Karan e Christofolletti (2011), Lisboa e Benetti (2015) e Kakutani (2018).

Como objetivos secundários, procuramos argumentos favoráveis ao jornalismo usados pelos autores e discutimos o cenário de desinformação como um fenômeno que interfere na credibilidade jornalística.

Analisamos os seguintes artigos: “Credibilidade do jornalismo: uma nova abordagem” (LISBOA & BENETTI, 2017); “Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística” (ROXO & MELO, 2018); ““Fake news”, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística”

¹ Pesquisador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) e graduando no curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. Email: borisbellini@hotmail.com.

² Jornalista, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, Docente do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu da Faculdade Cásper Líbero. Email: msantos@casperlibero.edu.br

(SOUZA, 2019); “Cascatas de *Fake News* Políticas: um estudo de caso no Twitter” (RECUERO & GRUZD, 2019); “Credibilidade e desintermediação da notícia para o público jovem” (MENDES & AMARAL, 2019); “Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições 2018” (RECUERO, 2019). Após a coleta e a seleção dos trabalhos, procedeu-se a análise de conteúdo (BARDIN, 2011), a partir de categorias de análise definidas a priori e a posteriori.

A abordagem adotada nos possibilitou discutir sobre o tema proposto, mas com limitações. Entendemos que é preciso ampliar as reflexões sobre a credibilidade no jornalismo. Encontramos também que a sociedade passa por um momento de descrédito das narrativas oficiais e das formas de conhecimento, cenário potencializado pela internet. Houve ainda um esvaziamento do pacto de credibilidade entre público e jornalismo. Não encontramos referências sobre ações da imprensa no enfrentamento ao cenário de desinformação/fake news nos artigos estudados.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L.. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. rev. e aum. São Paulo: Almedina, 2011.
- KAKUTANI, M.. **A morte da verdade**: Notas sobre a mentira na era Trump. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.
- KARAM, J.C.; CHRISTOFOLETTI, R.. Configurações políticas. In: SILVA, G. *et al.* **Jornalismo Contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador/Brasília: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011. cap. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação, p. 80-97.
- LISBOA, S.; BENETTI, M.. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 51-62, 1. sem. 2017.
- LISBOA, S.; BENETTI, M.. Jornalismo como crença verdadeira e justificada. **BJR – Brazilian Journalism Research**, vol 11, n. 2, 2015.
- MENDES, L.M.R.; AMARAL, M. C. G. R.. Credibilidade e desintermediação da notícia para o público jovem. **Contemporânea**: Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 17, n. 2, p. 214-228, maio, junho, julho, agosto de 2019.
- RECUERO, R. C.. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições de 2018. **CMC**: Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 16, n. 47, p. 433-458, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2019.

14^o inter programas

cásper pesquisa

RECUERO, R.; GRUZD, A.. Cascatas de “Fake News” Políticas: Um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, maio, junho, julho, agosto de 2019.

ROXO, M. A.; MELO, S.. Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, set.-dez. de 2018.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Configurações políticas. *In*: SILVA, Gislene *et al.* **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador / Brasília: EDUFBA / COMPÓS, 2011. cap. Informação e boato na rede, p. 21-32. ISBN 978-85-232-0792-2. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1586/1/Jornalismo%20contemporaneo.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2021.

SOUZA, R. B. R.. “Fake news”, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 26, n. 3, p. 1-17, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018.

O Jornal da USP e a prática do jornalismo científico

Carla de Oliveira Tôzo¹
Universidade de São Paulo, São Paulo

Palavras-chave: Jornal da USP; Ciência; Jornalismo; Jornalismo científico; Universidade de São Paulo.

RESUMO EXPANDIDO

Este relato se refere a pesquisa de doutorado que começou a ser feita no ano de 2020. A ideia central se propõe a examinar o papel da Universidade de São Paulo como produtora do conhecimento e de que maneira ela divulga essa produção para a sociedade. Assim, o objetivo é identificar quais ferramentas/canais de comunicação a Universidade de São Paulo (USP) utiliza para fazer a divulgação da sua produção científica e como o público consome essas informações.

A escolha desse tema para o projeto e, conseqüentemente, a pesquisa ocorreu pelo incomodo em relação ao aumento da proliferação de desinformações oriundas do governo e parcelas da sociedade cujo intuito é colocar em xeque a credibilidade e o papel da universidade pública, a Ciência e a pesquisa. “Os conflitos epistemológicos são sempre, inseparavelmente, conflitos políticos” (BOURDIEU, 1983). Entender que sua pesquisa está inserida em um contexto social, histórico, político, entre outros, corrobora o fato da Ciência, enquanto discurso e prática social, está submetida a condições sócio-históricas de produção. (LOPES, 2018).

OLIVEIRA (2018) reflete sobre comunicação científica mencionando BUENO (2010) ajuda a fundamentar o que se entende por Divulgação Científica. Portanto, como a Divulgação Científica (conceitualmente) pode ser feita via recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações para o público leigo, o recorte passa a ser o Jornal da USP.

¹ Professora no Centro Universitário FMU|FIAMFAAM. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: carla.tozo@usp.br

Após leituras de documentos interno (retratam as mídias da USP e as alterações nos últimos anos), observações mais sistêmicas do Jornal da USP (categorização de pautas, gêneros e formatos jornalísticos e recursos multimídia), algumas entrevistas com a equipe de jornalismo (superintendente de Comunicação, diretora de Redação e editoria de Ciências) e, principalmente, pelo impacto que a pandemia trouxe para o número de acessos e interesses relacionados a USP e suas pesquisas via Jornal da USP, optou-se por estudar esse veículo jornalístico.

O Jornalismo é uma das formas de divulgação do conhecimento científico às pessoas que ainda consideram a Ciência algo “impossível” de entender. No entanto, não devemos esquecer que o Jornalismo Científico é uma especialização do jornalismo, portanto, deve seguir as rotinas de produção que o envolvem como a redação dos textos com o uso de leads ou pirâmide invertida, contextualização, objetividade, a possibilidade de diversos formatos e complementos como boxes, ilustrações.

Os primeiros resultados apontam que o Jornal da USP tem a função de falar para a sociedade sobre o que a universidade faz e, ao mesmo tempo, refletir sobre o que está acontecendo no mundo. Em sua *home* encontramos reportagens e notícias (gênero informativo e interpretativo), artigos (gênero opinativo), podcasts e vídeos (gênero informativo com entrevistas e reportagens) nas editorias de Ciências, Cultura, Atualidades, Universidade e Institucional, além dos programas veiculados na Rádio USP. A temática científica é a de maior destaque e aparece – prioritariamente - na editoria de Ciências e em suas seis subeditorias.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. O Campo científico. In: ORTIZ, R. (org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983, p. 122-155.

BUENO, W. C. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. *Informação & Informação*. Londrina, v.15, n° 1 esp, p.1-12, 2010. DOI: [10.5433/1981-8920.2010v15n1esppl](https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1esppl). Acesso em: 12 de junho de 2021.

LOPES, Maria Immacolata V. Esboço para uma história dos estudos em Comunicação no Brasil e na América Latina: processos de institucionalização do campo. IN: CROVI

OLIVEIRA, Thaianes Moreira de. **Mediatização da ciência**: reconfiguração do paradigma da comunicação científica e do trabalho acadêmico na era digital. *Revista MATRIZES*, v.12, n° 3

14^o inter programas

cásper pesquisa

set/dez.2018. SP: SP.

Liberdade de expressão ou dolo?

Estudo das coberturas do jornal O Estado de S. Paulo na eleição de Bolsonaro e The New York Times na eleição de Trump

Sergio de Almeida Cid Peres ¹

Universidade de Sorocaba

Palavras-chave: Comunicação; Jornalismo; Liberdade de expressão; Liberdade de imprensa; Eleição

RESUMO EXPANDIDO

As sociedades liberais modernas, garantem a cada um o direito de opinar sobre clima político, moral e estético do corpo social no qual estão inseridos. Independente de qual for o pensamento, a todos deve ser garantido a liberdade de se expressar. Por outro lado, essas sociedades devem desenvolver e manter um forte senso de tolerância, possibilitando que as mais diferentes ideologias, preferências e opiniões tenham liberdade de se manifestarem sem oposição. Isto possibilita que liberdade de expressão seja associada com democracia.

Esta pesquisa tem como tema a liberdade de expressão e é guiada pela seguinte questão: quais os limites entre a liberdade de expressão - que não é um direito absoluto, princípio máximo do estado democrático de direito e o da igualdade - e o dano causado à dignidade humana? Assim, o objetivo geral é contribuir para a compreensão dos limites da liberdade de expressão estabelecidos pela imprensa e pelo poder judiciário em âmbito nacional – Brasil – e internacional – EUA e os objetivos específicos são os seguintes: explicitar o conceito de liberdade de expressão em contextos socioculturais distintos; tratar do conceito de dano e do utilitarismo, na perspectiva de Stuart Mill (2005, 2011); identificar aspectos do processo de construção da notícia; explicitar indícios para estabelecer os limites para a liberdade de expressão pela mídia impressa via prática jornalística e identificar indícios para estabelecer os limites da liberdade de expressão por

¹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba – UNISO. sergio.peres@prof.uniso.br. Pesquisa orientada pelo Dr. Paulo Celso da Silva, Professor Titular no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba – UNISO. paulo.silva@uniso.prof.br.

meio de julgamentos proferidos pelo Supremo Tribunal Federal – Brasil – e Suprema Corte – EUA.

As estratégias metodológicas envolvem três etapas: levantamento bibliográfico; coleta de reportagens no caderno de política no jornal O Estado de S. Paulo, no período de 01/05/2018 a 30/06/2019, que tratam da eleição do presidente Jair Bolsonaro, e coleta de reportagens no jornal The New York Times no período de 01/06/2016 a 30/05/2017, sobre a eleição do presidente Donald Trump e análises das reportagens selecionadas, aplicando análise de conteúdo conforme Bardin (2011).

A mídia tem que cumprir o seu papel de informar, isto é inegável e a mesma não pode ser coibida deste papel com a prerrogativa de não ferir a liberdade de expressão. Por outro lado, é fundamental que os fatos expostos sejam verídicos, podendo haver questionamento por parte do ofendido. Essa fase inicial da pesquisa aponta que no Brasil, a indenização por injúria, difamação ou calúnia, as quais são baseadas na proteção da reputação de alguém, consistirá na reparação do dano que deles resulte ao ofendido. No caso do presidente Trump, que é uma figura pública e os assuntos tratados nas reportagens são de interesse nacional, a Suprema Corte de 1964, estabeleceu o princípio de que promover o discurso de interesse público é fundamental para uma democracia e, portanto, um jornal seria protegido de acusações de difamação movidas por figuras públicas, mesmo que imprimiu declarações erradas, desde que o jornal não soubesse que a declaração era falsa, ou desconsiderasse imprudentemente sua verdade ou falsidade. A pesquisa é relevante para a comunicação pela proeminência do tema nas mídias no contexto atual permeado por conflitos em que a intolerância prevalece.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antônio Reto e Augusto Pi-nheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

MILL, John Stuart. **Sobre a liberdade**. Tradução de Pedro Madeira. Rio de Janeiro: NovaFronteira, 2011.

MILL, John Stuart. **Utilitarismo**. Trad. de Pedro Galvão. Lisboa: Portugal: Porto Editora, 2005.

Jornalistas de blogs: uma análise sobre as estratégias de sobrevivência

Wallace Lara ¹

Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: Jornalistas Blogueiros 1; Jornalismo Contemporâneo 2; Blogs 3; Rotina de trabalho 4; Sobrevivência 5.

RESUMO EXPANDIDO

O trabalho foi realizado por este autor, após observar, nos últimos anos, centenas de jornalistas acima dos 50 anos serem demitidos das redações, no auge da produção intelectual. Jornalistas qualificados que, após treinarem os mais jovens, foram substituídos por conta dos salários que recebiam e por mudanças no processo de produção, como a eliminação de funções ou por acúmulo delas.

Este estudo aborda os jornalistas blogueiros de relevância e suas práticas profissionais fora das grandes redações, inspirado nos estudos de Nonato (2015), questão que norteou a pesquisa foi: como jornalistas blogueiros e experientes conseguem manter a sua relevância como profissionais da área em um ambiente de transformações no jornalismo?

O objetivo principal foi entender as estratégias adotadas pelos jornalistas blogueiros para se manterem atuantes e relevantes como profissionais de imprensa, em um ambiente de mudanças estruturais no jornalismo.

Para selecionar os participantes da pesquisa, quatro atributos foram essenciais: o primeiro, a relevância do jornalista blogueiro como referência para as redações de grandes veículos jornalísticos no Brasil; o segundo, independência (eles não estarem abrigados em nenhum site de grande empresa de comunicação); terceiro, experiência profissional (todos têm mais de 10 anos de profissão) e quarto, terem sido indicados por jornalistas das capitais de estados das cinco regiões do país.

¹ Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade José do Rosário Vellano (UNIFENAS) em Alfenas (MG) em 1995. Atualmente é repórter especial da Rede Globo São Paulo. E-mail: walace10lara@gmail.com

14^o inter programas

cáspes pesquisa

Para identificar esses atributos primeiramente recorreu-se a jornalistas de redação. Para selecioná-los, utilizou-se a pesquisa documental e entrevistas estruturadas. Os dados de circulação do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) ajudaram a identificar os principais veículos jornalísticos no Brasil por volume publicado e visualizado nas cinco regiões do país. Após a seleção dos dois principais jornais de capitais nas cinco regiões brasileiras, aplicou-se uma entrevista estruturada a jornalistas dos veículos selecionados para saber quais seriam os blogueiros de referência.

A partir desse procedimento, foram selecionados dez jornalistas blogueiros que atendiam aos demais atributos estabelecidos na pesquisa, dois de cada região, aplicando-se a entrevista semiestruturada. (MARTINO, 2018, p. 2.059)¹

Os resultados mostraram que se está diante de um grupo de jornalistas experientes, conhecidos no meio onde vivem e reconhecidos pelo domínio das técnicas de reportagem. Mantendo essas características, eles conseguiram garantir o caráter de instituição social, descrito por Machado (2008, p.33), pois não deixaram de utilizar os sistemas de “apuração, produção, circulação e de financiamento”.

São jornalistas que perseguem o furo da notícia, a exclusividade. E que são acessíveis, que possuem canais de comunicação variados e que gostam de apurar. Nesse contexto, o autor acredita que uma maneira mais objetiva de resposta para a pergunta problema seria: os jornalistas blogueiros e experientes participantes da pesquisa conseguiram manter a relevância como profissionais da área em um ambiente de transformações no jornalismo privilegiando a notícia, procurando o furo de reportagem, a exclusividade.

Além disso, eles usufruem da experiência acumulada adaptando o domínio da técnica jornalística ao novo meio, adquirindo um número maior de fontes e dando retorno, checando e publicando aquilo que lhe é repassado de informações. Incorporam as múltiplas tarefas da produção jornalística e gerem o próprio negócio. As entrevistas mostraram que nem sempre estão preparados para isso, optando pela fórmula da publicidade como alternativa de sobrevivência.

REFERÊNCIAS

¹ O Kindle apresenta em seus e-books posições, ao invés de páginas e a numeração é maior que em um livro físico, pois a fonte é maior para facilitar a leitura.

MACHADO, E. Sistemas de circulação no ciberjornalismo. In: **ECO-PÓS**, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), v.11, n.2, agosto-dezembro 2008, pp.21-37. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/983. Acesso em: 31 jan.2021

MARTINELLI, M. L. O uso de abordagens qualitativas em serviço social. In: MARTINELLI, M. L. et al.(Org). **Pesquisa qualitativa: um instigante desafio**. São Paulo: Veras, 1999.

MARTINO, L. M. S.. **Métodos de pesquisa em comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes,2018. Edição do Kindle.

NONATO LIMA, C. C.. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), 2015. Orientação: Profª Drª Roseli Figaro. Teses USP. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/publico/CLAUDIADOCARMONONATOLIMAVC.pdf>. Acesso em: 26 jan.2021

Telejornalismo e desinformação em tempos de covid-19: a cobertura dos pronunciamentos oficiais do presidente Bolsonaro pelo Jornal Nacional e Jornal da Record.

Giovanni Mário Baldo Malavasi¹

Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: Telejornalismo; Desinformação; Globo ; Record ; Pandemia ; covid-19 ; Bolsonaro.

RESUMO EXPANDIDO

Em 17 de novembro de 2019, a cidade de Wuhan, na China, acordou com um novo vírus circulando. chamado novo Coronavírus, posteriormente intitulado tecnicamente como covid-19 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), um vírus de grande transmissibilidade que causa vários sintomas, afetando principalmente o pulmão da vítima, destacou-se por atacar não somente a saúde dos cidadãos, mas também todo o sistema socioeconômico mundial. Durante a pandemia o presidente lançou mão de pronunciamentos oficiais em rede nacional para reforçar posicionamentos contrários às recomendações da OMS e de outros países que já vinham combatendo a pandemia com sucesso, como o caso da própria China. O presidente, sem se apoiar em dados científicos², foi acusado de compartilhar desinformação e estimular aglomerações classificando a covid-19, como uma “gripezinha”³. Em canais não oficiais ele também contrariava as medidas sanitárias propostas pelo próprio Ministério da Saúde, visitando comércios locais, consumindo alimento e sem utilizar máscaras. A produção e compartilhamento de desinformação durante a pandemia fez com que o Ministério da Saúde, assim como pelos veículos jornalísticos, buscasse maneiras para tentar coibi-la, afinal, o trabalho das equipes de saúde e a oferta de uma infraestrutura

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.

² Mais informações em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1263130475167657984>. Acesso em: 14 nov. 2020.

³ Mais informações em: <https://g1.globo.com/politica/blog/gerson-camarotti/post/2020/03/20/em-meio-a-pandemia-de-coronavirus-bolsonaro-diz-que-gripezinha-nao-vai-derruba-lo.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2020.

hospitalar adequada para os doentes podem salvar muitas vidas, mas a informação correta e apurada também, tanto que a imprensa foi declarada serviço essencial conforme decreto publicado no dia 22 de março de 2020. Nesse sentido, os telejornais ampliaram seus espaços com o objetivo de gerar notícia sobre a pandemia, ora contrapondo inclusive as informações divulgadas em pronunciamentos oficiais em rede nacional do presidente Bolsonaro, ora endossando suas falas.

Diante do cenário apresentado anteriormente, a nossa questão de pesquisa é: Como os telejornais brasileiros se posicionaram na cobertura dos pronunciamentos oficiais de Bolsonaro na TV em um cenário de desinformação sobre a pandemia da covid-19?

Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa, cujo intuito é comparar as coberturas nos telejornais Jornal Nacional e Jornal da Record, tendo em vista os pronunciamentos de Bolsonaro durante a pandemia covid-19, em um contexto de desinformação e *fake news* (WARDLE, 2017). A pesquisa portanto é de caráter comparativo, dentro da perspectiva dos estudos comparados de jornalismo de Jacques Kayser (1953), pesquisador francês que ministrou cursos no Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), estudos posteriormente atualizados por Régis Debray nos anos 1993, em Midiologia. No Brasil os estudos comparados foram apresentados por José Marques de Melo em seu livro “Estudos de Jornalismo Comparado”, publicado em 1972. Segundo o autor, os estudos comparados no campo da comunicação, particularmente do jornalismo, são aqueles que comparam veículos de comunicação, no nosso caso, telejornais diferentes. Os estudos abrangem análises morfológicas, de conteúdo e crítica. As análises morfológicas abrangem as características de formato, as de conteúdo se atêm ao texto (no sentido amplo) das matérias jornalísticas, e a crítica, que está ligada às intenções, às ideologias presentes nesses conteúdos e formas. A técnica de análise adotada foi a análise de conteúdo. (BARDIN, 2011)

Após a análise dos telejornais foi possível notar uma clara diferença entre o posicionamento editorial entre ambos, bem como as estratégias utilizadas durante a pandemia (TEMER; LEITE JÚNIOR, 2020). O telejornal da Record TV mostrou muito mais aderência ao discurso do presidente Jair Bolsonaro, trazendo ao longo das edições analisadas profissionais e discursos que corroboravam as falas do presidente, além de construir uma narrativa, desde a escalada e com apoio das artes e das fontes, que reiterou,

14º inter programas

cáspes pesquisa

mesmo que não explicitamente, os argumentos do presidente Bolsonaro nos pronunciamentos estudados. Apesar de algumas vezes apresentar matérias conflitantes com a fala do presidente, é notório o número maior de matérias a favor de seus dois mantras, o uso da cloroquina e o isolamento social vertical, diminuindo a dimensão da pandemia. Como visto nas análises, o JR coloca populares que citam descontentamento com o isolamento social, bem como médicos que se dizem a favor da cloroquina, porém não trazem dados científicos que comprovem o discurso. Ao afirmar que a cloroquina “parece funcionar” junto com as falas do presidente dentro e fora do pronunciamento, acaba desinformando quem assiste o jornal. Outra observação é a presença de matérias mais positivas sobre a doença, o que pode ter levado algumas pessoas a não se preocuparem muito com o vírus ou disseminando desinformação.

Ao longo dos três pronunciamentos analisados, o Jornal Nacional teve um aumento sensível do tempo das edições, em decorrência ao agravamento da crise sanitária. O JN buscou fortalecer por meio de especialistas o posicionamento da ciência, da OMS, e de órgãos respeitados como Fiocruz e Butantan. Utilizou fontes como líderes internacionais para contrapor o posicionamento do governo federal, demonstrando seu comportamento contrário aos demais países do mundo. O telejornal também mostra nos respectivos dias dos pronunciamentos painéis realizados em diversas cidades brasileiras, que manifestaram o descontentamento da população com as falas do presidente, fato que não mencionado no Jornal da Record. Fica claro que o JR buscou não contrariar o presidente se opondo ao pronunciamento, enquanto o outro telejornal foi ao combate.

Ao mesmo tempo a politização e polarização realizada pelo presidente em relação a TV Globo e TV Record, apoiando abertamente a emissora que o apoiou na campanha acaba colocando o telejornalismo no campo da guerra política. Ora, como vimos aqui, o telejornal, a notícia obedece a diversos critérios até se tornar notícia, um deles é o da verdade.

Conclui-se, portanto, que para a manutenção da democracia e para que todos tenham acesso à informação de qualidade há necessidade do fortalecimento da imprensa dita tradicional da forma mais plural e autônoma possível e não seu descrédito. A pesquisa mostrou ser fundamental, visto que ficou claro os posicionamentos antagônicos que variaram de acordo com o perfil editorial e interesses políticos sociais de ambas as emissoras. Viu-se também que a desinformação é perigosa, ainda mais em um contexto em que desinformar mata.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

DEBRAY, R. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

KAYSER, J.. **Une semaine dans le monde**. 1ª edição, Paris, UNESCO, 1953.

TEMER, A. C. R. P.; LEITE JUNIOR, E. F. As Mudanças no Dispositivo de Visibilidade do Telejornalismo durante a Pandemia do Novo Coronavírus. In: OLIVEIRA, H. M.G.; GADINI, S. **Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus**. Portugal: Ria Editorial.

WARDLE, Claire. **Fake News: it's complicated**. It's Complicated. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>. Acesso em: 14 nov. 2020.