

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**  
**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**Franciane Maria Silva de Freitas**

**JORNALISMO DE SOLUÇÕES NO BRASIL:**  
Mapeamento sobre as funções e competências jornalísticas da atividade

**Juiz de Fora**

**Abril 2024**

**Franciane Maria Silva de Freitas**

**JORNALISMO DE SOLUÇÕES NO BRASIL:**

Mapeamento sobre as funções e competências jornalísticas da atividade

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre.

Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Linha de Pesquisa: Mídia e Processos Sociais

Orientador: Prof. Dr. Marco Aurélio Reis

**Juiz de Fora**

**Abril 2024**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva de Freitas , Franciane Maria .  
JORNALISMO DE SOLUÇÕES NO BRASIL: : Mapeamento sobre as funções e competências jornalísticas da atividade / Franciane Maria Silva de Freitas . -- 2024.  
102 p. : il.

Orientador: Marco Aurélio Reis  
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2024.

1. Jornalismo de Soluções. 2. Funções e Competências jornalísticas. 3. Jornalismo brasileiro. 4. Gaúcha ZH. 5. Ecoa-Uol . I. Reis , Marco Aurélio , orient. II. Título.

**Franciane Maria Silva de Freitas**

**Jornalismo de soluções no Brasil:**

mapeamento sobre as funções e competências jornalísticas da atividade

Dissertação apresentada  
ao Programa de Pós-  
Graduação em  
Comunicação  
da Universidade Federal  
de Juiz de Fora como  
requisito parcial à  
obtenção do título de  
Mestra em Comunicação.  
Área de concentração:  
Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 03 de abril de 2024.

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof Dr Marco Aurelio Reis - Orientador**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Profª Drª Cláudia de Albuquerque Thomé**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof Dr Eduardo Miranda Silva**

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC / RJ)

Juiz de Fora, 01/04/2024.

---



Documento assinado eletronicamente por **MARCO AURELIO REIS, Usuário Externo**, em 04/04/2024, às 17:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Claudia de Albuquerque Thome, Professor(a)**, em 04/04/2024, às 17:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Miranda Silva, Usuário Externo**, em 06/04/2024, às 19:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf ([www2.ufjf.br/SEI](http://www2.ufjf.br/SEI)) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **1767240** e o código CRC **5E1C211B**.

---

Dedico este trabalho a todas as minhas ancestrais que investiram energia, recurso e tempo para que eu estivesse aqui.

## AGRADECIMENTOS

“Calma, Coragem, Confiança. Três vitaminas C que devemos tomar a cada manhã. Madre Maria Helena Cavalcanti

Com essa citação, agradeço primeiramente a Deus por ter me iluminado nessa caminhada de aprendizados profissionais e pessoais. Lembro como o desejo de continuar fazendo a diferença pulsava em meu coração após defender meu TCC em 2019, na época pesquisando sobre Jornalismo de Soluções na área de saúde. Estava animada para logo começar a trabalhar, mas veio a pandemia da Covid-19 e os planos tiveram de ser adaptados.

E em casa, confinada passei a observar as mudanças que toda a sociedade teve de passar, mas sobretudo o Jornalismo. Com três doses diárias de Vitamina C, minhas esperanças foram se renovando e em 2022, consegui realizar meu sonho de entrar no Mestrado. Sonho este que não realizei sozinha e por conta disso agradeço:

Aos meus pais, Ana Zélia e Francisco, agradeço vocês por tudo que eu sou. Por terem me dado a vida, por todo investimento que fizeram em mim. Obrigada por me darem asas e impulsionar meus sonhos! Amor infinito.

À minha irmã, Ana Luíza, por me escutar, me apoiar e desde pequena me incentivar a ir mais longe por meio da leitura! Gratidão sem fim!

Ao meu sobrinho Miguel, que mesmo sem saber ainda se expressar direito, me incentivou a olhar para um futuro melhor, quando me interrompia para pedir abraço ou pegar minhas canetas marca-texto. A “didi” te ama!

Aos meus amigos Paula e Anderson, grata por todo apoio, escuta e encorajamento desses dois anos e além! Vocês são amigos incríveis!

À Matheus, meu amor, que sempre apoiou e incentivou, principalmente nesta reta final! Grata por toda parceria e paciência com minhas crises de ansiedade! Amo-te!

Esses dois anos de Mestrado foram inesquecíveis, porque dividi eles com colegas incríveis! Gratidão a minha turma e colegas que me acompanharam nas aulas e eventos acadêmicos! Vocês fizeram a diferença!

Ao Grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias, grata por toda partilha!

Aos funcionários e técnicos administrativos da Faculdade de Comunicação, pela gentileza e o esforço de atender bem! Grata!

Ao meu mestre, Marco Aurélio, por todo conhecimento, e por embarcar comigo neste sonho e torná-lo realidade. Minha gratidão!

Ao Eduardo e à Cláudia, pela disponibilidade em participar da banca. À Telma, Paulo e Antônio, por terem participado da qualificação e por todo auxílio durante o Mestrado.

Aos professores do Programa, por toda troca e disposição em ensinar! Grata!

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFJF) por ter acolhido minha ideia e a ter transformado em pesquisa! Sou grata!

Por fim, a todas as pessoas que me apoiaram diretamente ou indiretamente. Gratidão!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001, através da concessão de bolsa de estudo de Mestrado.



*“Neste tempo que corre o risco de ser rico em técnica  
e pobre em humanidade, a nossa reflexão só pode partir do coração humano”.*

*Papa Francisco*

## RESUMO

O Jornalismo sendo parte de um tecido social em constante transformação, veículos jornalísticos vêm desbravando estratégias narrativas para atrair e fidelizar o público após as evoluções tecnológicas. Uma dessas alternativas é o Jornalismo de Soluções, que tem como objetivo apresentar notícias que oferecem soluções para problemas sociais vivenciados na sociedade. É uma abordagem adaptável às complexidades de cada país para combater fenômenos como o da News Avoidance e da News Fatigue. A pesquisa visa mapear as funções e competências para a realização do exercício do Jornalismo de Soluções nas redações dos sites Gaúcha ZH e Ecoa Uol. Para isso, foram utilizados a metodologia estudo de caso e o procedimento metodológico Análise de Conteúdo. Através dessa metodologia, foi possível mapear 20 funções e competências exercidas na prática do Jornalismo de Soluções que são como uma contribuição para os profissionais que buscam uma possibilidade no fazer jornalístico de soluções em tempos emergentes.

**Palavras-chave:** Jornalismo de Soluções; Funções e Competências jornalísticas; Jornalismo brasileiro; Gaúcha ZH; Ecoa-Uol

## ABSTRACT

Journalism being part of a constantly evolving social fabric, journalistic outlets have been pioneering narrative strategies to attract and retain audiences following technological advancements. One of these alternatives is Solutions Journalism (SoJo), which aims to present news that offer solutions to social problems experienced in society. It's an approach adaptable to the complexities of each country to combat phenomena such as News Avoidance and News Fatigue. The research aims to map the functions and competencies for conducting Solutions Journalism exercises in the newsrooms of Gaúcha ZH and Ecoa Uol websites. To achieve this, the case study methodology and Content Analysis methodological procedure were employed. Through this methodology, it was possible to map 20 functions and competencies exercised in the practice of SoJo, which serve as a contribution to professionals seeking possibilities in journalistic solution-making in emerging times.

Keywords: Solutions Journalism; Journalistic Functions and Competencies; Brazilian Journalism; Gaúcha ZH; Ecoa-Uol

# ÍNDICE

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Captura do anúncio da mudança de nome da Editoria Poder do jornal Folha de S. Paulo.....	25
Figura 2: Captura da página inicial da Editoria “Guerra no Rio” do Jornal Extra.....	29
Figura 3: Captura da página inicial da Editoria Porto Alegre do site Gaúcha ZH.....	32
Figura 4: Captura da página inicial do site da Agência Pública.....	40
Figura 5: Captura da página inicial do site Ambiental Media.....	42
Figura 6: Captura da página inicial do site Solutions Journalism Network .....	52
Figura 7: Captura da capa do Guia Básico de produção de Jornalismo de Soluções.....	54
Figura 8: Captura da página inicial da Tag Jornalismo de Soluções no site Gaúcha ZH...67	
Figura 9: Captura da página inicial do site Ecoa Uol.....	70

## QUADROS

Quadro 1: Quadro de notícias veiculadas entre 2021 e início de 2024 no site Gaúcha ZH .68	
Quadro 2: Quadro de notícias veiculadas entre 2021 e início de 2024 no site Ecoa-Uol ...70	

## TABELAS

Tabela 1: Funções e Competências jornalísticas do Jornalismo de Soluções no Brasil.....	76
---	----

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2. PARA ALÉM DA NARRAÇÃO DO FATO</b> .....	18
2.1.O Jornalismo e a questão editorial – como editorias de ambiente, política, segurança e cidades trabalham soluções nas notícias .....	18
2.2.Meio Ambiente como editoria .....	20
2.3.Política como editoria.....	24
2.4.Segurança como editoria .....	27
2.5.Cidade como editoria.....	30
<b>3. JORNALISMO ESPECIALIZADO NO CONTEXTO DO JORNALISMO</b>	
<b>CONVERGENTE</b> .....	<b>32</b>
3.1.Convergente Continuum.....	33
3.2.Premium e Fremium.....	35
3.3.Jornalismo Investigativo.....	37
3.4.Jornalismo de Dados.....	40
3.5.Jornalismo Preventivo.....	43
3.6.Jornalismo Comunitário, Cívico, Público, Participativo, Cidadão e Ativista.....	45
3.7.Jornalismo da paz.....	47
3.8. Jornalismo Construtivo.....	49
<b>4. JORNALISMO DE SOLUÇÕES: CONCEITOS</b> .....	<b>51</b>
4.1. História do Jornalismo de Soluções.....	51
4.2.Joso no Brasil.....	58
4.3. Joso nas Pesquisas acadêmicas.....	60
4.4. Joso nas redações jornalísticas.....	62
<b>5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>63</b>
5.1.A construção dos objetos empíricos.....	66
5.2.Questões de pesquisa central e derivados.....	71

<b>6. ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE AS FUNÇÕES E COMPETÊNCIAS JORNALÍSTICAS DO JORNALISMO DE SOLUÇÕES NO BRASIL .....</b>	<b>72</b>
6.1.Funções do jornalista.....	72
6.2.Competências jornalísticas.....	73
6.3.Competências derivadas de outros “jornalisms” especializados como base do Joso .....	75
6.4.Mapeamento das Funções e Competências do Joso no Brasil .....	76
<b>7.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>82</b>
<b>8.REFERÊNCIAS.....</b>	<b>84</b>
<b>9.APÊNDICES.....</b>	<b>91</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O jornalismo está passando por transformações. A emergência da internet resultou em mudanças não só na produção de notícias, mas também no consumo do público. Para além dessa tendência, os estudos e as pesquisas em jornalismo têm mostrado que a realidade tem sido outra. Fenômenos como “News avoidance” (rejeição da notícia) e “News fatigue” (cansaço das notícias) cresceram no último ano, de acordo com a pesquisa Digital News Report (2023). Os veículos têm buscado outras formas e formatos para atrair e reter o público e o Jornalismo de Soluções tem sido o saber escolhido.

A abordagem que vem sendo praticada desde meados de 1990, defende coberturas aprofundadas sobre os problemas sociais – com foco na solução de problemas ao invés de denunciá-los (SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK, 2024). Ela foi sistematizada pelos jornalistas Courtney E. Martin, David Bornstein e Tina Rosenberg, da coluna Fixes do Jornal The New York Times. O trio fundou a organização Solutions Journalism Network (SJN) que oferece treinamentos sobre a prática, propiciando visibilidade às coberturas de narrativas construtivas. A expansão vem acontecendo ao redor do mundo e com frequência no Brasil, como destaca Simões (2022) no primeiro livro brasileiro sobre a abordagem.

Nesse contexto, a pesquisa diz respeito às funções e competências jornalísticas empregadas nesse saber nas redações dos veículos brasileiros. Tendo como base as transformações tecnológicas e de formato dos veículos, a convergência dos veículos comunicacionais, a divisão de pautas entre as principais editorias como Meio Ambiente, Política, Segurança e Cidade além da inter-relação com os Jornalismo especializados, como o Investigativo; Dados; Preventivo; Jornalismo Comunitário, Cívico, Público, Participativo, Cidadão e Ativista; Jornalismo da Paz e Construtivo.

Tendo como objeto empírico, o site de origem tradicional Gaúcha ZH, do Grupo Rede Brasil Sul (RBS), em 2017 integrou as redações e em 2020 foi um dos primeiros veículos a iniciar a prática do Jornalismo de Soluções. E o site Ecoa -Uol, que surgiu em 2019, com origem digital e que faz parte do Grupo Folha, é um site que já foi criado com um olhar para trabalhar com pautas fora da “agenda setting”. O site tem uma seção que chama Soluções e que se subdivide em “Empresas que inspiram” e “Iniciativas que inspiram”.

Esses veículos, buscam por meio da abordagem do Jornalismo de Soluções, informar o leitor e trazer uma camada mais profunda de detalhes sobre problemas sociais. Problemas esses vivenciados na vida cotidiana, a maioria em centros urbanos, mas também em áreas verdes. E para compreender todas as esferas de um fato e interpretar os problemas com um olhar mais holístico, o jornalista terá de desenvolver funções e competências que vão além de apurar e escrever bem.

Sobre função, os jornalistas têm ocupado cada vez mais de uma, por conta de redações enxutas, já as competências (PERRENOUD, 2000), são “a capacidade de mobilizar diversos recursos cognitivos para enfrentar uma situação”. Com isso, refletir sobre quais funções e competências são empregadas na prática do Jornalismo de Soluções no Brasil é agregar, na área de estudo, trabalho e ensino da Comunicação. Esse é o objetivo deste trabalho.

Para isso, além desta introdução, este trabalho é dividido em oito capítulos, como será apresentado a seguir. No segundo capítulo trabalha-se os autores Traquina (2005; 2008), Sodré (2012), Erbolato (1981) e Medina (1988), que apresentam pontos sobre a prática jornalística e a sua relação com a sociedade que relata sobre a narração de uma notícia e seus estilos. Também apresentam-se pontos sobre a criação das editorias de Política, Segurança e Cidade e, principalmente, meio ambiente, fundamentado pelo jornalista André Trigueiro (2017).

No terceiro, será demonstrado como o Jornalismo, após a adoção do uso da tecnologia pelo público, buscou renovar o formato de suas notícias, conforme explicado por Susana Barbosa. E como o Jornalismo Convergente segmenta suas notícias de acordo com o público, como mencionado por Caio Túlio Costa. Destaca-se ainda o Jornalismo Investigativo, com o apoio da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI) e da Agência Pública; o Jornalismo de Dados, de acordo com a Escola de Dados; o Jornalismo construtivo, com o aporte do Constructive Journalism Project; o Jornalismo Preventivo, com a ANDI, e o Jornalismo Comunitário, Cívico, Público, Participativo, Cidadão e Ativista, com o apoio de Cicilia Peruzzo. Além disso, destaca-se o Jornalismo da Paz, segundo Cabral e Salhani (2017).

Já no quarto, os principais pontos do Jornalismo de Soluções, especialmente no Brasil, com aporte de Simões em 2022, serão também apresentados, como a abordagem tem sido trabalhada nas pesquisas acadêmicas e apresentação, brevemente, de outros veículos que trabalham com o Sojo. No quinto, será apresentada a metodologia que fundamenta esta pesquisa, que é o Estudo de Caso (YIN,2001), e o procedimento de



Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), que serão os métodos utilizados para o desenvolvimento do presente trabalho. Também será analisada a construção dos objetos empíricos, no caso, os veículos Gaúcha ZH e Ecoa-Uol.

No último e sexto, o leitor será apresentado às formulações acerca de funções e competências promovidas por Perrenoud (2000) e como essas discussões têm sido empenhadas no âmbito das pesquisas do Jornalismo de Soluções. Por fim, serão apresentados o mapeamento das funções e competências empregadas nas redações para trabalhar com o Sojo

Em seguida, apresenta-se ao leitor – a partir do levantamento histórico e da análise das funções e competências, algumas conclusões possíveis acerca da prática do Sojo nas redações brasileiras, bem como às tendências sobre o cenário das funções e competências jornalísticas para a prática no futuro.

## **2. PARA ALÉM DA NARRAÇÃO DO FATO**

O Jornalismo é uma das pontes pela qual as histórias circulam de geração em geração entre as civilizações. Com o passar do tempo, a informação, elemento construtivo de toda história, foi sendo segmentada, formando várias “tribos” humanas e jornalísticas, mas com uma mesma visão consciente do seu papel de informar e transformar a sociedade (TRAQUINA, 2008).

Este capítulo trata de concepções e práticas do jornalismo, com base na revisão da literatura, para fundamentar a discussão que se propõe, em capítulos seguintes, sobre os limites e as possibilidades de as principais editorias jornalísticas trabalharem as notícias acerca da abordagem chamada de Jornalismo de Soluções, institucionalizada pela Solutions Journalism Network.

### **2.1 O Jornalismo e a questão editorial – como editorias de meio ambiente, política, segurança e cidades trabalham soluções nas notícias**

O jornalismo é uma atividade intelectual, criativa e fundamental na democracia (TRAQUINA, 2005), a mesma que também é uma atividade profissional, tem como elemento principal a produção de notícias. As notícias são consideradas produtos que movem o mercado dos veículos de comunicação desde o século XIX.

No Brasil, de acordo com Medina (1988), a evolução do conceito notícia seguiu a experiência histórica estadunidense e foi demarcada no jornalismo impresso. Medina destaca ainda que à medida que a fase colonial evolui para a fase revolucionária até 1789, a informação adquire uma dimensão crucial no contexto político-liberal, com um foco maior na formação de opiniões do que simplesmente na notícia. O papel dos veículos informativos, no início era mais de divulgadores ou porta vozes do governo, como destaca a autora:

A Gazeta do Rio de Janeiro, de 1808, primeira folha impressa aqui, era porta-voz oficial do império português, então radicado na colônia. Apenas depois de 1821, com o decreto do príncipe regente, D. Pedro, suprimindo a censura prévia, começam a surgir em nosso país veículos impressos independentes do poder central (MEDINA,1988,p.51).

Diante disso, como o público ainda era formado por uma elite, a informação que vinha ali, era do cotidiano particular de um grupo seletivo da sociedade. Isso, só foi mudar, afirma Medina (1988), em 1875, quando começou a surgir a mentalidade empresarial que viu na imprensa um investimento digno de atenção. Nisso o investimento aumentava, o público crescia e aumentava o número de anunciantes e em consequência formava um público em torno de uma influência da alma de quem investia no jornal.

Hoje os jornais têm a sua linha editorial, temas que são destacados em suas produções e que são aprofundados de acordo com a política editorial de cada veículo. Por exemplo, em sua obra “Técnicas de codificação em Jornalismo”, Erbolato (2008), já confirmava que além da proximidade como critério de noticiabilidade, outro critério importante o qual os veículos consideram na sua forma de produção de notícias é a política editorial, isto é o olhar sobre o mundo que o veículo de comunicação segue ao noticiar um fato.

Cada veículo de comunicação tem sua cultura profissional, como uma espécie de manual de conduta que os funcionários têm de seguir. Nas redações não é diferente, e os profissionais seguem a política editorial de cada empresa, que pode se destacar, ou mesmo desviar a atenção sobre determinados assuntos. Ou como aponta Erbolato (2008): “Cada órgão tem suas diretrizes, dar mais destaque ao crime, ou ao esporte, ou a política, ou a agricultura. Há assuntos que para determinados matutinos chegam quase a constituir tabus, isto é, não chegam a ser publicados de maneira alguma.”

Já as notícias que são reportadas, são feitas de histórias e se fazem presente desde o início da humanidade, como afirma Sodré (2012), “o homem antigo narrava os acontecimentos essenciais à conexão das coisas que, em sua totalidade, constituíam o cosmos ou o mundo enquanto forma primordial da sua existência”. Conexão, é um meio necessário para as histórias acontecerem e histórias são elementos para as notícias. As notícias vistas como acontecimentos provenientes de interação social, foram no decorrer do tempo se tornando narrativas de um gênero textual.

[...] A notícia – considerada como uma construção textual paradigmática da informação jornalística -- é um gênero socio discursivo. Isto implica dizer que o seu sentido depende diretamente de uma situação comunicativa inserida na experiência cotidiana, comum a um grupo de sujeitos linguísticos (SODRÉ, 2012,p.138).

Estar presente na realidade de vida das pessoas é uma das características que demarcam o gênero jornalístico. Essa demarcação é acompanhada também, como aponta

Sodré (2012), de “uma marcação temporal do fluxo dos fatos cotidianos, de um discurso arbitrário corporativo-profissional, assim como uma expressão institucional”. Com isso, o jornalista, vai além de noticiar um fato, ele narra acontecimentos. O ato de narrar, como ainda destaca o autor, em termos práticos e imediatos, é contar uma história. E complementa afirmando que o ato de narrar se desenvolve em uma linha temporal que avança em direção ao futuro, como uma flecha do tempo.

E essa construção narrativa, marcada pelas histórias vividas no dia a dia das pessoas, é entrelaçada com problemas que são evidenciados nas editorias de Meio Ambiente, Política, Segurança e Cidade. Tais editorias são as que, nos últimos anos, os veículos jornalísticos (mais especificamente o Gaúcha ZH e o Ecoa Uol, os que serão analisados neste trabalho) têm focado a sua produção de notícias a partir da abordagem do Jornalismo de Soluções. Além disso, também será apresentado, a seguir, como essas editorias foram ao longo do tempo se consolidando, se complementam entre si, tornando-se mote para serem investigadas pela lógica do Jornalismo de Soluções.

## **2.2. Meio Ambiente como editoria**

O Meio Ambiente, como é nomeada a editoria sobre previsões do tempo, desastres naturais e desenvolvimento sustentável pelos veículos jornalísticos, passou ao longo dos anos ser mais destacada. Com o acontecimento da Pandemia do Coronavírus no mundo em 2020, o tema que já havia se tornado uma editoria com os anos, tornou-se uma especialização que dialoga com outras editorias como será visto a seguir.

Além de também se tornar um problema de impacto com uma cobertura significativa, é apresentada nas manchetes dos jornais. Ele vem se destacando desde os rastros deixados pela pandemia, como a redução da atividade humana e econômica, devido às restrições da quarentena, até mudanças na produção e consumo de bens e informação.

A editoria Meio Ambiente também é equiparada ao jornalismo ambiental, uma especialização, porém o presente estudo foca aqui como sendo editoria. No Brasil, o ambientalismo começou a se consolidar em 1970, quando associações da sociedade civil trouxeram pautas sobre assuntos relacionados à proteção da natureza, segundo Belmonte (2017). De acordo com o autor, reportagens sobre temas ambientais já eram publicadas com alguma frequência, de norte a sul do país, no entanto, sem configurar ainda o jornalismo ambiental como uma área de especialização e até mesmo uma editoria.

Com a urbanização em curso no país, temas como poluição, uso do solo e exploração da Amazônia surgiam com frequência nos meios de comunicação. Entretanto, tais questões não estavam totalmente consolidadas, uma vez que o foco principal estava no desenvolvimento industrial acelerado do Brasil, que, em alguns aspectos, já indicava potenciais problemas ambientais futuros.

A compreensão sobre a importância de mostrar o problema, com suas causas, consequências e as soluções possíveis, foi uma das questões que ajudou a demarcar o jornalismo ambiental no Brasil. Dessa forma, em 1989, a pauta de um evento organizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) teve início, como afirma Belmonte (2017). Com tal movimentação sobre a especialização em jornalismo ambiental nas redações jornalísticas, a academia também começou a formar debates sobre a prática e em 2008. Como o Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental - CNPq/UFRGS (S.d.), o qual foi criado pela professora e pesquisadora Ilza Maria Tourinho Girardi.

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

O grupo realiza uma variedade de atividades, incluindo investigações científicas tanto coletivas quanto individuais, a organização dos Encontros Nacionais de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental (ENPJA), a produção regular de análises críticas para o Observatório de Jornalismo Ambiental e a promoção de iniciativas que visam expandir o entendimento sobre esse tema. Isso envolve a criação de publicações destinadas a diferentes públicos e a realização de eventos que destacam questões ambientais relevantes.

A pesquisa realizada por Bueno (2007) influencia as reflexões promovidas pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental. De acordo com o autor, o jornalismo ambiental deve assumir uma postura revolucionária, comprometida com a mudança de paradigmas, capaz de enxergar além das superfícies e de não compactuar com aqueles que exploram a temática ambiental. Ele também afirma que os produtos do jornalismo ambiental são fruto do engajamento de profissionais que atuam na imprensa por essa

causa. Bueno enfatiza que a agenda ambiental está intrinsecamente ligada a uma militância cívica, independente de filiações partidárias.

Da mesma forma que o Jornalismo não reflete a totalidade da realidade, mas, sim, participa ativamente do processo intersubjetivo de sua construção social, tornando-se não apenas um veículo de transmissão de informações, mas também de interação com o público. Para que o Meio Ambiente se estabelecesse como uma editoria nos meios de comunicação, foi necessária uma intensa participação de ativistas e pessoas engajadas na causa. Somente a partir desse envolvimento é que a mobilização em torno do tema começou a ganhar força entre os jornalistas, conforme aponta Bueno (2007).

Hoje há iniciativas jornalísticas nativas digitais, como o Amazônia Vox, InfoAmazônia, Amazônia Real e a Agência Eco Nordeste, que tem o tema meio ambiente como foco e que produzem notícias a partir da abordagem do Jornalismo de Soluções no país. Porém, destaca-se nesse cenário o produto jornalístico feito pelo jornalista André Trigueiro, considerado um dos principais jornalistas ambientais em atividade no Brasil e que começou a exercer a sua função e competência no modo de produção tradicional da Mídia e que agora está bem atuante no digital.

Trigueiro apresenta o programa “Cidades e Soluções”, idealizado por ele em 2006 na Globo News, mas só com o primeiro episódio ao ar, no ano seguinte. O programa tem como objetivo apresentar histórias que apontem ideias inovadoras que transformam a qualidade de vida das pessoas por meio do uso inteligente e sustentável dos recursos naturais no Brasil e no mundo. Como afirma Trigueiro em entrevista ao Memória Globo (2021):

Nos interessa mostrar soluções que melhorem a vida das pessoas, que permitam geração de emprego, renda, prosperidade de maneira inteligente, sem agravar a destruição, a depredação, a maneira como a gente vem dilapidando a natureza. Esse é o nosso desafio civilizatório. Sinalizar rumo e perspectiva, sempre a partir de um problema (MEMÓRIA GLOBO, 2021).

André Trigueiro é um jornalista com especialização em Gestão Ambiental pela COPPE/UFRJ, onde ministra a disciplina "Geopolítica Ambiental". Ele é professor e fundador do curso de Jornalismo Ambiental da PUC-Rio, escritor, palestrante, editor-chefe do programa "Cidades e Soluções" e comentarista do programa "Estúdio i". Embora o programa leve o nome "Soluções", não há uma autodenominação explícita nos materiais

de divulgação. No entanto, é considerado um exemplo do Jornalismo de Soluções, conforme descrito pelo autor do primeiro livro sobre o tema no Brasil, Antônio Simões (2022). Segundo Simões, o programa busca destacar os esforços para resolver os principais problemas enfrentados pelas cidades do Brasil e do mundo, inspirando os cidadãos a agirem e contribuírem para a construção de um mundo mais sustentável.

O autor também ressalta que o programa conquistou a confiança e inspirou diversos atores sociais a colocar em práticas as soluções apresentadas:

Esta é outra característica do Jornalismo de Soluções que está presente no projeto desenvolvido pelo jornalista André Trigueiro: gerar insights na audiência. Eles resultam em ações efetivas em prol de um mundo com mais justiça social, norteado pelo desenvolvimento sustentável. [...] Outra característica básica do Jornalismo de Soluções presente no programa é a explicação detalhada da solução ao longo da maior parte da atração, que tem cerca de 22 minutos e periodicidade semanal (SIMÕES, 2022,p.125).

O programa “Cidade e Soluções”, já recebeu 24 prêmios pelo reconhecimento pelo trabalho jornalístico feito e foi transformado no livro “Cidades e Soluções- Como construir uma sociedade sustentável”, publicado em 2017. Trigueiro (2017) ressalta a iniciativa:

Nesses dez anos de existência, em mais de quatrocentas edições, o programa Cidades e Soluções abriu espaço na TV para experiências inovadoras e bem-sucedidas de uso sustentável dos recursos, com a redução do desperdício e a promoção da qualidade de vida das pessoas (TRIGUEIRO, ,2017,p.07).

O livro é dividido em nove temas: energia; água; biodiversidade; mudanças climáticas; resíduos; planejamento urbano e construções sustentáveis; sociedade e consumo consciente, traz em formato de textos curtos matérias jornalísticas que foram destaque nos programas. O jornalista também salienta que as notícias produzidas mobilizaram o poder público a fazer leis: “Os assuntos mostrados na Globo News inspiraram projetos de lei, políticas públicas, novos conteúdos pedagógicos em universidades e escolas, e foram incorporados nos mais diversos espaços e instâncias-do planejamento estratégico de empresas a reuniões de condomínio” (TRIGUEIRO, 2017).

Essa mobilização feita pela recepção do público ao ler as histórias do livro “Cidades e Soluções”, podem também ser vistas pelas manchetes dos sites Gaúcha ZH e

Ecoa-Uol, que serão analisadas neste trabalho. Nesses sites também será possível ver que as notícias se complementam entre as editorias, uma delas é a editoria Política, que será detalhado a seguir.

## **2.1. Política como editoria**

Com o histórico do Jornalismo ser um anunciador dos líderes políticos desde 1808, como foi apresentado no início deste capítulo por Medina (1988), a editoria de Política vem passando por transformações ao longo do tempo. A função social do jornalista de informar e ser imparcial nas coberturas dos fatos, foi sendo descredibilizada. Isso devido à relação inerente de poder tanto da política, quanto a do Jornalismo. Isso porque os veículos jornalísticos exercem uma função representativa nas sociedades contemporâneas, constituindo-se em um espaço propício para divulgação de perspectivas diversas e dos projetos dos grupos em conflito na sociedade, como afirma Miguel (2014).

A palavra política tem origem no grego- termo politiké – “polis” que significa cidade e “tikós” ,que se refere àquilo que é público, ou seja, aos bens comuns dos cidadãos. Surgiu na Grécia Antiga, depois da formação das cidades-estados, a partir da necessidade de criar um sistema de organização para o governo. Essa necessidade surgiu por conta das classes sociais populares que também desejavam participar das decisões relativas à cidade.

Portanto, a linguagem emerge como uma ferramenta de destaque na sociedade, exercendo autoridade por meio dela, na medida em que os cidadãos detêm direitos. Nesse contexto, a razão passa a prevalecer sobre a força, tornando-se uma forma de dominação no exercício do poder. Esse poder, subjetivamente, permeia tudo o que consumimos e é denominado por Bourdieu (1989) como poder simbólico. Ele opera principalmente por meio das ideias, de maneira invisível. Como afirma Bourdieu (1989), "o poder simbólico é um poder que molda a realidade, buscando estabelecer uma ordem homogênea no mundo social".

O papel de formar um consciente coletivo nivelado sobre os fatos que acontecem na sociedade, é uma das premissas do trabalho jornalístico. Porém, sabe-se que o Jornalismo até pode se considerar como um Quarto Poder, como apresenta Traquina (2005). Com isso, atualmente também existe uma especialização em Jornalismo Político, mas aqui o foco é a editoria política.



Pode-se perguntar o que uma editoria de Política, num jornal, pode abordar, porém como Erbolato (1981) explica “considera-se política a direção dos negócios públicos”, “a arte de governar os povos” ou “o conjunto de planos em ação”. O autor complementa que assuntos como “a construção de vias de acesso e a designação de um embaixador podem merecer ou exigir que sejam interpretados sob o prisma político”, a depender da visão do veículo jornalístico.

Um caso de interpretação jornalística, foi a mudança de nome da editoria Poder para Política do veículo jornalístico digital Folha de S. Paulo, em 1º de fevereiro de 2022. A mudança, segundo o site do grupo de comunicação, teve “como objetivo fazer mais transparente para o leitor qual o escopo da cobertura feita na editoria pelo núcleo da Redação” (FOLHA UOL, 2022).

**Figura 1.** Captura do anúncio da mudança de nome da Editoria Poder do jornal Folha de S. Paulo



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/editoria-poder-da-folha-passa-a-se-chamar-politica.shtml>

No site, na época, eles também afirmaram que os principais temas pautados na editoria são Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário nos diferentes níveis federativos, além de assuntos relacionados aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira. A mudança aconteceu, segundo eles, meses antes das eleições nacionais de outubro, assunto de destaque no noticiário político, no ano passado, devido à crescente preocupação com o combate às fake news e a polarização do país.

Essa mudança, não só predestinou como a sociedade poderia se encontrar após as Eleições de 2022, como também, previu comportamentos de uma parcela da sociedade que participou de um ato antidemocrático, ocorrido em 08 de janeiro de 2023. Desde

então, o papel de buscar com que um debate informacional sobre práticas em prol do bem comum, se fortaleça na sociedade, tem sido buscada pelos veículos.

Visto que se sabe que o desenvolvimento considerado saudável de um país, parte do princípio de defender a democracia e respeitar as diferenças, isto é, os cidadãos focarem na construção de uma comunidade humana, como destaca Paiva (2003). “Comunidade é então, o que permite vislumbrar a abertura para estender criativamente novas pontes sobre a dissociação humana”. Fortalecer um debate informacional é não só trazer pautas de partidos políticos, escândalos de líderes, entre outras, mas também mostrar o que tem sido feito para resolver os problemas comuns a todos os cidadãos, independente de preferência política.

A partir desse confronto, os jornalistas podem trazer ao debate público questões que façam a sociedade não só se sentirem consumidores, mas também cidadãos. Na resolução de problemas comuns que se originam de temas complexos como saúde, educação, a criação de Políticas Públicas, pode ser uma das respostas. Resposta essa que demanda tempo para ser implementada e que podem ser esquecidas durante o mandato do líder político caso não esteja em sua agenda de governo.

Para compreender o papel do jornalista na criação de Políticas Públicas num país e a importância delas no sistema político, seja na esfera municipal, estadual e governamental, o Dicionário de Políticas Públicas (2012) explica: “Políticas públicas são decisões que envolvem questões de ordem pública com abrangência ampla e que visam à satisfação do interesse de uma coletividade”. O autor ainda complementa:

Podem também ser compreendidas como estratégias de atuação pública, estruturadas por meio de um processo decisório composto de variáveis complexas que impactam na realidade. São de responsabilidade da autoridade formal legalmente constituída para promovê-las, mas tal encargo vem sendo cada vez mais compartilhado com a sociedade civil por meio do desenvolvimento de variados mecanismos de participação no processo decisório (DICIONÁRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS, 2012,p.390).

Diante desse entendimento, os jornalistas podem contribuir desde a criação, passando pela implementação e atual efetivação de uma Política Pública, não necessariamente se tornando cobradores da sociedade civil, mas na formação de consciência acerca delas. A abordagem do Jornalismo de Soluções busca focar no “o que” tem sido feito e no “como” o problema está sendo resolvido. Produzir notícias a partir

dessa abordagem, com dados quali-quantitativos, que comprovam a eficácia da resposta aos problemas é construída a partir da escuta, competência jornalística que será discutida sobre este trabalho.

Para Erbolato (1981) o fato de os jornalistas fazerem cobertura sobre o andamento de projetos, nas esferas municipais, estaduais e federais, impacta a vida das pessoas em questões sensíveis. Com isso fazer com que a população se sinta escutada e com suas necessidades atendidas, o jornalista consegue dar visibilidade a temas sensíveis e complexos e trazer luz por meio das Políticas Públicas aos problemas sociais atuais. Um desses problemas, é a segurança a qual se tornou uma editoria também e que será tratado a seguir.

### **2.3. Segurança como editoria**

Segurança é uma das necessidades básicas de um ser humano, dentro da escala de Abraham Maslow é a segunda dos níveis. Ela não só compreende a segurança física, mas a emocional, isto é, tudo ligado à autopreservação. Essa necessidade foi diagnosticada no estudo “Teoria da Motivação Humana” (MASLOW, 1954).

Se autopreservar é um sistema de defesa desde os primórdios da humanidade, até mesmo pela necessidade de perpetuação. Na comunicação, a necessidade de segurança é trabalhada de várias formas, seja na publicidade, na saúde, no trabalho e até pessoal. No Jornalismo, por meio da produção de notícias, os veículos também podem impactar o senso de segurança do público, seja por meio das imagens divulgadas nas notícias televisivas ou pelas manchetes nos impressos e sites. Erbolato (1981) diz que as atividades policiais sempre foram divulgadas com destaque:

Dificilmente um crime deixa de ser noticiado. Boa parte da imprensa brasileira admite o fato policial como um atrativo para o público leitor. Ainda que um esfaqueamento ocorra em um simples casebre, ou em favela distante, sempre há jornais que a ele se referem, inclusive com ilustrações que mostram o local, além do homicida e da vítima (ERBOLATO, 1981,p.53).

Um exemplo é o caso do Jornal Extra, da cidade do Rio de Janeiro. Em 2017, o jornal anunciou a criação de uma editoria denominada “Guerra do Rio”. Em editorial intitulado, “Isso não é normal” publicado na versão digital e na versão impressa do veículo. Na capa do jornal, o veículo afirma “que os episódios de violência urbana na

cidade do Rio de Janeiro já haviam ultrapassado o limite da normalidade” (JORNAL EXTRA, 2017). O jornal ainda explica:

A partir desta edição, o leitor passará a encontrar em nossas páginas uma expressão que, até então, nossos jornalistas evitavam: guerra do Rio. Não se trata de uma simples mudança na forma de escrever, mas, principalmente, no jeito de olhar, interpretar e contar o que está acontecendo ao nosso redor. O EXTRA continuará a noticiar em suas páginas policiais os crimes que ocorrem em qualquer metrópole do mundo: homicídios, latrocínios, crimes sexuais..., mas tudo aquilo que foge ao padrão da normalidade civilizatória, e que só vemos no Rio, estará nas páginas da editoria de guerra. Um feto baleado na barriga da mãe não é só um caso de polícia. É sintoma de que algo muito grave ocorre na sociedade. A utilização de fuzis num assalto a uma farmácia não pode ser registrada como uma ocorrência banal. A morte de uma criança dentro da escola ou a execução de um policial são notícias que não cabem mais nas páginas que tratam de crimes do dia a dia (JORNAL EXTRA, 2017).

Eles iniciam o editorial abordando o fato de que os jornalistas resistiram significativamente à mudança de nome da editoria. Esse posicionamento não apenas reflete uma preocupação com a possível reação do público, mas também revela um viés de liberdade editorial, permitindo ao veículo publicar interpretações dos fatos conforme sua escolha. Conforme apontado pelos pesquisadores Kneipp e Moraes (2020), ao estabelecer a nova editoria, o jornal parece buscar uma alternativa para evitar a banalização da violência da qual é, de certa forma, cúmplice, passando a destacar e classificar o cenário urbano de acordo com sua própria conveniência editorial e econômica.

E o jornal Extra continua:

A criação da editoria de guerra foi a forma que encontramos de berrar: isso não é normal! É a opção que temos para não deixar nosso olhar jornalístico acomodado diante da barbárie. Temos consciência de que o discurso de guerra, quando desvirtuado, serve para encobrir a truculência da polícia que atira primeiro e pergunta depois. Mas defendemos a guerra baseada na inteligência, no combate à corrupção policial, e que tenha como alvo não a população civil, mas o poder econômico das máfias e de todas as suas articulações (JORNAL EXTRA, 2017).

**Figura 2.** Captura da página inicial da editoria “Guerra no Rio” do Jornal Extra



Fonte: <https://extra.globo.com/casos-de-policia/guerra-do-rio/>

Nesse parágrafo, o veículo busca argumentar que o discurso de guerra produzido pode escapar ao entendimento que desejam que o público tenha, um discurso que simplesmente retrate a "realidade" e que não seja de sua responsabilidade. Na época da criação da editoria, estava ocorrendo uma intervenção federal na segurança pública no Rio de Janeiro, iniciada em 2016, que estava afetando principalmente a população civil.

Já no último parágrafo de apresentação da editoria, numa postura de reconhecimento, o jornal afirma que não existe solução fácil para o problema.

Sabemos que não há solução fácil nem mágica para o problema. Guerra pressupõe vitórias, derrotas, avanços, recuos, acertos e erros. É preciso paciência e consciência de que nada será resolvido a curto prazo. Mas temos a esperança de perder, um dia, o título de ser o único diário do planeta a ter uma editoria de guerra num país que se recusa a reconhecer que está em guerra (JORNAL EXTRA, 2017).

O Jornal Extra procurou uma abordagem inovadora na cobertura de notícias de segurança na cidade do Rio de Janeiro, mas foi criticado por jornalistas e especialistas em Segurança Pública. No mesmo mês do lançamento da editoria, o jornal se uniu ao "O Globo", outro veículo do mesmo grupo, para realizar um evento discutindo soluções para a crise no estado, abordando questões como segurança, mobilidade urbana e economia. No entanto, a editoria foi encerrada até meados de dezembro do mesmo ano.

Porém, o exemplo do Jornal Extra, mostra a potencialidade de uma editoria de Segurança de tratar seus problemas oriundos de variadas esferas por uma outra óptica: a de trazer respostas e a de mostrar suas limitações. E quando fala-se aqui de limite, o nome que se dá ao espaço urbano onde as se dão origem a tantos outros problemas, é a cidade, editoria que será tratada a seguir.

### **2.3. Cidade como editoria**

A pandemia da COVID-19 foi um marco temporal de impacto no mundo e em especial no Brasil. Tanto as relações sociais, como também os setores da economia, saúde e educação e claro, comunicação foram transformados. Uma das primeiras relações a serem transformadas, foi a relação do indivíduo com o espaço. Já que a transmissão da doença se dava por contato físico, o isolamento social se fez necessário e uma mudança interna foi iniciada.

O sentir de um indivíduo num espaço ocupado foi alterado, o qual foi começado pelo seu corpo, como afirma Neves e Sobral (2019). “Ele faz a leitura do meio e é a consciência que constroi leituras e interpretações dotadas de significados. Há construção de sentidos entre os sujeitos que se comunicam e entre o sujeito e o mundo”.

Os autores afirmam que há dois significados de sentido que podem ser considerados. A primeira voltada à percepção, às sensações. Para eles a compreensão dos sentidos, vai além de produtos biológicos. “São resultado de um contexto social e cultural. As atividades sensoriais do sujeito são, portanto, fruto da vida em sociedade. O indivíduo cumpre a função de construir seu próprio arranjo sensorial como "mundo de sentido”, Neves e Sobral (2019).

Já o segundo significado é um princípio filosófico, levando em conta que sentido é uma palavra de origem latina, que vem de *sensus*, que significa a capacidade de perceber ou sentir as impressões ou sinais do mundo. Eles complementam:

Sentido para a filosofia é uma expressão e produção, fenômeno que se dá no momento em que se expressa, sai de si, põem-se para fora e se produz no decorrer do acontecimento. O sentido não existe a priori. Não é algo que está por antecipação, mas algo que se constroi no evento do acontecer. Os acontecimentos não possuem um sentido, eles são o sentido, que não está nem nas coisas, nem nos seres, mas na sua fricção, no seu atrito, é a interseção de vários comportamentos (NEVES E SOBRAL, 2019).

E nesse acontecimento de saúde pública que foi um marco de união e solidariedade entre a população brasileira, a relação de comunicação entre cidade e indivíduo, se transformou. Como os autores Ribeiro; Braidá; Filho (2021) destacam, “a cidade contemporânea é fruto da ação de variados agentes, que de maneira complexa e distinta provocam constantemente um processo simbólico de reorganização simbólica”.

Quando se considera a ação de diversos agentes sociais, destaca-se a importância da relação entre vizinhos, que se tornou uma poderosa aliada em tempos de pandemia. A vizinhança é onde se criam laços comunitários, um fenômeno que remonta aos primórdios da civilização, quando fixar moradia em determinado local era uma questão de sobrevivência. Como destacado por Park (1967), atualmente, desde os condomínios fechados até as favelas, cada comunidade tem sua própria dinâmica. A estrutura das cidades, com a formação de bairros, transformou-se em um organismo vivo e um "laboratório de experiências humanas".

A cidade mostra em excesso o bem e o mal da natureza humana. Talvez seja este fato, mais do que qualquer outro, que justifica a perspectiva que faz da cidade um laboratório ou clínica onde a natureza humana e os processos sociais podem ser estudados conveniente e proveitosamente (PARK 1967).

Como um laboratório social, é importante retomar a história dos veículos já contada no início deste capítulo e afirmar a importância que o jornal impresso ocupou na trajetória do Jornalismo. Park (1967) afirma que o jornal é o grande meio de comunicação dentro da cidade. “É na base da informação fornecida por ele que se baseia a opinião pública. A primeira função que um jornal preenche é a que anteriormente o falatório desempenhava na aldeia (PARK,1967),

Com o avanço da sociedade tecnológica, a aldeia se tornou digital e os veículos começaram a investir nas notícias locais. Essa é uma forma de atrair e manter a confiança do público. Assim, a fidelização por meio da criação de uma editoria com assuntos referentes à vivência de uma população de um município, é uma oportunidade de produção a partir do Jornalismo de Solução, pois causa identificação do público com o problema noticiado. A editoria de Cidade pode ser chamada Cotidiano, local ou até mesmo em veículos grandes e regionais, virem com o nome/elemento de referência da cidade sede do veículo, como é o caso do Gaúcha ZH. O site, um dos objetos de estudo

deste trabalho, que vai ser mais detalhado à frente, traz em sua produção de notícias fatos nacionais ampliados para um ângulo local.

**Figura 3.** Captura da página inicial da Editoria Porto alegre do site Gaúcha ZH



Fonte: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/ultimas-noticias/>

Diante disso, considera-se que o digital hoje cumpre o papel de uma aldeia, com suas criações de comunidades virtuais por meio de redes sociais, como Youtube, Pinterest, Facebook e Twitter, entre outras. Assim, os veículos tiveram que fazer suas adaptações com assinaturas de newsletter gratuitas e perfis em redes sociais com novas formas e formatos de produção, mas os mesmos fatos. Esse processo se chama Jornalismo convergente, que será tratado a seguir.

### **3. JORNALISMO ESPECIALIZADO NO CONTEXTO DO JORNALISMO CONVERGENTE**

Convergir, ir para um mesmo ponto. Ponto esse que no Jornalismo, as editorias apresentadas anteriormente estão em constante transformação e aprimoramento. Da imagem ao metaverso, os veículos jornalísticos estão buscando se atualizar, manter e conquistar novos públicos, tem sido uma emergência. Investir em uma distribuição multiplataforma que converse com as escolhas do público, é uma das estratégias dessa convergência jornalística (BARBOSA,2009). Essa transformação, inclui especialmente



em relação aos produtos jornalísticos, que estão sendo produzidos a partir de olhares mais focados em ampliar aspectos que antes eram somente detalhes e que se complementam como será visto neste capítulo.

### **3.1. Convergente Continuum**

A convergência jornalística pode ser considerada um processo que vem sendo estudado desde a década de 70. O fenômeno da convergência vem sendo abordado sob diferentes perspectivas (tecnológica, cultural, de propriedade, empresarial, estrutural, legal/regulatória, produtiva, da narrativa e/ou dos conteúdos, dos usuários) e em âmbitos diversos da Comunicação, afirma Barbosa (2013).

Em 2006, o teórico Henry Jenkins cunhou o termo "cultura da convergência" para expressar a ideia de que as mídias tradicionais e as novas mídias compartilham aspectos contemporâneos (JENKINS, 2006). A pesquisadora Barbosa (2013), por sua vez, descreve a convergência jornalística como englobando não apenas a integração entre diferentes meios (rádio, TV, impresso), a produção contínua de conteúdo 24/7 e a reorganização das redações, mas também a capacidade dos jornalistas de serem "platform-agnostic", isto é, capazes de distribuir informações do impresso para a web, bem como a introdução de novas funções jornalísticas.

A partir dessas novas funções jornalísticas, os profissionais, por exemplo, de TV passaram desenvolver competências audiovisuais. “Logo as redações passaram a contratar profissionais já com essas expertises aprendidas na formação universitária nas faculdades de comunicação, sendo diferencial a multifunção”, destaca Dias Rezende e Reis (2021). Outra particularidade também foi adicionada a convergência jornalística, como comunidade/ audiência ativa atuando segundo o modelo Pro-Am (profissionais em parceria com amadores, que podemos chamar de Jornalismo Colaborativo ou Cidadão).

Segundo Barbosa (2013), esse modelo é todo estruturado no digital, isto é, no site web e para isso as empresas jornalísticas tiveram que aumentar a interatividade e ter conhecimento de promoção cruzada, clonagem ou reprodução de conteúdo, competição cooperativa, compartilhamento de conteúdo.

Para Jenkins (2006), essa convergência ocorre nos mesmos aparelhos, franquias e empresas, quase também pelos indivíduos pertencentes aos mesmos grupos pelos quais

são fãs de algo em comum. Hoje, pode-se considerar que a maior parte dos veículos jornalísticos estão em modelos convergentes ao redor do mundo e especificamente no Brasil, como é o caso do jornal impresso “Zero Hora”, com o portal Gaúcha ZH e o “UOL”, com o portal Ecoa Uol, sendo os dois últimos como já mencionado, objetos empíricos deste trabalho praticantes do Jornalismo de Soluções.

Já para compreender a noção de Continuum multimídia de fluxo horizontal ser dinâmico, como afirma Barbosa (2013) é preciso explicar o que envolve este processo. “São aspectos relacionados aos desenvolvimentos tecnológicos, à absorção de novos procedimentos para realizar os processos e rotinas de produção do jornalismo”. Já para compreender o continuum multimídia, precisamos entender a evolução do estágio do Jornalismo em redes digitais.

Com a chegada da internet, o jornalismo avançou consideravelmente e passou por transformações inesperadas na produção e no seu alcance junto ao público. A análise por estágios de evolução é útil para compreender essas mudanças. Um estágio crucial é quando os celulares com acesso à internet se tornam meios primordiais para obter informações. Além disso, as bases de dados (BDs) desempenham um papel fundamental em várias etapas da atividade jornalística, desde a pré-produção até o consumo e pós-produção. Essas BDs não apenas estruturam a atividade jornalística, mas também influenciam a construção de sites jornalísticos, estabelecendo um padrão, como ressalta Barbosa (2013).

Dessa forma, foi confirmado a criação de um modelo próprio, o Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), que já expandiu e vem demarcando meios e formatos de informações como agentes singulares no processo de convergência:

O Paradigma JDBD é conceituado como sendo o modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da composição e da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que também vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação, a circulação e recirculação dos conteúdos jornalísticos em multiplataformas (BARBOSA, 2013).

Neste contexto, as mídias móveis foram se aperfeiçoando, especialmente smartphones e tablets, são considerados agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de

conteúdos jornalísticos em multiplataformas. Como destacado mais uma vez por Barbosa (2013) “Dentre eles, destacam-se como inovadores as aplicações criadas de forma nativa com material exclusivo e tratamento diferenciado”. Portanto, para manter a sustentabilidade financeira, os veículos de comunicação estão criando produtos categorizados em Premium e Fremium, que serão abordados no próximo subcapítulo.

### **3.2. Premium e Fremium**

Com a convergência jornalística, os veículos tiveram que se reinventar para manter um padrão importante na base de um grupo de comunicação: o financeiro. Investir em profissionais, novas tecnologias para as redações e na produção de notícias foi e ainda é um desafio para os veículos.

Se na época da integração digital, em 2009, o custo da mudança já era uma questão a ser pensada pelos donos de veículos, após três anos, segundo Costa (2014), houve uma queda de receita significativa sobretudo nos jornais impressos. “Cortes de custos, queda do faturamento com publicidade, perda de leitores e diminuição do tamanho vem sendo uma constante neste negócio nos últimos anos -desde a emergência das novidades trazidas pela tecnologia em rede”, afirma o pesquisador.

Uma das questões que norteiam os jornalistas é até que ponto a informação pode ser distribuída gratuitamente ao público, de forma a fazer com que o mesmo possa ser fidelizado. Essa sempre foi uma questão incômoda para a classe de jornalistas, com exceção para o jornal “The Guardian”, fundado em 1821 e completou 200 anos em 2021 que sempre foi mantido por uma fundação e não tem um modelo de negócio voltado para a lucratividade. Além de também ser dos primeiros veículos a trabalharem a abordagem de Jornalismo de Soluções em suas notícias. Para o pesquisador Caio Túlio Costa (2014), se muitos veículos acreditavam que as receitas de publicidade por si só resolveriam as contas, essa certeza começou a diminuir no começo da década de 21, quanto mais os jornais adotavam sistemas de cobrança de assinaturas para o acesso de seus conteúdos.

A partir desse momento, eles começam a investir em iniciativas como o paywall poroso ou flexível (sistema que oferece ao leitor a oportunidade de se tornar assinante pagante depois de degustar uma certa quantidade de texto), que é uma das formas de pagamento por notícias Premium oferecidas nos veículos. Os veículos também oferecem brindes, descontos, oportunidade de sugerir pautas, para poderem angariar a audiência. Já os conteúdos Fremium, ainda é possível ter acesso em veículos tradicionais, porém em

troca, a audiência deve assistir um vídeo do patrocinador, ter acesso a somente três matérias por mês ou contar com as manchetes linkadas em um newsletter.

Essas mudanças realizadas por veículos jornalísticos, são atualizadas a cada ano, para manterem sua audiência consumindo algum produto, como por exemplo o grupo “O Globo”, com o site G1, o podcast “O Assunto” e a Globo play, canal que é transmitido o programa “Cidades e Soluções”, de André Trigueiro, todo domingo às 21h. Todos esses produtos, tem informações que são transformadas em conteúdo e distribuídas em outros meios de acordo com o seu público específico

O crescimento desses produtos em maioria no formato premium, foi expressivo na pandemia do Coronavírus, principalmente para veículos que tinham o impresso como principal meio e que ainda estavam aderidos a convergência. Inclusive a captação de assinantes passou a ser por meio do WhatsApp usando memes em grupos, como aponta um estudo realizado por Dias Rezende e Reis (2021):

Também se viu aumentar o número de artigos informativos-opinativos, ampliar a quantidade de podcasts de jornais e intensificar a oferta de acesso a conteúdo por meio de aplicativos com réplicas das edições impressas. Identificou ainda ações multimidiáticas inovadoras, tais como uso de drones para fazer entrevistas à distância, de forma a respeitar o isolamento social, em ação que ganhou destaque na imprensa especializada (DIAS REZENDE e REIS, 2021).

Diante desse cenário, o pesquisador Caio Túlio Costa (2014) destaca um desafio contínuo para os veículos jornalísticos: o problema geracional. Cada meio de comunicação - rádio, TV, impresso e internet - possui um público específico, como aponta o autor. Ele identifica três grupos: os nativos analógicos, que são aqueles que eram adultos durante os anos 90, cuja formação se deu principalmente por meio de livros ou apostilas impressas. Esse grupo é composto por pessoas experientes e críticas, que, ao buscar informações na internet, preferem fontes conhecidas. Eles tendem a reclamar do excesso de informações, têm conhecimento básico de tecnologia (como celulares e e-mails) adquirido na idade adulta e não dominam completamente o universo digital, embora se esforcem para se adaptar a ele.

O segundo tipo são os nativos digitais, que dominam de maneira intuitiva a internet e os aparelhos. Consideram-se protagonistas na internet, eles sempre estão bem à vontade na rede, conversam com os amigos na rede, descobrem novos aplicativos,

investem em jogos e em todas as redes sociais lançadas e incluem aqui Twitter e TikTok. A formação deles se dá com conteúdos digitais, nas suas diferentes formas, eles aprendem com a internet, com as séries de televisão, cinema e histórias em quadrinhos. Fazem conta na calculadora, nasceram praticamente com e-mail ou um perfil em rede social e usam o celular desde crianças (COSTA, 2014).

Segundo o autor ainda, o último, são os analógicos digitais que fazem interseção entre os dois públicos. É aquele ser nascido analógico, mas com os olhos, ouvidos e cabeça voltados para o mundo digital, um exemplo de um analógico digital é o Steve Jobs, que criou iTunes, computadores, tablets e smartphones da Apple.

Considera-se aqui destacar esses três tipos de audiência, pois o Jornalismo hoje está em uma constante convergência, isto é Mídia e Sociedade estão vivendo processos individuais que se encontram simultaneamente. Dessa reunião, especializações jornalísticas estão buscando conteúdos cada vez mais envolventes para atrair e manter público, como vai ser apresentado a seguir.

### **3.3 Jornalismo Investigativo**

Apuração. Característica de base comum no campo do Jornalismo está cada vez mais especializada. E é no jornalismo investigativo que ela se aprofunda, mas para chegar a esta nomeação, a prática tem uma história, que mesmo depois de 50 anos completados em 2022, traz detalhes que remete aos dias atuais.

O episódio aconteceu nos Estados Unidos, a partir de uma escuta ilegal na sede do partido democrata localizada no Edifício Watergate, em Washington, por gente ligada ao governo republicano de Richard Nixon, presidente do país na época. O grupo formado por cinco pessoas que invadiu a sede do Partido Democrata era formado por ex-membros da CIA (Agência Central de Informações). O episódio aconteceu a cinco meses antes das eleições presidenciais, os invasores foram denunciados pelo vigia do prédio. Foram pegos fotografando documentos e checando aparelhos de escuta instalados anteriormente. Os mandantes instalaram um posto de comando em um quarto de hotel do outro lado do edifício, onde ficava a sede do partido (Fortes, 2005).

O fato foi abafado por falta de provas e a mídia deu pouca atenção ao caso. Somente o jornal The Washington Post, dirigido pela empresária Katharine Graham,

aprofundou-se nas investigações, a partir de pistas deixadas pelos grupos. Os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein foram atrás apurar o caso. Bob encontrou no edifício uma caderneta de um dos invasores. Nela, o repórter achou o nome do assessor da Casa Branca e a escrita "W. House". As informações mais importantes foram dadas a Woodward, por uma fonte segura da Casa Branca, que ficou conhecida como "Garganta Profunda". O jornal publicou uma série de reportagens investigativas escritas pelos jornalistas, o que causou a renúncia do presidente Nixon. O caso abalou a história americana e mais ainda a do Jornalismo, por usarem pela primeira vez uma fonte anônima (FORTES, 2005).

Se o jornalismo investigativo começou no mundo, reportando fatos que desconhecidos e polêmicos na Política, editoria que desde seu surgimento tem a sua importância, no Brasil ações de investigação pelos jornalistas começaram após o fim da Ditadura Militar (1964-1985). A imprensa durante esses anos foi contida pela censura e pela força de repressão. Fortes (2005) explica como a prática foi se estabelecendo no país:

Com a redemocratização do país, em 1985, os jornalistas começaram a respirar, a fugir do noticiário oficial e, finalmente, a buscar a melhor notícia — aquela que está escondida. Foi na Era Collor, no entanto, que os métodos de investigação tornaram-se organizados dentro das redações. [...] Pode-se dizer que o impeachment de Collor é o marco zero do jornalismo investigativo no Brasil (FORTES, 2005,p.09).

A partir desse acontecimento político que marcou a história nacional, jornalistas e donos de veículos de comunicação se viram diante um acontecimento com consequências que ainda precisavam ser apuradas. Com o passar dos anos, a especialização foi sendo legitimada e em dezembro de 2002, foi fundada a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), uma instituição de jornalistas, desvinculada dos diversos interesses das empresas de comunicação, com o objetivo de sistematizar práticas e conhecimentos ainda dispersos do jornalismo investigativo. Na ocasião da fundação, fazia seis meses que o jornalista Tim Lopes, da TV Globo, havia sido perseguido, sequestrado, torturado e assassinado a mando do tráfico de drogas, enquanto realizava uma reportagem investigativa no Morro do Alemão, no Rio de Janeiro (ABRAJI, 2020b).

A ABRAJI foi criada na segunda edição do seminário “Jornalismo investigativo: ética, técnicas e perigos”, que aconteceu em agosto de 2002 no Rio de Janeiro, como a

Associação conta em seu site. “O pontapé que levou à criação da ABRAJI surgiu de uma troca de e-mails entre uma rede de 45 jornalistas, iniciada em setembro de 2002 pelo jornalista Marcelo Beraba, sensibilizado com a tragédia ocorrida com Tim Lopes”, enfatiza (ABRAJI,2020a). A instituição que completou 20 anos em 2022 atua em defesa do direito de acesso a informações pública e realiza desde 2013, o Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo, que atrai uma parcela significativa de interessados, como reitera ABRAJI (2020b).

Uma das formas mais eficientes de perseguir essas metas é a organização de congressos, seminários e cursos. Em 2020 foi realizado pela 15ª vez o Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo, evento consolidado no calendário de jornalistas e estudantes de jornalismo de todo o país. Por causa da pandemia do novo Coronavírus, o evento foi totalmente virtual e bateu recorde de inscritos: mais de 10 mil pessoas (ABRAJI, 2020b).

A ABRAJI também atua em diferentes projetos que buscam garantir a proteção e a defesa de jornalistas, como também o acompanhamento de casos de censura judicial e de violência contra jornalistas. Um dos veículos jornalísticos pioneiros na prática de Jornalismo Investigativo, é a Agência Pública. Fundada em 2011, por repórteres mulheres e sem fins lucrativos do Brasil, as reportagens feitas pelo veículo têm base em uma rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa dos direitos humanos, como ela afirma em seu site:

Investigamos a administração pública, incluindo todos os níveis de governo e as casas legislativas; os impactos sociais e ambientais de empresas, suas práticas de corrupção e de antitransparência; o Poder Judiciário, sua eficácia, transparência e equidade; e a violência contra populações vulneráveis na cidade e no campo (AGÊNCIA PÚBLICA, 2023).

**Figura 4.** Captura da página inicial do site da Agência Pública



Fonte: <https://apublica.org/>

A Agência Pública tem como valores independência editorial; promoção dos direitos humanos e do direito à informação e qualificação do debate democrático; jornalismo investigativo e inovador, com apuração isenta e criteriosa, baseada em fontes primárias, construção da igualdade de gênero e ambiente cooperativo, com estímulo à formação de jornalistas éticos e competentes (AGÊNCIA PÚBLICA, 2023).

Com esse exemplo apresentado, um detalhe de competência jornalística que no jornalismo investigativo é o que lhe diferencia é a leitura, a apuração contra pelo das informações expostas sobre um dado, assim também o uso de fontes anônimas. Esse tipo de Jornalismo tem como função base apurar informações, mas é o como e o com quem, que o diferencia. E para garantir a elegibilidade na apuração dos fatos, nas reportagens, o jornalismo investigativo tem usado e procurado debater sobre os impactos da Inteligência Artificial (IA) no uso de bancos de dados codificados e que será discorrido sobre a seguir.

### **3.4. Jornalismo de Dados**

Dados. Uma palavra que costumava ser ouvida principalmente nas Ciências Exatas ou Biológicas, agora é cada vez mais comum nas Ciências Sociais Aplicadas, incluindo o Jornalismo. A incorporação de informações que vão além de fotos, vídeos e textos é uma realidade nas redações atualmente. Mas como surgiu o Jornalismo de Dados? Esse termo emergiu na década de 2000 e refere-se às práticas jornalísticas que utilizam grandes conjuntos de dados como base para gerar notícias.



Como aponta Rogers (2023), o primeiro exemplo de jornalismo de dados remonta a 1821, com uma publicação no "The Guardian". Tratava-se de uma lista, obtida de uma fonte não oficial, que relacionava as escolas da cidade de Manchester com o número de alunos e os custos de cada uma. Segundo Rogers, essa lista ajudou a revelar o verdadeiro número de alunos que recebiam educação gratuita, muito além dos números oficiais divulgados.

O exemplo do jornal britânico foi seguido por muitas redações ao redor do mundo. No guia "Data Journalism Handbook", editado pelos jornalistas europeus Jonathan Gray, Liliana Bounegru e Lucy Chambers, e publicado em 2012, Mirko Lorenz destaca a importância do uso de dados pelos jornalistas em suas reportagens.

Hoje, as notícias fluem à medida que acontecem, de várias fontes, testemunhas oculares, blogs e o que aconteceu é filtrado por uma vasta rede de conexões sociais, sendo classificado, comentado e, na maioria das vezes, ignorado. É por isso que o jornalismo de dados é tão importante. Reunir, filtrar e visualizar o que está acontecendo além do que os olhos podem ver tem um valor crescente (LORENZ, 2012).

Conhecer e dominar essa linguagem silenciosa e subjetiva dos dados é um elemento que traz dinamismo nas matérias e qualidade nas notícias. Um exemplo é o do médico John Snow que conseguiu deter um surto de cólera em 1854 na cidade de Londres (BOWES, 2020). A investigação do médico que começou avaliando a condição sanitária dos londrinos e terminou avaliando as situações e ocupações de trabalho dos moradores da época, relacionando-as com o meio ambiente, foi uma anamnese biossocial avançada e um exemplo de interpretação de informações subjetivas que se transformaram em dados concretos.

Da mesma forma, o Jornalismo de Dados desagrega conjuntos massivos de dados, informações contidas em planilhas, e as transforma em notícias. São notícias cujos elementos invisíveis na sua construção escapam à imaginação do público. Um exemplo de jornalista pioneiro nesse campo foi Philip Meyer, professor emérito na Universidade da Carolina do Norte em Chapel Hill e ex-detentor da Cátedra Knight em Jornalismo. Em abril de 1973, ele publicou a primeira edição do livro "Precision Journalism", introduzindo o conceito que aproxima o jornalismo da ciência por meio de métodos científicos sociais.

Embora o Jornalismo de Precisão não necessariamente dependa do uso de computadores, contribui para a análise estatística que já era empregada na pesquisa das ciências sociais. O conceito de Jornalismo de Precisão ainda é válido, mas hoje está mais associado ao jornalismo de dados. No Brasil, registros indicam que o Jornalismo de Dados passou a ser amplamente adotado nas redações entre 2012 e 2015, com iniciativas como Folha SP Dados, Estadão Dados, Nexo Jornal e G1. A evolução do jornalismo de dados nacional tornou-se notável, contando agora com manuais para redações, uma iniciativa de mapeamento nacional e eventos exclusivos, como a Conferência (Coda.Br) e o Prêmio (Cláudio Weber Abramo).

Nas editorias de meio ambiente, política, segurança e urbanismo, o uso de dados é crucial para abordar os desafios sociais que surgem diariamente na sociedade. Atualmente, vemos a presença de veículos que se dedicam especificamente a trabalhar com dados, como o site "Ambiental Media", que desde 2016 realiza investigações jornalísticas fundamentadas em ciência e dados. Eles afirmam que transformam conhecimento científico em produtos jornalísticos inovadores, atraentes e acessíveis, com o objetivo de fornecer ao público e aos responsáveis por tomar decisões dados e informações que impactam positivamente a vida das pessoas.

**Figura 5.** Captura da página inicial do site Ambiental Media



Fonte: <https://ambiental.media/>

Em um artigo para o site Ijinet - Rede de Jornalistas Internacionais (2021), o repórter investigativo e jornalista de dados Matthew Kauffman destaca que o jornalismo de dados nunca foi tão valioso ou acessível. Ele observa que, com o aumento da

disponibilidade de dados e um crescente conjunto de ferramentas de análise e treinamento, o jornalismo de dados tornou-se uma habilidade essencial nas redações (KAUFFMAN, 2021).

Kauffman também acrescenta que o Jornalismo de Dados tem o poder de transformar anedotas em verdades sistêmicas, fornecendo evidências concretas para avaliar políticas e responsabilizar formuladores de políticas. Além disso, destaca que se tornou uma parte indispensável do jornalismo premiado e de alto impacto.

Mas muitas redações estão perdendo um dos usos mais significativos da reportagem de dados: apoiar a tendência crescente do jornalismo de soluções que depende de evidências rigorosas para identificar políticas e práticas com um histórico comprovado. O jornalismo tem uma longa e orgulhosa tradição de expor problemas sistêmicos, desde injustiça racial até corrupção governamental, fracassos nos negócios, educação, saúde e muito mais. O jornalismo de soluções leva essa tradição um passo crítico à frente, buscando respostas que estão funcionando e destacando os pontos que comprovadamente acertam (KAUFFMAN, 2021).

Ele ainda conclui que o Jornalismo de Soluções não é especulativo, aspiracional ou ingênuo. É baseado em uma análise perspicaz das respostas aos problemas sociais, baseada em reportagens exigentes e independentes que testam as afirmações e reconhecem as limitações” (KAUFFMAN, 2021). E reconhecer os limites das respostas não só em pautas políticas, como também em outras questões é importante por fazer antecipar cenários que ainda não se tem respostas, como o Jornalismo Preventivo propõe.

### **3.5. Jornalismo Preventivo**

"Prevenir é melhor que remediar", tal um ditado popular pode também ser adotado na cobertura de eventos previsíveis, como enchentes durante os períodos de chuvas intensas no verão ou o aumento de casos de resfriado durante o inverno. Com esse propósito, a ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância), em parceria com a RED ANDI AMÉRICA LATINA e a UNICEF, lançou em 2007 o guia "Jornalismo Preventivo e Cobertura de Situações de Risco: Um Guia para Profissionais da Imprensa com Enfoque na Gripe Aviária".

Essa iniciativa surgiu em resposta à epidemia de Gripe Aviária, que afetou pela primeira vez os seres humanos em Hong Kong em 1997. Com a mutação do vírus, diversos países foram afetados entre 2003 e 2007. O Brasil, sendo líder mundial na

exportação de carne de frango desde 2004, estava particularmente preocupado em evitar a propagação da doença em seu território durante esse período.

Sobre o Jornalismo Preventivo, a ANDI (2007) ressalta que o objetivo do guia é servir como referência para jornalistas de diferentes segmentos da mídia ao cobrir eventos de cunho preventivo, situações de risco ou crises.

Embora tenha como foco a ocorrência de uma eventual pandemia de influenza derivada da Gripe Aviária na América Latina, a intenção é que os conceitos e ferramentas aqui apresentados possam ser úteis aos jornalistas em outros contextos, como desastres naturais, conflitos armados, acidentes ambientais e surtos de doenças fitossanitárias, por exemplo (ANDI, 2007a).

Em 2007, quando a prática foi destacada no país, a ANDI (2007) destacou que ainda não existia uma situação de pandemia na América. E convocou os jornalistas a aderirem a prática:

Não é preciso que ocorra o primeiro caso de Gripe Aviária ou qualquer outra doença em nossa região para que o assunto mereça virar notícia local – para além da eventual visibilidade que possui nas seções de internacional. Desde já é possível (e desejável) fazer uma boa cobertura do tema, que possa inclusive ajudar a prevenir a crise e evitar que um cenário de maior gravidade se instale (ANDI, 2007a).

Dois anos passaram e em 2009 um novo documento criado pela ANDI (2009) trouxe mais reflexões sobre a prática do Jornalismo Preventivo - o documento intitulado “Jornalismo preventivo e cobertura de situações de risco- uma análise do tratamento editorial dedicado pela imprensa brasileira à dengue e à febre amarela”.

O documento trouxe um debate permeado em uma análise empírica de uma cobertura jornalística de seis jornais impressos e quatro telejornais de rede acerca da ocorrência de casos de febre amarela na região Centro-Oeste do Brasil, em janeiro de 2008, e a epidemia de dengue que teve lugar no Rio de Janeiro, ao longo do verão daquele mesmo ano. Além de também trazer dados das coberturas, as percepções de jornalistas que trabalharam com o tema e de fontes de informação consultadas pela imprensa no período analisado.

O documento finaliza em sua apresentação que a prática do Jornalismo Preventivo possibilita um maior acesso à informação do público sobre os acontecimentos, mas não é

capaz de evitá-los ou minimizá-los. E complementa: “Sem as políticas públicas capazes de mitigar os riscos apontados pelos estudos técnicos e científicos, as informações servirão apenas para mostrar o descaso dos tomadores de decisão, enquanto a imprensa conta os mortos e calcula os prejuízos” (ANDI, 2009b).

Uma questão que vem sendo debatida nos últimos meses no país e que o jornalismo preventivo pode ser útil, é a questão do racismo ambiental, que são os efeitos em maior proporção de catástrofes climáticas que impactam negros, indígenas e povos tradicionais em vulnerabilidade. A expressão foi usada numa rede social, pela ministra da Igualdade Racial, Anielle Franco, para lamentar as onze mortes e as famílias desabrigadas causadas por um temporal no Rio de Janeiro no início deste ano.

O jornalismo preventivo sendo trabalhado a partir da prática do Jornalismo de Soluções pode contribuir para um debate sobre um problema ambiental que todo ano é esperado pela população mais vulnerável, que é a chuva. Segundo o pesquisador Raphael Barreto, doutorando da Escola Nacional de Saúde Pública da Fiocruz em entrevista para Pâmela Dias (2024) ao site “O Globo”, “a criação de uma agenda climática, que incentive o debate sobre o racismo ambiental inclusive dentro dos centros de ensino, é uma das saídas para engajar a população”.

Como foi visto, a prática do Jornalismo Preventivo também tem suas limitações, mas aponta para um elemento indispensável no processo de comunicação: o público. A participação do público no jornalismo abriu um leque de práticas jornalísticas que será apresentado a seguir.

### **3.6. Jornalismo Comunitário, Cívico, Público, Participativo, Cidadão e Ativista**

A participação do receptor no processo de comunicação já foi objeto de questionamento ao longo da história da Comunicação. A Teoria da Agulha Hipodérmica, desenvolvida pela Escola Norte-Americana na década de 1930, foi o primeiro modelo teórico da Comunicação e ilustrava o receptor como passivo, ou seja, sem uma presença ativa no processo de comunicação. Para iniciar essa discussão, é importante abordar o direito à participação, garantido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), em seus artigos 27 e 29, que enfatiza a liberdade de participação na vida cultural da comunidade e o dever de contribuir para o bem-estar coletivo.

Em 1976, a Conferência das Nações Unidas reconheceu a participação popular como um direito humano e um dever político. A comunicação foi identificada como uma das formas pelas quais os indivíduos podem exercer esse direito e dever. Peruzzo (2004) destaca que a participação popular implica na tomada de decisões políticas e na aceitação de um sistema que a favoreça. Ela ressalta que, no campo da comunicação, não basta apenas incentivar o envolvimento, mas também é necessário criar canais para essa participação e mantê-los acessíveis. Essa abordagem está relacionada a objetivos estratégicos, ou seja, o destino almejado pela comunicação.

Com o passar dos anos, a participação popular deixou de ser apenas um conceito sociológico e passou a integrar a produção de notícias pelos veículos de comunicação. Com o avanço da tecnologia, o ambiente comunicativo foi transformado e isso influenciou a forma de produzir e o formato das notícias. A participação do público na produção jornalística é denominada de várias maneiras, incluindo o Jornalismo Comunitário. Esse tipo de jornalismo surge como uma reação ao domínio da teoria liberal burguesa e se caracteriza pelo foco em pautas relacionadas a uma comunidade específica e seus interesses (TAVARES, 2014).

O Jornalismo Cívico tem suas origens no século XX, inspirado nas ideias de John Dewey e na Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (COLEMAN, 2003) medida que os veículos passaram a abordar questões comunitárias, temas que demandavam maior participação do público tornaram-se mais comuns. Um exemplo disso é o projeto jornalístico "People Project, Solving Ourselves", desenvolvido por Merrit e lançado pelo jornal Wichita Eagle na década de 1990, que ilustra o jornalismo cívico ao buscar envolver os cidadãos na resolução de problemas locais (TRAQUINA, 2003).

Nesse contexto, os veículos também promoveram debates para identificar os valores fundamentais das posições em conflito. "As empresas jornalísticas também promoveram a realização de uma série de intercâmbios de ideias onde os cidadãos interessados podiam estabelecer contatos e conhecer representantes de diversos grupos" (TRAQUINA, 2003). Dessa forma, o Jornalismo Cívico passou a se assemelhar ao Jornalismo de Soluções, uma proposta de inovação jornalística.

Por outro lado, o Jornalismo Público se diferencia ao priorizar a transmissão de informações sobre acontecimentos públicos, como política, em vez de apenas notícias. O Jornalismo Participativo, Cidadão e Ativista, assim como o Colaborativo, compartilham

o princípio de abrir o código da informação para o público. Embora tenham pequenas diferenças, como o grau de participação do público na produção de conteúdo, todos buscam ampliar o envolvimento do público na produção de notícias.

A prática de horizontalidade na comunicação, com a participação do público na produção de notícias, divide opiniões. Alguns acreditam que isso enriquece a prática jornalística, aproximando-a do público e valorizando-a, enquanto outros temem que isso possa confundir a construção da informação. No entanto, o Jornalismo Comunitário e suas vertentes favorecem a participação das pessoas na sociedade, promovendo debates sobre temas sensíveis, como meio ambiente e segurança, e contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, conforme proposto pelo Jornalismo da Paz.

### **3.7. Jornalismo da paz**

Paz, um estado de harmonia interior e coletiva. Esse conceito, muitas vezes associado à psicologia e à sociologia, encontrou um novo lar: o Jornalismo. Criado pelo professor e doutor Johan Galtung em 1969, deu origem ao primeiro centro de pesquisa para a paz do mundo, o Peace Research Institute Oslo.

Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2000), pesquisadores do Peace Research Institute, definem o Jornalismo da Paz como quando editores e repórteres fazem escolhas - sobre o que reportar e como reportar - que criam oportunidades para a sociedade considerar e valorizar respostas não violentas ao conflito. Eles também afirmam que essa prática aplica "os insights da análise e transformação de conflitos" às práticas jornalísticas de equilíbrio, justiça e precisão na reportagem.

O Centro para Jornalismo pela Paz Global da Park University (2024), em Parkville, Missouri, expande essa definição. Eles afirmam que o Jornalismo pela Paz é uma prática na qual "editores e repórteres fazem escolhas que promovem perspectivas favoráveis à paz".

Essas escolhas, incluindo como enquadrar as histórias e escolher cuidadosamente quais palavras serão usadas, criam uma atmosfera que conduz à paz e apoia a paz iniciativas e pacificadores, sem comprometer os princípios básicos do bom jornalismo. O jornalismo para a paz dá voz aos pacificadores, ao mesmo tempo que torna as iniciativas de paz e as soluções não violentas mais visíveis e viáveis (PARK UNIVERSITY, 2024).

A partir dessa conduta de amplificar pautas que ressignifiquem a realidade de conflito, pode-se achar que esta prática só pode ser realizada na cobertura da guerra entre Israel e Hamas, que começou em outubro do ano passado. Mas no Brasil, isso também é possível. Mas se levarmos em conta a produção de uma editoria nomeada como Guerra, do jornal Extra, o Jornalismo para a Paz, é necessário, mas no âmbito local ou até nacional.

Porém, para esta prática está ainda presente nas redações, uma cultura de paz precisa ser desenvolvida com os profissionais. A partir dessa demanda, foi criada uma perspectiva teórica dos Estudos para a Paz (Peace Studies), em concomitância com a pesquisa desenvolvida pelo Johan Galtung (Cabral; Salhani, 2017). Ele surgiu como uma resposta a violência a que a sociedade é exposta diariamente, e define três níveis de violência: a direta, que envolve conflito físico; a estrutural, que surge da desigualdade social, podendo-se localizar as vítimas, mas não os agressores; e a cultural, que é uma forma de legitimação da violência em que não é possível localizar nem vítimas nem agressores, e que se perpetua por elementos da cultura, como a mídia.

Por isso, como o jornalismo se encontra nessa categoria de promovedor da perpetuação da violência cultural, pesquisadores entendem que é necessário criar uma corrente orientada para a paz, sendo que há também diferenças entre os tipos de paz, havendo a paz positiva e a negativa, de acordo com os estudos de Johan Galtung, citado por Cabral e Salhani (2017). Desse modo, a negativa é a ausência de guerras e a “paz positiva compreende não somente os entremeios dos conflitos; ela é construída sobre os ideais de equilíbrio, cooperação e integração”.

Com a definição ampliada de paz, percebe-se que o Jornalismo pela Paz transcende a mera divulgação de um cessar-fogo, por exemplo. Os autores destacam que essa abordagem analítica da cobertura busca contextualizar o problema e a violência, investigando eventos passados que levaram à situação atual, o próprio conflito, e também procura identificar soluções e medidas preventivas: "As reportagens devem ser equilibradas, dando atenção a todas as fases do que está sendo narrado: o antes (os eventos que levaram àquela situação), o durante (as ações necessárias para transformá-la) e o depois (as consequências e estratégias de prevenção)" (Cabral, Salhani, 2017).

Dessa forma, o Jornalismo para a Paz incentiva a sociedade a pensar em formas práticas de como um problema pode ser resolvido, mas sobretudo estimula ao diálogo



com o diferente. Em tempos de polarização política, como já comentado e de uma violência presente em todas as esferas da sociedade, é necessário construir pontes por meio do Jornalismo.

### **3.8. Jornalismo Construtivo**

Informar de forma justa, precisa e contextualizada o mundo para o público, esse é objetivo da prática do Jornalismo Construtivo, que vem sendo abordada nas redações. Muitas das vezes relacionado ao Jornalismo de Soluções, porém com características diferentes. O Jornalismo Construtivo surgiu em meados de 2010, como uma forma de relatar acontecimentos de modo a se concentrar além do problema. Em 2014, foi criado em Londres o Constructive Journalism Project, organização que tinha como missão “aumentar a conscientização sobre o jornalismo construtivo e ajudá-lo a se tornar um campo estabelecido de prática jornalística” (CONSTRUCTIVE JOURNALISM PROJECT, 2020).

A organização, que decidiu encerrar as atividades em 2020, era composta pelos jornalistas Sean Wood, Danielle Batist Jodie Jackson, Veronique Mistiaen e Giselle Green. Eles formavam um coletivo que promovia o Jornalismo Construtivo dentro da indústria jornalística, inicialmente no Reino Unido e logo em seguida se expandiu em toda a Europa. Após promoverem a prática, com workshops e treinamentos, novas organizações com o mesmo intuito foram surgindo como o Constructive Institute. A organização está sediada na Aarhus University e foi fundada pelo jornalista Ulrik Haagerup, em 2017 (CONSTRUCTIVE JOURNALISM PROJECT, 2020).

A missão que se intitulam ter é “mudar a cultura global de notícias – para ajudar o jornalismo e a democracia. Trabalhamos para combater a banalização e a degradação do jornalismo, enfatizando reportagens mais focadas em soluções, equilibradas e que conectam a sociedade” (CONSTRUCTIVE INSTITUTE, 2023a) A organização também ajuda jornalistas e organizações de notícias a aplicar relatórios construtivos em seu trabalho diário, fornecendo acesso a um portal inspirador de melhores práticas, um programa de bolsas de classe mundial, currículos de treinamento relevantes e iniciando uma rigorosa pesquisa acadêmica independente.

O Constructive Institute foi financiado por várias fundações e empresas privadas, incluindo Tryg Foundation, Meta, Aarhus Stiftstidendes Fond, Den Fynske Bladfond,

Bestseller, Helsingin Sanomat Foundation, Politiken-Fonden, Nordea Fonden, Google Digital News Initiative e KL. Para garantir a independência do instituto, ele foi estabelecido como uma fundação com um conselho e um conselho consultivo composto por jornalistas, profissionais da mídia, ex-políticos experientes e acadêmicos. O conselho supervisiona o desenvolvimento estratégico do instituto e garante o uso eficaz dos recursos financeiros. O Jornalismo Construtivo se define em ser uma resposta ao crescente tabloidismo, sensacionalismo e viés de negatividade da mídia de hoje e oferece um complemento ao jornalismo investigativo e de última hora” (CONSTRUCTIVE INSTITUTE , 2023b).

Sua prática é baseada em três pilares: Cada um deles -foco em soluções, promover uma conversa democrática e cobertura plural -representa uma abordagem jornalística e, conjuntamente, tem a função de fortalecer a democracia que sintetiza a missão principal da prática. A organização relata ainda que há uma variedade de novas técnicas e de conceitos que transpassam novas práticas jornalísticas. “Globalmente, existem outras organizações e jornalistas testando novos formatos e desenvolvendo novos conceitos que vão além da reportagem de problemas e desafios e olham para a responsabilidade social dos jornalistas” (CONSTRUCTIVE INSTITUTE, 2023c).

Após a apresentação dos dados, é possível retomar a discussão sobre as fronteiras de onde se localizam o Jornalismo de Soluções e o Jornalismo Construtivo. Apesar de as duas linhas pregarem o uso de soluções nas reportagens e a capacidade delas de engajar pessoas em assuntos sociais, de modo a promover a democracia, o primeiro parece ter critérios mais rígidos que determinam a solução. Edvaldo Pereira Lima (2020) afirma que:

O jornalismo de soluções, a meu ver, é algo conservador, tímido, no sentido de que só pauta assuntos que tenham casos de solução comprovados. Fica, assim, um pouco reduzido na tarefa de apresentar soluções novas de vanguarda que estejam em sua fase inicial de desenvolvimento. O construtivo, embora tenha embarcado na absorção do conhecimento de ponta que a psicologia positiva lhe trouxe, parece-me tímido, ainda, em experimentar e incorporar avanços igualmente válidos de outros campos do conhecimento (LIMA, 2020).

Uma delas é o Jornalismo de Soluções que se enquadra no pilar 1 do Jornalismo Construtivo e será aprofundado a seguir.

## 4. JORNALISMO DE SOLUÇÕES: CONCEITOS

Em meio às mudanças sociotécnicas globais, o Jornalismo de Soluções surge como uma resposta à crescente desconfiança do público brasileiro em relação ao jornalismo e à diminuição do apoio publicitário. Esta abordagem é herdeira da praticada nos Estados Unidos desde meados da década de 1990 e institucionalizada em 2023, que propõe uma cobertura jornalística mais aprofundada dos problemas sociais, com foco não apenas em denunciá-los, mas também em buscar soluções. Nos Estados Unidos, foi sistematizada por veteranos jornalistas como Courtney E. Martin, David Bornstein e Tina Rosenberg, da coluna "Fixes" do jornal "The New York Times". Esses profissionais fundaram a Solutions Journalism Network (SJN), uma organização independente sem fins lucrativos sediada em Nova York, que oferece treinamento sobre a prática e destaca narrativas construtivas sobre como pessoas, instituições e comunidades ao redor do mundo estão lidando com questões sociais.

A ideia de contribuir para uma reflexão social sobre problemas, muitos dos quais são subjetivos, visa a promover uma sociedade melhor. Em um momento de tantas mudanças históricas, a mídia pode desempenhar um papel positivo na formação de uma consciência mais humanizada em seu público, e é sobre isso que discutiremos a seguir.

### 4.1. História do Jornalismo de Soluções

Emoções. O ser humano é um ser emocional e durante a pandemia do Coronavírus, teve suas emoções conturbadas. Isso não só por conta do isolamento, mas também pelo excesso de cobertura negativa sobre a pandemia feita pelos veículos jornalísticos. Se de um lado, a Mídia cumpria o seu papel de informar sobre uma crise mundial de saúde, por outro o foco exclusivamente no problema contribui ainda mais para a instabilidade do momento. Com o objetivo de trazer uma esperança em meio a tantos acontecimentos negativos, sensacionalistas e desumanos, a prática do Jornalismo de Soluções começa a ser implementada de forma oficial em redações jornalísticas do Brasil em 2020.

É preciso considerar que antes da pandemia, a Mídia já vinha buscando novas formas de sobreviver de uma crise, que segundo Christofolletti (2019), autor citado pelo

pesquisador Simões (2022), “uma crise financeira, mas também é política e existencial, de ética, e credibilidade, de governança e gestão”. A partir disso, o Jornalismo de Soluções, torna-se uma prática jornalística que “se habilita para atender às expectativas informativas do público, sobretudo das pessoas que estão insatisfeitas com a espetacularização, do sensacionalismo ou até mesmo notícias que não agregam a vida cotidiana”, aponta Simões (2022).

Em entrevista para Tom Rosenstiel, do American Press Institute, o cofundador e chief executive officer (CEO) da SJN, David Bornstein explicou que o objetivo da organização é difundir a prática de aprofundar as respostas aos problemas sociais. “Nosso trabalho baseia-se na ideia de que todo problema na sociedade produz uma variedade de respostas. Então se os jornalistas cobrem problemas, eles também devem cobrir as respostas. Isso é simplesmente contar a história toda” (Rosenstiel, 2014).

**Figura 6.** Captura da página inicial do site Solutions Journalism Network



**Leve o jornalismo de soluções para o seu trabalho**

Fonte: <https://www.solutionsjournalism.org/>

Porém, para Bornstein, o trabalho nas coberturas das respostas aos acontecimentos deve acontecer com o mesmo rigor, discernimento e obstinação das coberturas do jornalismo tradicional. “Se bem feito, o jornalismo de soluções torna nossas reportagens mais fortes e completas. Ele injeta informações valiosas na conversa pública, atrai os leitores e os envolve profundamente, e ajuda a despolarizar o debate público” (Rosenstiel, 2014).

Diante de acontecimentos, como a polarização na política do país a questionamentos sobre a eficácia da vacina da Covid -19, a prática do Jornalismo de Soluções estimula as pessoas de forma criativa a se sentirem parte do problema, fazer com que sintam o sentimento de pertencimento, de comunidade para a resolução dos problemas em conjunto. Isso passa por uma reestruturação no olhar jornalístico sobre a produção das notícias, como aponta Bornstein: “O trabalho dos jornalistas é confortar os aflitos e afligir os confortados. O jornalismo tradicional nos mostra o porquê. O jornalismo de soluções nos mostra como” (Rosenstiel, 2014).

Bornstein esclarece que o Jornalismo de Soluções tem um olhar crítico, uma cobertura diferenciada dos fatos, mas não é proposta que busca fazer com que o modelo de jornalismo tradicional entre em decadência. “Usamos o termo ‘jornalismo de soluções’ para descrever uma prática de reportagem que examina onde as pessoas estão trabalhando em busca de soluções, focando nos resultados que estão produzindo (com base nas evidências disponíveis)” (Rosenstiel, 2014).

Simões (2022) ainda complementa, o Jornalismo de Soluções visa uma inversão do modo de perceber a realidade, construir a notícia e apresentá-la ao público de modo a incitá-lo a pensar por si em possíveis soluções para problemas do meio que se encontra. E destaca:

A solução assume o protagonismo na notícia, e o problema passa a ser coadjuvante. Ela vai nortear todo o processo produtivo, desde a construção da pauta até a edição e a publicação do material, que também é pensado para motivar, com maior eficácia, a audiência a agir na resolução da questão abordada (SIMÕES,2022,p.85).

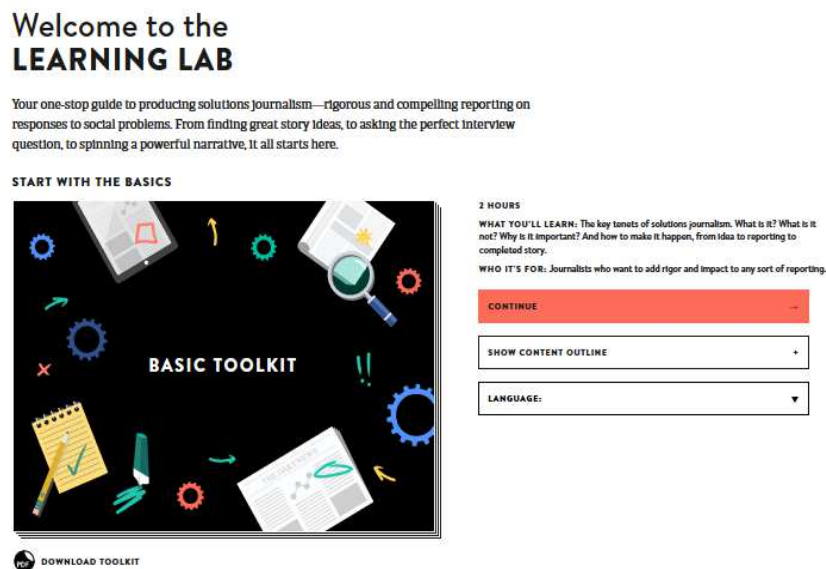
No site da SJN, a equipe de jornalismo anuncia como missão ampliar a prática desse novo modelo de produção em busca de “expandir essa definição: as respostas aos problemas também são dignas de notícia” (Solution Journalism Network, 2024a). E complementam:

O jornalismo de soluções complementa e fortalece a cobertura dos problemas. Bem-feitas, as histórias de soluções fornecem informações valiosas que ajudam as comunidades no difícil trabalho de resolver problemas como os sem-abrigo ou as alterações climáticas, o aumento vertiginoso dos preços da habitação ou a baixa participação eleitoral. Sabemos também pela investigação que as histórias de soluções podem mudar o tom do discurso público, tornando-o menos dividido e mais construtivo (SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK, 2024a).

A entidade conta, além dos fundadores, com uma equipe de trabalho de 33 pessoas distribuídas em funções de gerência, coordenação de projetos e parcerias, análise e governança de dados, curadoria, inteligência de negócios e relações públicas. A SJN se auto posiciona, em seu site, como uma organização apartidária comprometida com a transparência e independência editorial. “Recebemos apoio financeiro de inúmeras fundações e doadores individuais. Parte do financiamento que recebemos de fundações vai para apoiar projetos de redação ou bolsas para jornalistas”. (Solutions Journalism,2024b). A entidade publica balanços financeiros auditados anuais, desde 2013, sobre valores recebidos de doações de fundações e doadores individuais e o uso dos recursos para apoiar projetos em redações jornalísticas (Solutions Journalism,2024b).

A rede mantém em seu site uma seção chamada de “Laboratório de Aprendizagem” (Figura 8), onde são publicados materiais de apoio, como manuais explicando o passo a passo de como produzir uma notícia nos enquadramentos do Jornalismo de Soluções. Um desses manuais é o Basic Toolkit, publicado em seis idiomas, que apresenta cinco critérios para se aplicar ao escrever/produzir uma história orientada para soluções.

**Figura 7.** Captura da capa do Guia Básico de produção de Jornalismo de Soluções



Fonte: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/> Reprodução

A seguir estão os cinco critérios gerais para aplicação do Jornalismo de Soluções, conforme delineados no Basic Toolkit (2023) da SJN. O primeiro critério é enfatizar a

profundidade da resposta a um problema social. Eles afirmam que, se a história contada não descreve uma resposta, não pode ser considerada como Jornalismo de Soluções. Em outras palavras, a resposta deve ser explicada no contexto do problema que está sendo abordado. Documentar as causas desse problema ajuda a esclarecer a oportunidade de soluções e seus impactos.

O segundo critério é examinar como a resposta funciona em detalhes significativos - uma ótima história de soluções analisa os procedimentos da solução de problemas, investigando questões como: Quais modelos estão tendo sucesso melhorando um resultado educacional e como eles realmente funcionam? Assim a narrativa é dirigida pela resolução de problemas e a tensão fica localizada na dificuldade inerente de resolver o problema Basic Toolkit (2023).

Já o terceiro critério é concentrar-se na eficácia e não nas boas intenções, apresentando evidências disponíveis de resultados - O jornalismo de soluções é sobre ideias, mas como todo bom jornalismo, a determinação do que funciona (ou não) é apoiada, quando possível, por evidências sólidas. Então, para ideias em estágio inicial, onde a única “evidência” pode ser a afirmação de observadores confiáveis, a chave é não exagerar Basic Toolkit (2023).

O quarto critério é fornecer não apenas inspiração, mas insight que outras pessoas podem usar- O que torna o jornalismo de soluções atraente é a descoberta, a jornada que leva o leitor ou o espectador a uma visão sobre como o mundo funciona e, talvez, como ele poderia funcionar melhor e o último critério é discutir o que não está funcionando sobre a abordagem, pois não existe uma solução perfeita para um problema social. Toda resposta tem ressalvas, limitações e riscos. Boas soluções jornalísticas não fogem da imperfeição, porém, sabe-se que nem todas as perguntas necessariamente vão ser respondidas em uma só notícia, para que seja considerada como Jornalismo de Soluções Basic Toolkit (2023).

É um olhar a ser aprofundado em relação às perguntas da interpretação dos acontecimentos sob o olhar do jornalismo pautado no factual que são: Quem, O quê, Quando, Onde, e por quê, são perguntas baseadas na pirâmide invertida. O Basic Toolkit (2023) também explica como identificar quando uma notícia não faz parte do Jornalismo de Solução. Para isso, é necessário observar sete tipos de notícias, normalmente publicadas pela mídia, que configuram um falso jornalismo de soluções.

São eles – o primeiro é a adoração do herói, quando histórias celebram ou glorificam um indivíduo, muitas vezes às custas de explicar a ideia que o indivíduo exemplifica. Isso é, em vez de falar sobre os méritos de uma abordagem que um indivíduo está promovendo, a notícia pode se gabar da decisão da pessoa de deixar um emprego bem remunerado para salvar o mundo; o segundo é a bala de prata, a maioria dessas histórias são frequentemente vistas nas seções de tecnologia e inovação. Elas descrevem novos gadgets (aparelhos) em termos brilhantes - referindo-se a eles, por exemplo, como “salva-vidas”. Além disso, uma observação: o dinheiro às vezes é considerado uma salvação completa Basic Toolkit (2023).

O terceiro é sobre fazer favor para um amigo, neste é possível distinguir essa característica, porque a voz única ou predominante é a da organização que está sendo analisada. Como a história da bala de prata, não tem muito no caminho de um parágrafo "para ter certeza" – por exemplo, as ressalvas para o sucesso - e parece como Relações Públicas disfarçada. O quarto é as Instituições de ideias - o jornalismo de opinião pode explorar soluções se contiver relatos reais sobre as respostas existentes aos problemas (e os resultados). Mas o “jornalismo de desdobramento” refere-se ao jornalismo que propõe coisas que ainda não existem no Basic Toolkit (2023).

O quinto é o ativismo instantâneo- muitas pessoas pensam, ao ver a frase "jornalismo de soluções", que é a promoção de peças que pedem ao leitor que cliquem em um botão no final e dê US\$ 5 a uma causa. Essas histórias oferecem um apelo emocional e, em seguida, pedem apoio para uma causa específica, como meio de "resolver" o problema. O sexto critério é o pitaco final, é o um parágrafo ou uma frase de efeito no final de uma história de um problema que dá margem aos esforços para resolvê-lo. As soluções não são consideradas com seriedade real, mas sim como uma reflexão tardia Basic Toolkit (2023).

Já o sétimo e último critério é o coração mais quente - esse tipo de jornalismo é peculiar e único. Muitas vezes aparece no final do noticiário da noite ou no Dia de Ação de Graças, na forma de um garoto com uma barraca de limonada ou um rapaz que fez uma cadeira de rodas para seu amado porco (o porco é, ironicamente, chamado “Chris P. Bacon”). Ele diz ao espectador que o mundo tem pessoas boas fazendo coisas fofas, mas não chega às questões estruturais que o jornalismo de soluções aborda e que podem ter um impacto Basic Toolkit (2023).



Uma das questões levantadas é a dúvida de como saber de fato que o Jornalismo de Solução está tendo impacto e como ele pode ser percebido na sociedade. Como afirma Bornstein, na entrevista para Rosenstiel (2014): “problemas gritam; soluções sussurram. Assim, sem esforços concertados, os jornalistas perderão muitas histórias quietas que têm o potencial de injetar novas informações na conversa sobre como lidar com os problemas”.

O cofundador da SJN afirma que é preciso estimular as pessoas de forma criativa a se sentirem parte do problema, fazer com que sintam o sentimento de pertencimento, de comunidade para a resolução dos problemas em conjunto. Isso passa por uma reestruturação no processo de produção das notícias dos jornalistas, como aponta Bornstein: “O trabalho dos jornalistas é confortar os aflitos e afligir os confortados. O jornalismo tradicional nos mostra o porquê. O jornalismo de soluções nos mostra como” (Rosenstiel, 2014)

Considerada uma organização com outro olhar sobre os fatos, a SJN realiza atividades como: treinamento de jornalistas para cobrir toda a história - o que está errado e as respostas a esses problemas; apoia soluções relatando projetos em comunidades em todo o mundo; reúne jornalistas para aprender, compartilhar e colaborar para que a abordagem de soluções se espalhe mais rapidamente; e publica histórias de soluções de qualidade para pessoas e instituições que precisam delas para fazer mudanças.

A SJN recebe, hoje, o apoio de empresas, entre elas Knight Foundation, Bill & Melinda Gates Foundation e Google. Desde o seu surgimento, a fundação, divulga em seu site os financiadores individuais, o formulário de preenchimento confirmando a doação e relatórios de notícias publicadas sob o selo Sojo, jornalistas e veículos envolvidos, de acordo com localização geográfica e repercussão das matérias nas redes sociais. Sobre sua política editorial, a SJN afirma, em seu site, entender que existem conflitos de interesse específicos no uso de fundos filantrópicos para apoiar o jornalismo de soluções, mas observa que, na realidade, filantropia e mudança social estão interligadas.

As organizações noticiosas e os jornalistas que recebem financiamento da Solutions Journalism Network mantêm total controle editorial sobre as suas reportagens, incluindo quais as histórias que perseguem e como as reportam e escrevem. E encorajamo-los a identificar publicamente as fontes de apoio financeiro para os seus relatórios centrados em soluções (SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK., 2024c).

A SJN tem como compromisso coletar as matérias de todos os veículos de comunicação parceiros, que realizam coberturas rigorosas sobre os fatos, e utiliza para isso a ferramenta de monitoramento denominada Solutions Story Tracker. Uma característica dessa ferramenta, desenvolvida pela própria SJN, é que, além de coletar os resumos das reportagens publicadas e disponibilizá-los ao público gratuitamente no banco de dados da rede, também permite que as matérias completas sejam acessadas on-line nos sites dos veículos que as publicaram Solutions Story Tracker (2023a).

Neste banco de dados, as matérias são categorizadas pelos "Fatores de Sucesso", critérios próprios de noticiabilidade que destacam "a raiz do problema", conforme referido no Solutions Story Tracker (2023b). Esses critérios incluem: atacando causas, cultivando colaborações, abraçando o poder dos relacionamentos, capacitando pessoas, expandindo o acesso, superando grandes desafios, praticando o design centrado no ser humano e usando o financiamento criativo. Além do Basic Toolkit (2023), o site oferece outros manuais, como o Guia de Saúde, Guia de Educação, Guia de Violência, Manual Colaborativo, Construção de Soluções nas Escolas, Manual do Editor de Redação e Kit de Ferramentas de Engajamento de Notícias de Soluções. A saúde é um dos temas atuais que tem gerado muita discussão na mídia e, por isso, tem sido abordado no Jornalismo de Soluções.

#### **4.2.Joso no Brasil**

Diante da exposição, mencionada acima, segundo a qual o Jornalismo de Soluções é uma prática jornalística contemporânea, que chega ao Brasil, em 2006, materializada em um produto específico, o programa “Cidades e Soluções”, na GloboNews e de uma provocação acadêmica ocorrida no encontro da Intercom em 2022, em João Pessoa (PB), nasce uma reflexão sobre qual termo seria mais adequado para conceituar Joso no Brasil, e em Língua Portuguesa: Sojo ou JoSo? Jornalismo de Soluções ou Jornalismo para Soluções? (Reis e Freitas, 2024)

Esse questionamento inicialmente se responde pela presença da expressão Jornalismo de Soluções (e não para Soluções) nos grupos brasileiros de comunicação treinados e nos artigos acadêmicos publicados, no país, identificados pela pesquisa nos

títulos, palavras-chave e resumos. Em inglês, Sojo (Solutions Journalism) não abre tal polêmica, que se abre apenas nos idiomas latinos.

A partir de então, um Jornalismo de Soluções é aquele que reúne soluções para a sociedade (Organizações Não-Governamentais/ Ongs, governos e grupos empresariais, entre outros) ter ferramentas e empreender, ou não, uma das ações apuradas ou uma visão geral dessas ações apontadas na reportagem. Portanto, pensa-se em um Jornalismo de Soluções para a sociedade ter ferramentas para chegar a uma solução, agradando e fidelizando o público pelo enquadramento noticioso diferenciado por priorizar a ação propositiva em relação à denúncia.

Com base nos primórdios da Física (ARISTÓTELES, 1999) e na Gramática Normativa (BECHARA, 2009), pode-se, ainda, reafirmar que o mais adequado é Jornalismo de Soluções, uma vez que qualquer movimento é indicado pela conjunção “para” que introduz, na Língua Portuguesa, orações subordinadas e/ou pela preposição “para” que introduz grupos preposicionais. “Para soluções”, portanto, não é adequado, mas sim “de soluções”.

Afinal, a preposição “de” como causa do Jornalismo em questão é mais assertiva, uma vez que não indica um movimento para soluções, mas, sim, um Jornalismo com propósito de levantar soluções propositivas para que uma sociedade organizada reflita, articule e atinja soluções.

Cabe ainda retomar o que foi mencionado anteriormente sobre a configuração do Jornalismo de Soluções no Brasil. Especificamente aqui, percebe-se que a maior visibilidade da proposta se dá em função de a televisão, ainda meio de comunicação hegemônica no país e considerada o mais confiável, ter sido o primeiro meio a programa veicular com características do Jornalismo de Soluções no país. As pesquisas acadêmicas no país, também em sua maioria e até o momento, voltam-se para produtos do telejornalismo, notadamente da TV Sergipe e da RBS TV Porto Alegre, afiliada da TV Globo no Rio Grande do Sul. Ferramenta do novo modelo de negócio do Jornalismo no Brasil, o enquadramento propositivo de reportagens também ganha contornos nacionais quando se apresenta claramente como ferramenta de monetização, seja por meio de disponibilização apenas mediante assinaturas, seja por meio de ações de publicidade nativa e/ ou de marketing do grupo midiático.

Há ainda uma nítida filiação ao Jornalismo de Soluções, no Brasil, às editorias de Meio Ambiente, Saúde/Bem Estar, Economia e Política, e também ao Jornalismo Especializado de Dados, Investigativo, Comunitário e Cidadão. Essa característica não é tão nítida fora do país. A partir do exposto acima, a presente pesquisa defende aqui que a sigla Joso (Jornalismo de Soluções) é a mais indicada para designar a proposta jornalística praticada no Brasil, derivada, aqui, do Solutions Journalism (SoJo), mas com características particulares do cenário nacional (REIS e FREITAS, 2024, p. 37).

Tal especificidade é necessária uma vez que a quantidade de histórias focadas em soluções pelos veículos cresce a cada dia no mundo inteiro, conforme o Solutions Story Tracker, banco de dados organizado pela SJN, com histórias e relatórios rigorosos sobre respostas a problemas sociais, catálogo das publicações dessa prática ao redor do planeta. Veículos jornalísticos, como The Guardian, The New York Times, La Nación, são alguns com reconhecimento internacional pelas suas produções focadas em soluções, como os veículos brasileiros GloboNews, TV Sergipe, RBS, InfoAmazônia e a plataforma Uol/Ecoa. Citada por SIMÕES (2022), uma reportagem, publicada no jornal de Brasília em agosto de 2020, indicava que havia na rede mundial de computadores mais de 9 mil reportagens nos moldes SoJo/JoSo.

#### **4.3. Joso nas Pesquisas acadêmicas**

No Brasil, os estudos de Jornalismo de Soluções estão avançando aos poucos. Treinamentos já estão sendo mais disseminados e trabalhos científicos, como este estão sendo feitos. A tentativa deste trabalho é de agregar as referências e pesquisadores da área, com o esforço de trazer diferenciação e explanação sobre o Joso. Na busca por trabalhos que tivesse como objeto de estudo o Jornalismo de Soluções, sendo considerado o período de 2006 até 2023 e os encontrados por meio das Tags de pesquisa foram, “Jornalismo de Soluções”; “Jornalismo de Solução”, “Solutions Journalism” e “Jornalismo and Soluções”. No site da Compós de 2006 até 2023 não foi encontrado nenhum trabalho.

Já no site da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), foram encontrados artigos produzidos por mestres, doutores e professores, como no ano de 2021 que foi apresentado o artigo “Jornalismo de Soluções e os Valores-notícia: Um estudo de Caso dos Telejornais da RBS-Rio Grande do Sul em 2020”, com

autoria de Camila Farias, na época Jornalista e mestranda da UFS e Vitor Belém, professor e doutor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). O objetivo do trabalho foi identificar e analisar as estratégias do jornalismo de soluções adotadas em reportagens produzidas pelo grupo RBS, do Rio Grande Sul. Também verificou quais valores-notícia foram priorizados pela imprensa nesta cobertura, assim como as fontes escolhidas.

Já em 2022, também para o Intercom, a mesma dupla escreveu o artigo “Pilares do jornalismo de soluções: uma análise das respostas propostas para a seca no programa Estação Agrícola”. O trabalho buscou identificar quais soluções para a temática da seca foram abordadas por um programa jornalístico de cunho semanal, o Estação Agrícola e se essas soluções se aproximam das características do Jornalismo de Soluções.

Em 2023, tiveram dois trabalhos apresentados com a temática do Joso. O primeiro foi “Denunciar problemas ou propor soluções? A temática da fome retratada no telejornal”, com autoria da doutoranda Jemima Bispo e a professora Iluska Coutinho do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na UFJF. O trabalho buscou identificar analisar a primeira matéria da série sobre a fome, “Geografia da fome”, exibida no Jornal Nacional em junho de 2001, e a reportagem veiculada pelo Fantástico, em janeiro de 2023, sobre a mesma temática, à luz do conceito do Jornalismo de Soluções.

O segundo trabalho foi “Desafio em pauta: como um tema negativo pode ser trabalhado com base no jornalismo de soluções” de Gabriela Lucena e Antonio Simões da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). O trabalho foi investigar se existem narrativas radiofônicas, ao abordarem episódios classificados como negativos, consideradas exemplos de jornalismo de soluções no Jornal da Manhã, Rádio Caturité FM.

No site da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR), no ano de 2019 foi encontrado o artigo “Jornalismo literário e jornalismo de soluções: proposta de diálogo para fertilização mútua”, do professor aposentado da USP, Edvaldo Pereira Lima, que identificou a relação de similaridades entre ambos os gêneros textuais e possibilidade promissora de reposicionamento do jornalismo nesta era de mudanças.

No ano de 2021, foi localizado o artigo “Para a crise do jornalismo, “jornalismo de soluções”? Apontamentos a partir da experiência do Grupo RBS”, com autoria do professor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, Felipe Moura de

Oliveira e dos estudantes de graduação na época, Carolina Monego Lins Pastl e Isadora Garcia.

No portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), foi encontrada somente uma dissertação de mestrado intitulada “A Pauta da seca na TV Sergipe: Uma análise da Cobertura jornalística à Luz do Jornalismo de Soluções”, de autoria da jornalista Camila Farias com orientação do professor Vitor Belém, da Universidade Federal de Sergipe, defendida em março de 2022. O objetivo do trabalho foi verificar se as soluções apresentadas pela TV Sergipe à questão da seca estavam dentro da perspectiva voltada ao jornalismo de soluções. Durante a pesquisa foram encontrados trabalhos da autora nos anais do Intercom em 2021 e ano passado, como relatado acima.

Priorizamos apresentar aqui trabalhos desenvolvidos por pesquisadores/professores para traçar um panorama de rigor científico sobre a prática. Diante disso, a pesquisa busca agregar os estudos sobre o Joso, sigla criada para considerar a prática especificamente no Brasil, conforme explicado acima. Considera-se o diferencial da presente pesquisa o objeto de pesquisa que se propõe a analisar, mais especificamente o profissional jornalista em primeiro ângulo e o veículo dele onde realiza sua profissão em segundo plano. A pesquisa traz um olhar autocrítico do profissional no contexto que ele está inserido, sendo uma oportunidade de atualização e locação profissional mais assertiva.

#### **4.4. Joso nas redações jornalísticas**

A quantidade de histórias focadas em soluções cresce a cada dia. A Solutions Story Tracker, banco de dados com histórias de relatórios rigorosos sobre respostas a problemas sociais, cataloga as publicações nessa prática ao redor do mundo. Veículos jornalísticos, como “The Guardian”, “The New York Times” e “La Nación” são alguns com reconhecimento internacional pelas suas produções focadas em soluções. Como citado por Simões (2022), uma matéria publicada no jornal de Brasília em agosto de 2020, havia mais de 9 mil reportagens no banco.

De acordo com o professor, em 29 de junho de 2021, já tinha 12.040 histórias produzidas por 1.501 veículos de comunicação, distribuídos por 183 países. Apesar de 73 histórias estarem disponíveis sobre soluções para problemas sociais no Brasil, algumas

escritas por jornalistas brasileiros, nenhum veículo de comunicação do Brasil estava cadastrado no banco de dados da SJN. Atualizando os dados no dia 3 de março de 2024, o banco tem 15.900 histórias, produzidas por 9.000 jornalistas e 2000 veículos de notícia distribuídos em 190 países.

Destaca-se aqui também aqui o projeto Anti-Horário, coordenado pelo professor Antônio Simões (2022). O projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), de acordo com o professor, foi criado em 2017 para trazer um olhar diferenciado para o cotidiano em formato de narrativa inovadora para adolescentes e jovens:

A proposta inicial era, por meio da ressignificação dos critérios de noticiabilidade, construir conteúdo para dar visibilidade a episódios, personagens, organizações e projetos que demonstrem existir uma sociedade mais justa. [...] Além disso, pretendia estimular o protagonismo juvenil nesse processo. Ela buscava contribuir para tirar essas pessoas do imobilismo que o excesso de notícias negativas tem o potencial de gerar em parte da audiência (SIMÕES, 2022,p.134).

A oportunidade de oferecer a disciplina Jornalismo de Soluções no primeiro semestre de 2021 surgiu a partir da ação extensionista Anti-Horário. Segundo o professor responsável, os estudantes demonstraram grande entusiasmo com a oportunidade de aprender a produzir um projeto editorial focado em soluções. Após estudarem reportagens baseadas nesse enfoque, os futuros jornalistas reconheceram a importância dessa modalidade jornalística.

Este é um dos projetos que ilustram a importância de compreender as funções e competências jornalísticas para a prática do Joso no Brasil. Um dos aspectos que se destaca é o engajamento dos futuros jornalistas interessados em aprender como contribuir para a melhoria de sua realidade. O processo de descobrir como podem alcançar esse objetivo pode diferir das práticas dos profissionais atuais. No entanto, explorar esse caminho por meio das funções e competências jornalísticas empregadas neste trabalho é uma das questões que serão aprofundadas no próximo capítulo.

## **5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Autorreflexão. Essa pesquisa se iniciou com uma inquietação própria após defender o Trabalho de conclusão de curso em 2019 e logo em seguida passar por um

isolamento social forçado por conta da pandemia do Coronavírus. Em casa, via a instauração de protocolos sanitários em todos os lugares e principalmente o desafio jornalístico de trazer uma notícia que acalmasse a população, conscientizasse sobre os cuidados e que a motivasse a ter esperança de dias melhores.

Assim, começaria um problema de saúde global, o qual os jornalistas se viam de mãos atadas, mas que com a união da classe para desvendar o banco de dados do Sistema Único de Saúde (SUS), o trabalho que antes era o de informar quantos mortos havia naquele dia, se tornou tomou espaço para informar que pesquisadores estavam criando uma vacina para a doença. Este foi o momento ápice em que as empresas jornalísticas começaram a reavaliar seu modo de produção, diante disso, o objetivo central deste estudo é apresentar um mapeamento das funções e competências jornalísticas que estão sendo aplicadas na prática do Jornalismo de Soluções nas redações dos veículos brasileiros.

O procedimento metodológico adotado ao mapear as funções e competências que estão sendo empregadas na produção de notícias a partir da abordagem do Jornalismo de Soluções, foi baseado no livro “Estudo de Caso” de Robert Yin (2001), que representa a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “porque”, [...] quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real (YIN, 2001).

Além, de verificar este trabalho como exploratório descritivo, o “poder diferenciador em “Estudo de Caso” é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências-documento, artefatos, entrevistas e observações” o que se mostrou interessante como ferramenta ao abordar os objetos de estudo e as questões envolvidas, mesmo não sendo uma ferramenta necessariamente jornalística.

Sobre a construção do projeto, Yin (2001) propõe resolver quatro problemas: quais as questões a serem estudadas, quais dados são relevantes, quais serão coletados e como a análise será feita. Neste caso, a pesquisa mapeia as funções e competências de profissionais tendo como base entrevistas com quatro editores, sendo dois da Gaúcha ZH e dois da Ecoa-Uol, de forma anônima a pedido dos entrevistados. Tendo como base essas entrevistas, foi feito o mapeamento das funções e competências quanto às implicações das questões pertinentes. A partir da definição de competência de Philippe Perrenoud (2000), teórico da pedagogia, que define competência como a “faculdade de mobilizar



um conjunto de recursos cognitivos (saberes, capacidades, informações etc.) para solucionar com pertinência e eficácia uma série de situações”.

Aplicando a formulação de competência do autor a um cenário de transformações no formato e na forma de produzir notícias, o “saber extrair soluções dos dados” envolveu encontrar respostas, com pertinência e eficácia, a um problema social. O autor reforça que os contextos sociais, culturais, profissionais e condições sociais interferem no desenvolvimento de competências, o que, no nosso caso, interfere em quais funções os jornalistas têm trabalhado nas redações e que competências são utilizadas para produzir uma notícia dentro dos critérios do Joso.

É importante frisar que há algum tempo pesquisadores têm desenvolvido estudos acerca de novas funções e competências no jornalismo brasileiro. Marco Aurélio Reis e Cláudia de Albuquerque Thomé têm investigado essas reconfigurações nos jornalisismos impresso, de rádio e televisão no contexto atual, no âmbito do Grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, a qual o presente trabalho se filia.

Dessa forma, este trabalho promove diálogos teóricos com as pesquisas que abordam os impactos da convergência de mídias no jornalismo, a transformação das profissões e a formação da epistemologia do Jornalismo de Soluções, com o olhar sobre as funções e competências empregadas para trabalhar nas redações brasileiras, além de ampliar o número de pesquisas brasileiras acerca da abordagem.

O Joso tem se destacado como prática adotada nas redações de todo o mundo e como objeto de estudo nas pesquisas de comunicação. Considerado como uma alternativa para combater fenômenos como “news avoidance” (rejeição da notícia) e “news fatigue” (cansaço das notícias), como aponta o relatório (DIGITAL NEWS REPORT 2023), ele tem como mote de proposta a transformação.

Além de ser algo recente, conforme relatado pelo coordenador responsável pela rede de soluções da América Latina, Jonathan Gutiérrez, em entrevista para Agostinho Heb, ele tem apenas cerca de cinco anos, dos quais três ocorreram durante uma pandemia. Segundo o coordenador, ainda há muita ignorância, também ceticismo por parte de alguns que não entendem ou do que se trata.

Quanto ao crescimento na América Latina, o coordenador explicou que os países latinos estão promovendo a abordagem de maneira adaptável às complexidades sociais e

culturais de cada país. Ele considera muito apropriado fazer Jornalismo de Soluções na América Latina, pois é uma abordagem que incentiva a contar um mundo mais parecido com o real, com muitos problemas, mas também com ações que buscam resolvê-los.

Dessa forma, compreender as funções e competências mobilizadas nessas ações que buscam responder aos problemas sociais torna-se fundamental. Um conjunto de questões preliminares e complementares norteou essa pesquisa, tais como: com que frequência são produzidas notícias com abordagem do Sojo? Elas tratam de quais temáticas? A quais editorias pertencem? Para quais audiências? O resultado foi construído a partir de pesquisa por meio das notícias publicadas entre os anos de 2021 a 2024 e entrevista remota com perguntas fixas, realizadas com os editores dos veículos Gaúcha ZH e Ecoa-Uol, os quais serão detalhados no próximo capítulo, sobre Funções e Competências.

Para amparar esse passeio pela história, além de extensa pesquisa bibliográfica em livros e artigos, foi feita uma leitura flutuante, prevista no procedimento metodológico visto no trabalho de Bardin (2011), “Análise de Conteúdo: Da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações”. Além disso, permitiu fazer uma categorização da fala apresentada pelos editores em filiação das funções e competências, as quais elas se originam. “Classificar elementos em categorias impõem a investigação do que cada um deles tem em comum com os outros” (BARDIN, 2011).

### **5.1.A construção dos objetos empíricos**

A escolha das plataformas digitais gaúcha ZH, do Grupo RBS e do Ecoa Uol, do Grupo Uol, como, como objetos empíricos da pesquisa se deu por apresentarem particularidades propícias a este momento de transformação do Jornalismo. A Gaúcha ZH (<https://gauchazh.clicrbs.com.br/>) por ter sido a pioneira no país, a voltar sua produção de notícias a abordagem do Jornalismo de Soluções, em meados de 2020, auge da pandemia.

Figura 8. Captura da página inicial da Tag Jornalismo de Soluções no site Gaúcha ZH



Fonte: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/ultimas-noticias/tag/jornalismo-de-solucoes/>

Além de ser um dos veículos do Grupo Rede Brasil Sul (RBS), um grupo de Comunicação tradicional no Rio Grande do Sul que surgiu em 1957 sob a liderança de Maurício Sirotsky Sobrinho, a plataforma passou a operar de forma integrada em 2017, unindo conteúdos gerados pelo jornal impresso "Zero Hora" e pela Rádio "Gaúcha". Destaca-se aqui um veículo que surgiu originalmente tradicional, primeiramente no impresso, e acompanhou a evolução tecnológica, bem como a forma de narrar os acontecimentos.

Em uma das notícias publicadas no próprio site do grupo jornalístico, foi declarado que em todos os veículos da RBS, o Jornalismo de Soluções foi intensificado nos últimos meses, como forma de ampliar espaços de debate sobre saídas para os problemas que a sociedade gaúcha enfrenta (JORNALISMO DE SOLUÇÕES NA..., 2020).

Em uma entrevista<sup>1</sup> para a jornalista Jennifer Dooroh, do site Ijnet - Rede de Jornalistas Internacionais (3 FORMAS COMO GRANDES EMPRESAS DE MÍDIA,2020), Marta Gleich, diretora de jornalismo para jornais, digital e rádio do Grupo RBS, contou como surgiu a iniciativa de usar a abordagem do Joso na redação. Ela disse que antes da pandemia, juntamente com os outros líderes, estavam conversando dentro da empresa sobre o que poderiam fazer para enfrentar perdas de credibilidade e relevância.

A diretora acrescentou que queriam trazer alguma esperança para discutir como poderiam resolver problemas econômicos ou de saúde. Assim, treinaram as redações em televisão, estações de rádio, jornais, digital, tornando um dado da cultura da redação local. As notícias que são produzidas na plataforma Gaúcha ZH, sob a abordagem do Joso, são organizadas no site pela tag "Jornalismo de Solução".

**Quadro 1.** Quadro de notícias veiculadas entre 2021 e início de 2024 no site Gaúcha ZH

Data e título da notícia		Editoria que está vinculada		Editoria relacionada e tag's marcadas
13/08/2021	<a href="#">Inspiração em outras cidades e projetos locais: conheça possíveis soluções para o lixo na orla do Guaíba</a>	Meio Ambient e	Cidade	Jornalismo de soluções, orla do Guaíba, prefeitura de Porto Alegre.
02/05/2022	<a href="#">Furto de cabos: saiba o que está sendo feito e quais são as propostas para solucionar o problema em Porto Alegre</a>	Seguranç a	Cidade	Jornalismo de Soluções
23/11/2023	<a href="#">Dez erros que as prefeituras gaúchas cometem ao não se</a>	Política	Meio Ambiente/Cidade	Previsão do tempo; chuvas no RS; jornalismo de soluções

<sup>1</sup> Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/3-formas-como-grandes-empresas-de-m%C3%ADdia-est%C3%A3o-inovando-durante-pandemia> Acesso em 14 de mar de 2024.

	<a href="#">prepararem para desastres</a>			
09/02/2024	<a href="#">Prefeituras usam diferentes estratégias para frear avanço da dengue no RS; veja como fazer sua parte</a>	Cidade	Meio Ambiente/	Galeria de fotos; jornalismo de soluções; dengue

Fonte: Própria autoria

Para o pesquisador Simões (2022,p.133), as ações descritas pelo Grupo RBS fortalecem o Jornalismo de Soluções. “O Grupo é composto por veículos de referência, que influenciam a forma como outros produtos jornalísticos da região irão produzir conteúdo”. E complementa que “ao capacitar seus jornalistas para a produção de narrativas focadas em solução, ajuda a consolidar essa prática entre os profissionais da área, contribuindo para diminuir as resistências da categoria do Jornalismo de Soluções”.

O site Ecoa Uol é um veículo nativo digital brasileiro criado em outubro de 2019 e parte do Grupo UOL, uma empresa de conteúdo, serviços e produtos da internet com mais de 20 anos de existência. Como proposta inicial produzir conteúdo de forma a construir pontes entre os agentes de transformação, público e sociedade, o site vem costurando uma rede que possibilite amplificar o alcance e a viabilidade das ações, conforme é definido em um release de apresentação no site. Segundo o diretor de conteúdo do Uol no release<sup>2</sup> no site UOL para Marcas (2019), Murilo Garavello, o nome ECOA remete a isso, a ajudar quem está querendo melhorar o mundo a amplificar iniciativas e a noticiar o que muita gente está fazendo.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://blog.publicidade.uol.com.br/branding/ecoa-nova-rede-do-uol-amplifica-acoes-de-quem-transforma-o-mundo/> Acesso em 15 de mar de 2024.

**Figura 9.** Captura da página inicial do site Ecoa Uol



Fonte: <https://www.uol.com.br/ecoa/>

O site está organizado em seis seções distintas: Plural; Podcasts, subdividido em Trago boas notícias, conversa de portão e papo reto; Reportagens especiais; Colunas; Últimas; e Soluções, subdividida em "Empresas que inspiram" e "Iniciativas que inspiram". Essa última seção, objeto de análise, diferencia as notícias nela inseridas em: empresas que inspiram, mostrando boas práticas de responsabilidade social e ambiental das corporações; e iniciativas que inspiram, que evidenciam o trabalho de ONGs e outras instituições que contribuem para mudanças positivas no mundo diariamente.

**Quadro 2.** Quadro de notícias veiculadas entre 2021 e início de 2024 no site Ecoa-Uol

Data da notícia e editoria	Título	Sessão
22/10/2021 - Meio Ambiente	<a href="#">Com artesanato, mulheres de PE reciclam 1 tonelada de plástico por mês</a>	Iniciativas que inspiram
09/06/2022 -Segurança	<a href="#">Projeto oferece curso de reparo de celular a mulheres vítimas de violência...</a>	Empresas que mudam

09/03/2023 -Política	<a href="#">Corrupção dificulta trabalho da Polícia Federal em missões na Amazônia.</a>	Iniciativas que inspiram
19/01/2024- Cidade	<a href="#">'Aprendi a controlar minha dor': detentas fazem curso de meditação em SP...</a>	Iniciativas que inspiram

Fonte: Própria autoria

O site<sup>3</sup> descreve que sua produção de notícias é “alinhada com os objetivos para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU) e tem o objetivo de trazer soluções, educar, instruir e engajar a audiência” (ECONOMIA UOL, 2019 ), isso se assemelha as editorias e especializações já mencionadas, mas com seus diferenciais como aprofundado no capítulo a seguir.

## 5.2. Questões de pesquisa central e derivados

Após uma cuidadosa seleção dos veículos mais pertinentes para esta pesquisa e uma análise detalhada das funções e competências jornalísticas associadas ao Jornalismo de Soluções (Joso), foi formulada a seguinte indagação central: Como o Jornalismo de Soluções se manifesta no cenário brasileiro? Essa questão desdobrou-se em três focos principais:

1. Investigar as funções e competências jornalísticas empregadas na prática do Joso;
2. Avaliar de que forma o Joso promete contribuir para propor soluções aos problemas sociais;
3. Explorar os contextos e as estruturas subjetivas em que o Joso está sendo adotado nas redações.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/10/01/uol-lanca-eco-a-e-foca-em-pessoas-e-iniciativas-que-buscam-mundo-melhor.htm#:~:text=UOL%20lan%C3%A7a%20Ecoa%20e%20foca%20em%20pessoas%20e%20iniciativas%20que%20buscam%20mundo%20melhor,-Qualidade&text=Nova%20plataforma%20de%20jornalismo%20do,para%20construir%20um%20mundo%20melhor>. Acesso em : 14 de mar de 2024

Assim sendo, o próximo capítulo será dedicado a uma análise minuciosa das funções e competências jornalísticas relevantes para essa abordagem específica.

## **6. ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE AS FUNÇÕES E COMPETÊNCIAS JORNALÍSTICAS DO JORNALISMO DE SOLUÇÕES NO BRASIL**

Considerando as transformações tecnológicas e sociais abordadas previamente, os profissionais jornalistas têm enfrentado a necessidade de assumir novas responsabilidades e adquirir novas habilidades para desempenhar eficazmente suas funções. Além das tradicionais competências de redação e entrevista, as editorias especializadas expandiram o escopo das funções jornalísticas, exigindo mais do que simplesmente habilidades de escrita e capacidade de lidar com fontes impactantes sem interrupções.

Com o advento de redações mais transversais, torna-se crucial examinar como os jornalistas têm integrado a tecnologia cada vez mais presente em seus processos de trabalho. Igualmente relevante é compreender como os profissionais têm incorporado o Jornalismo de Soluções em suas práticas editoriais.

Utilizando uma abordagem de estudo de caso (YIN, 2001) e análise de conteúdo (BARDIN, 2011), aliada à perspectiva de Perrenoud (2000) aplicada aos veículos jornalísticos "Gaúcha ZH", do Grupo RBS, e "Ecoa Uol", do Grupo Uol - ambos reconhecidos por adotarem abertamente o Jornalismo de Soluções em suas redações -, este estudo apresenta os resultados do mapeamento das funções e competências do Jornalismo de Soluções no Brasil.

### **6.1. Funções do jornalista**

Com o advento da convergência jornalística, caracterizada pela integração de diversos produtos de notícia em um mesmo veículo, os profissionais da área passaram a desempenhar múltiplas funções. Se anteriormente a função do jornalista se limitava a apurar, redigir e publicar notícias, hoje essa atuação evoluiu para uma versão mais abrangente, muitas vezes referida como "versão 5.0". Essas funções, que estão cada vez



mais centradas no ser humano, ao mesmo tempo buscam equilibrar a integração da tecnologia nas redações dos veículos.

A Sociedade 5.0, originada no Japão, representa a continuação da evolução societária, passando pelas fases da sociedade da caça, sociedade agrícola, sociedade industrial e sociedade da informação. Segundo os estudos japoneses (HITACHI-UTOKYO LABORATORY,2024), na sociedade da informação, também conhecida como Sociedade 4.0, o compartilhamento transversal e horizontal de conhecimento e informações mostrou-se insuficiente, e a cooperação entre as pessoas tornou-se desafiadora. Isso resultou em um grande volume de informações não analisadas de forma eficiente, destacando a necessidade de uma nova sociedade altamente inteligente e tecnologicamente interligada: a Sociedade 5.0, voltada para uma reformulação social e inovadora.

Os pilares fundamentais da Sociedade 5.0 incluem qualidade de vida e bem-estar, inclusão e diversidade, e sustentabilidade. No entanto, os desafios persistem para que as funções jornalísticas sigam esse modelo, cada vez mais presente nos discursos dos veículos e nas competências exigidas dos jornalistas. Na prática, os profissionais tornaram-se cada vez mais multifuncionais, sendo esperado que atuem não apenas como jornalistas, mas também como influenciadores digitais, contribuindo para a produção de notícias e agregando valor à marca do veículo. Além disso, a questão da exigência do diploma de jornalismo também é relevante.

À medida que a realidade das redações mais enxutas torna-se predominante, não há mais profissionais designados exclusivamente para uma determinada editoria. Todos os jornalistas podem passar por diferentes editorias ao longo do tempo, exigindo a mobilização de competências específicas, como será detalhado posteriormente.

## **6.2. Competências jornalísticas**

Após abordar as funções jornalísticas e a relevância das competências associadas a elas, é fundamental apresentar o conceito de competências de maneira geral e sua relação com a prática jornalística. Philippe Perrenoud, conhecido por seus estudos na área educacional, direciona o foco para o ofício do professor, mas suas reflexões sobre competências têm sido amplamente aplicadas em diversos contextos profissionais, incluindo o jornalismo.

Perrenoud (2000) reconhece que a definição de competências é uma tarefa arbitrária, uma vez que sua identificação pressupõe escolhas teóricas e ideológicas, resultando em uma representação arbitrária do ofício e suas facetas. Ele observa que as profissões estão em constante evolução, o que implica na necessidade de revisão e criação de novas competências ao longo do tempo, fenômeno que tem sido particularmente acentuado no jornalismo nas últimas décadas, especialmente com o surgimento do jornalismo convergente.

As competências podem ser entendidas como um guia para uma nova prática profissional que emerge em resposta a crises ou mudanças no ambiente de trabalho, como as enfrentadas pelo jornalismo. Elas refletem o movimento da profissão e servem como instrumento para refletir sobre o ofício e identificar aspectos emergentes ou áreas controversas.

Embora o termo "competências" seja comumente utilizado para descrever a capacidade de uma pessoa realizar determinada tarefa, é necessário avançar na compreensão do conceito, afastando-se de definições genéricas. Ser competente em uma situação específica não garante que uma pessoa tenha as competências necessárias para atuar em todas as áreas do jornalismo.

Por outro lado, ter competências implica na capacidade de mobilizar conhecimentos, habilidades e atitudes sempre que necessário. Perrenoud (2000,p.08) descreve competências como a capacidade de utilizar diversos recursos cognitivos para enfrentar uma determinada situação, integrando e orquestrando conhecimentos, habilidades e atitudes conforme as demandas do contexto.

Ao se deparar com propostas de competências, é comum que os profissionais se sintam ameaçados de incompetência por não possuí-las. Isso ocorre porque as competências estão associadas a modos de fazer específicos. Nesse sentido, é importante relacionar cada competência a um conjunto delimitado de problemas e tarefas, além de considerar os recursos cognitivos necessários para sua mobilização.

No próximo capítulo, explora-se a relação entre funções e competências com as editorias e os jornalismo especializados, conforme proposto por Perrenoud (2000).

### **6.3. Competências derivadas de outros “jornalismos” especializados como base do Joso**

Observar o passado para mobilizar saberes, informações e capacidades diante de situações novas e desafios é considerado um dos aspectos do conceito de competência, como salientado por Perrenoud (2000). Essa perspectiva é relevante em todas as áreas de trabalho, com destaque para o Jornalismo, especialmente diante dos desafios impostos pela desinformação, inteligência artificial e transformações nas sociedades contemporâneas.

Nesse contexto, compreender e lidar eficazmente com tais desafios é uma contribuição valiosa para a sociedade. Assim como em outras áreas, a educação também passa por transformações devido à inserção tecnológica nas escolas. Os professores, que têm o conhecimento como ferramenta de trabalho, estão constantemente se educando enquanto educam seus alunos, em um ciclo de aprendizado contínuo.

As escolas estão se adaptando para atrair os alunos e garantir a retenção do conhecimento. Em disciplinas como física e matemática, por exemplo, os alunos precisam desenvolver habilidades para resolver problemas além de simplesmente memorizar procedimentos. A construção de competências permite aos alunos lidar com problemas complexos e multidisciplinares, conforme destacado por Perrenoud (2000).

Para desenvolver competências, é essencial que os alunos sejam expostos a uma variedade de situações que lhes permitam adquirir habilidades e enfrentar desafios de forma eficaz. No jornalismo, os profissionais também precisam mobilizar competências específicas, especialmente ao trabalhar com o Jornalismo de Soluções (Joso), que requer habilidades de investigação para identificar e relatar histórias de sucesso e promover mudanças significativas, como ressaltado por Bornstein (2007).

Diante do mapeamento apresentado neste trabalho, é uma abordagem que pode ser trabalhada nas editorias e especializações apresentadas, mas com mais vigor. Visto que o jornalista deverá ter a capacidade de mobilizar conhecimentos básicos e específicos dos Jornalismo para então conseguir aplicar o Jornalismo de Soluções na produção de notícias. Com isso, será mostrado a seguir os principais resultados do mapeamento sobre as funções e competências jornalísticas empregadas no Jornalismo de Soluções.

#### 6.4.Mapeamento das Funções e Competências do Joso no Brasil

Os resultados desta pesquisa foram encontrados a partir de pesquisas bibliográficas e entrevistas com editores atuantes das redações do Gaúcha ZH e do Ecoa Uol. Foram mapeadas mais de 20 funções e competências, mas será destacado as que estão relacionadas com as editorias e especializações aprofundadas neste trabalho, conforme pode ser conferido abaixo:

**Tabela 1.** Funções e Competências jornalísticas do Jornalismo de Soluções no Brasil

	Função	Filiação	Competência
01	Apurador de conteúdo de solução por meio de redes sociais	Jornalismo investigativo e Jornalismo de dados para todas as editorias	Buscar elementos de soluções por meio de grupos e comunidades criados na rede social digital, usando os termos “soluções”, “Solutions Journalism”. Foco no Twitter, Instagram e Facebook. A relevância dos grupos é fundamental para o processo de apuração.
02	Checador de eficiência das soluções apuradas	Jornalismo de dados e Jornalismo construtivo em todas as editorias, mas em foco a de Segurança (pela questão de necessidade)	Confrontar a soluções apuradas com as bases numéricas governamentais, de Ongs, empresariais e comunitárias. Perguntando aos números quais comprovações quantitativas podem validar a solução.
03	Mediador de contextos com foco em histórias sobre as	Jornalismo editorial ambiental, política, cidade e segurança	Conduzir a formação de uma visão que inter-relacione as necessidades

	necessidades de desenvolvimento humano	Jornalismo Comunitário (seus derivados) e Jornalismo especializado construtivo	básicas como alimentação e acesso à educação com conteúdo de soluções com foco no olhar holístico.
04	Suitador de fatos	Jornalismo editorial e jornalismo investigativo E presente em todas as editorias	Buscar em fatos noticiados problemas que precisam de soluções. Função especial para levantar pautas relevantes para a sociedade. Foi suitando notas publicadas em suas páginas que o jornal “The Boston Globe” abriu um processo que revelou o mega escândalo global de pedofilia na igreja católica
05	Limitador de soluções	Jornalismo investigativo e Jornalismo construtivo Presente em todas as editorias	Levantar limites nas soluções apuradas de modo a dar tom crítico e certificador para reportagem com soluções.
06	Apurador de insights	Jornalismo investigativo e jornalismo de dados Presente em todas as editorias	Buscar percepções particulares de modo a ajudar leitores na resolução dos mesmos problemas
07	Certificador de dados	Em todas as editorias, mais específico nas	Remover desconfianças, muitas plantadas por políticos de extrema direita

		editorias Política, Segurança e Jornalismo de dados	e de extrema esquerda, do jornalismo cotidiano ao propor um jornalismo voltado para construção de soluções e não apenas na identificação de problemas
08	Checador de ativismos desnecessários	Editoria ambiental e política Jornalismo da paz (seus derivados) E jornalismo Construtivo	Conseguir apurar de forma crítica e subjetiva os discursos e ações dos atores sociais envolvidos nas respostas aos problemas sociais.
09	Assistente Anti-heróis (Sem balas de prata e soluções apenas em teorias)	Editoria meio ambiente e política Jornalismo de Dados e Construtivo	Ter capacidade de quantificar respostas aos problemas
10	Jornalista Watchdog (Cão de caça)	Editoria Meio Ambiente e Política Jornalismo Investigativo, Dados	Ficar atento às atualizações dos bancos de dados como layout de mapas e textos de leis.
11	Jornalista fora da redação e das redes - estilo de rua e comunitário-Repórter de rua	Em todas as editorias, mais especificamente na de cidade Jornalismo Comunitário e suas derivações e Jornalismo da Paz	Saber lidar com a pluralidade do público e se sentir bem em estar no meio deles e conseguir manter um diálogo com eles
12	Jornalista publicitário nativo	Editoria política e cidade Jornalismo de Dados e Jornalismo comunitário e seus derivados	Saber captar recursos de forma sustentável em todas as esferas sociais do público

13	Especialista em pesquisa documental e jornalística	Editoria ambiental e política Jornalismo investigativo e de dados	Conseguir encontrar histórias e compreender planilhas e interpretar textos
14	Analista de diversidade	Em todas as editorias Jornalismo Comunitário, Jornalismo da Paz e Construtivo	Buscar inserir em todas as notícias personagens e fatos a população brasileira com seus diferenciais de raça e gênero
15	Localizador de personagem (Fulanizador)	Editoria cidade Jornalismo investigativo	Encontrar os personagens improváveis e incomuns para as histórias (fontes não oficiais)
16	Propagador do jornalismo de soluções (nas redes e na comunidade)	Editoria Política e Cidades Jornalismo Construtivo	Ser capaz promover com histórias de Joso para todos os meios e as comunidades envolvidas nas respostas aos problemas
17	Fatiador de problemas (para buscar soluções)	Presente em todas as editorias Jornalismo de investigativo e de Dados	Conseguir delimitar os contextos de uma história e enquadrá-los em outras editorias, dando continuidade a partir de um outro aspecto
18	Gerente de Produto	Presente em todas as editorias e Jornalismo investigativo e Construtor	Criar produtos jornalísticos a partir de conteúdo de uma história para todos os meios de forma criativa e com uma mensagem comum mesmo com públicos diferentes.

19	Analista de engajamento	Presente em todas as editorias Jornalismo Investigativo, Jornalismo de Dados, Jornalismo Comunitário (seus derivados), jornalismo de Paz e jornalismo Comunitário	Conseguir engajar o público-alvo de cada história em todos os meios, fazendo com que eles interajam ativamente na notícia. Assim, repercutindo dentro e fora da internet.
20	Especialista em soluções editoriais e especializadas	Presente em todas as editorias Jornalismo Investigativo, Jornalismo de Dados, Jornalismo Comunitário (seus derivados), jornalismo de Paz e jornalismo Comunitário	Conseguir engajar o público-alvo de cada história em todos os meios, fazendo com que eles interajam ativamente na notícia. Assim, repercutindo dentro e fora da internet.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Reis e Thomé (2024) Thomé e Reis (2019) Reis et al.(2019a, 2019b, 2018)

Das funções e competências identificadas, as duas primeiras são comuns a todos os jornalistas: apuração e verificação de informações, mas quando combinadas com a afiliação (editoria + especialização), tornam-se o primeiro critério básico para aplicar o Jornalismo de Soluções (Joso): concentrar-se na profundidade da resposta aos problemas sociais. Essas competências também são complementadas pela habilidade de utilizar os recursos das redes sociais disponíveis atualmente, como Twitter, WhatsApp e Instagram, para extrair o máximo de informações que oferecem.



A terceira função e competência - mediador de contextos com foco em histórias sobre as necessidades de desenvolvimento humano - relaciona-se com o quinto critério básico do Joso, que é discutir o que não está funcionando para resolver o problema social. Portanto, o profissional precisa mobilizar uma visão holística do contexto para transmitir a notícia de forma compreensível.

Em um contexto mais amplo sobre um problema, podem surgir pessoas ou fontes engajadas na causa que podem agregar informações desnecessárias ou se autolegitimarem como heróis do problema. Para evitar isso, as funções e competências oito e nove dialogam com o terceiro critério, concentrando-se mais na eficácia das respostas do que nas boas intenções, apresentando evidências disponíveis de resultados.

A função 14, analista de diversidade, que busca incluir diversos personagens e fontes da população brasileira em todas as notícias, relaciona-se com o quarto critério do Joso. Ele destaca que uma história do Joso deve não apenas fornecer inspiração, mas também insights que outras pessoas possam utilizar. Isso promove a identificação e coloca o ser humano no centro, como foco da sociedade 5.0. Os veículos estão constantemente buscando a confiança e a competência socioemocional do público, e um profissional com essa função e essas competências na redação tem sido valorizado.

A última função, especialista em soluções editoriais e especializadas, destaca-se por ser uma função multifuncional, que já vinha sendo ocupada pelos profissionais. As empresas atualmente não designam profissionais exclusivamente para trabalhar com o Joso, devido à sustentabilidade e às limitações de tempo e recursos. Isso evidencia a inter-relação das funções e competências de um jornalista contemporâneo, que requer uma abordagem generalista com competências especializadas ao trabalhar com o Joso.

Esses resultados apontam a necessidade de levantar questões para debate, como a atualização da grade curricular das faculdades de jornalismo, a obrigatoriedade do diploma de jornalista, a regulação da mídia e o uso e avanços da inteligência artificial. Além disso, esses resultados podem ser interpretados à luz das competências socioemocionais, como empatia, persistência, criatividade e espírito de equipe, dadas as demandas da sociedade 5.0 em que vivencia-se atualmente e que continuaremos a viver.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo nasceu da necessidade de transcender as narrativas dominantes centradas no negativo, na tragédia e na dor, buscando realizar uma autoavaliação sobre as funções e competências jornalísticas empregadas na prática do Jornalismo de Soluções no contexto brasileiro. Ao longo de dois anos de reflexão, envolvendo aulas, estágio docente, pesquisa empírica com alunos de uma escola estadual sobre os problemas sociais locais e o lançamento do primeiro livro brasileiro sobre o tema, em 2022, escrito pelo professor Antônio Simões, este trabalho foi elaborado.

Em meio a uma sociedade pós-pandêmica, pôde-se na presente pesquisa observar a multifacetada natureza do jornalismo contemporâneo. A pesquisa aqui apresentada busca contribuir para a consolidação de funções e competências específicas destinadas à prática do Jornalismo de Soluções nas redações. O mapeamento de 20 funções e competências brasileiras não apenas demonstra as capacidades dos veículos de comunicação do país em produzir notícias com uma perspectiva mais ampla, mas também visa aprofundar a compreensão sobre o tema.

O Jornalismo de Soluções, conhecido como Sojo/Joso, tem sido reconhecido como uma prática em ascensão no cenário midiático mundial, especialmente no Brasil. Nesta dissertação, buscou-se compreender como as transformações no jornalismo, tanto de produto quanto de produção, têm evoluído até os dias atuais.

Assim, esta dissertação centrou-se em estabelecer um diálogo entre autores clássicos no campo do jornalismo, como Medina (1988), Traquina (2005) e Erbolato (1981), e autores contemporâneos, como Barbosa (2013), Sodré (2012), Costa (2014) e Simões (2022), sobre a natureza da notícia, os processos de produção, as editorias e as especializações jornalísticas. Ao considerar as editorias mais populares dos veículos informativos do país, como Meio Ambiente, Política, Segurança e Cidade, procurou-se evidenciar o potencial do Jornalismo de Soluções para ser aplicado em diversas áreas.

Outra questão abordada diz respeito ao papel das editorias como facilitadoras do surgimento de diversas especializações jornalísticas, permitindo que os profissionais aprofundem-se em diferentes aspectos de uma história para que ela seja noticiada. Isso pode se complementar com as práticas do Joso, como no Jornalismo Investigativo, no qual o jornalista pode descobrir histórias não exploradas pela mídia tradicional, e no

Jornalismo de Dados, ao analisar informações para encontrar aspectos positivos que geralmente são negligenciados.

A partir dessa interação entre o jornalismo editorial e o jornalismo especializado, foi possível observar a integração das funções e competências jornalísticas para trabalhar com o Sojo/Joso, de acordo com as demandas da sociedade. Assim como os veículos de comunicação se adaptam e se atualizam, nossas funções e competências também evoluem.

Em um momento em que o ser humano está no centro das inovações e transformações tecnológicas, adotar uma abordagem que busque soluções holísticas para os problemas sociais, como o Jornalismo de Soluções, torna-se fundamental. A editoria Meio Ambiente, por exemplo, ganhou maior destaque após a pandemia Covid-19, refletindo o foco do site Ecoa-Uol em sua produção jornalística.

As funções e competências necessárias para trabalhar com o Joso no Brasil enfrentam desafios, como a sobrecarga de responsabilidades e a constante necessidade de atualização. No entanto, é animador observar o crescente número de iniciativas de comunicação que estão adotando o Jornalismo de Soluções, apesar dos desafios de público e sustentabilidade.

Olhando para o futuro do Jornalismo de Soluções, questões como curadoria, engajamento comunitário e aspectos culturais devem influenciar tanto o consumo quanto a produção de notícias. Espera-se que este trabalho contribua para novas reflexões sobre as Funções e Competências Jornalísticas e para o Ensino de Jornalismo nas instituições, à medida que navegamos pela sociedade 5.0, que nos desafia a abordar os problemas sociais com uma perspectiva mais humanizada.

O Jornalismo de Soluções complementa o Jornalismo tradicional, oferecendo uma visão mais positiva e construtiva dos acontecimentos. As funções e competências necessárias para trabalhar com essa abordagem não serão substituídas por robôs, mas a tecnologia pode ser uma aliada importante nesse processo. E que o Jornalismo continue a trilhar um caminho de responsabilidade e consciência em prol da Democracia.

## 8. REFERÊNCIAS

### **Livros:**

ARISTÓTELES. Física I e II. Campinas: IFCH-Unicamp,1999

BARDIN, L. Análise de Conteúdo -Edição revista e ampliada; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo. Editora Almedina, 2011

BECHARA, E. Moderna gramática portuguesa – 37. ed. rev., ampla, e atual. Conforme o novo Acordo Ortográfico. - Rio de Janeiro: Nova Fronteira,2009

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Tradução e Fernando Tomaz. Bertrand Brasil. Memória e Sociedade,1989

BUENO,W. C.Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007

COLEMAN, R. Os antecedentes intelectuais do jornalismo público. In:TRAQUINA, Nelson e MESQUITA, Mário. Jornalismo cívico. Lisboa: Livros Horizonte, 2003

ERBOLATO, Mário.L. Jornalismo especializado – emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981

ERBOLATO, Mário.L. Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática,2008

FOUCAULT, M. Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão. Petrópolis:Vozes,2014

FORTES, L. Jornalismo Investigativo. São Paulo: Contexto, 2005

JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: ALEPH, 2006.

MASLOW. A. Harold. Motivation and personality. Harpers,1954

MEDINA, C. Notícia: um produto à venda: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial. São Paulo: Summus,1988

MIGUEL, L. F. Democracia e representação: territórios em disputa São Paulo: Editora Unesp,2014

PAIVA, R.O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo/Raquel Paiva; prefácio à 1ª edição: Muniz Sodré; prefácio à 2ª edição:Gianni Vattimo.-2ª ed.rev.e ampla. -Rio de Janeiro: MAUAD,2003

PARK, R. O Fenômeno Urbano.org: Otávio Guilherme Velho. Rio de Janeiro,1967

PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis. Vozes,2004

SIMÕES, A. Jornalismo de Soluções. Curitiba, Appris,2022

HITACHI-UTOKYO LABORATORY (H-UTOKYO LAB). Society 5.0 - A People-centric Super -smarth.Editora . Springer; 2020

SODRÉ, M. Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes,2012

TRAQUINA, N.Teorias do Jornalismo, a tribo jornalística –uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008

TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005

TRAQUINA, N e MESQUITA, M. Jornalismo cívico. Lisboa: Livros Horizonte, 2003

TRIGUEIRO, A. Cidades e Soluções: Como construir uma sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Leya,2017

YIN, R. K. Pesquisa Estudo de Caso-Desenho e Métodos (2ed). Porto Alegre: Booking,2001

### **Links:**

3 FORMAS COMO GRANDES EMPRESAS DE MÍDIA ESTÃO INOVANDO DURANTE A PANDEMIA . 2020. Ijnet Rede de Jornalistas Internacionais. Disponível em : <https://ijnet.org/pt-br/story/3-formas-como-grandes-empresas-de-m%C3%ADdia-est%C3%A3o-inovando-durante-pandemia> Acesso em: 20 ago de 2021

ABRAJI. **Abraji completa 18 anos em meio a cenário de ameaças à liberdade de imprensa.** 2020a Disponível em: <https://www.abraji.org.br/noticias/abraji-completa-18-anos-em-meio-a-cenario-de-ameacas-a-liberdade-de-imprensa> Acesso em: 24 de mar 2023

ABRAJI. Sobre a Abraji. 2020b.Disponível em: <https://www.abraji.org.br/institucional/#sobre-a-abraji> Acesso em: 23 de fev 2024

AGÊNCIA PÚBLICA. Quem somos.2024. Disponível em: <https://apublica.org/quem-somos/> Acesso em: 24 de fev 2024

ANDI. **Jornalismo Preventivo e cobertura de situações de risco – Um guia para**

**profissionais da imprensa com enfoque na Gripe Aviária.** 2007. Disponível em : <https://andi.org.br/publicacoes/jornalismo-preventivo-e-cobertura-de-situacoes-de-risco-um-guia-para-profissionais-da-imprensa-com-enfoque-na-gripe-aviaria/> Acesso em : 24 de fev 2024

**ANDI. Jornalismo preventivo e cobertura de situações de risco – Uma análise do tratamento editorial dedicado pela imprensa brasileira à dengue e à febre amarela.** 2009. Disponível em <https://andi.org.br/publicacoes/jornalismo-preventivo-e-cobertura-de-situacoes-de-risco-uma-analise-do-tratamento-editorial-dedicado-pela-imprensa-brasileira-a-dengue-e-a-febre-amarela/> Acesso em: 26 de fev 2024

**BASIC TOOLKIT.** 2023. Disponível em: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/en/courses/basic-toolkit> Acesso em : 26 de fev 2024

**BOWES, Claire.** O médico que descobriu como a cólera se espalha (e impediu a doença de causar mais mortes). 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-53376925> Acesso em: 26 de fev 2024

**CONSTRUCTIVE INSTITUTE.** Who what we do. 2023a Disponível em: <https://constructiveinstitute.org/who/what-we-do/> Acesso em: 26 de fev 2024

**CONSTRUCTIVE INSTITUTE.** What the three pillars. 2023b. Disponível em: <https://constructiveinstitute.org/what/the-three-pillars/> Acesso em: 26 de fev 2024

**CONSTRUCTIVE INSTITUTE.** What solutions journalism?.2023c. Disponível em: <https://constructiveinstitute.org/what/solutions-journalism/> Acesso em 26 de fev 2024

**CONSTRUCTIVE JOURNALISM PROJECT.** 2020. Disponível em: <https://www.constructivejournalism.org/> Acesso em 26 de fev 2024

**DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS .** 1948. Disponível em:<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos> Acesso em: 26 de fev 2024

**DIAS, Pâmela.** **Racismo ambiental: entenda como o termo surgiu e como ele influencia as vítimas das chuvas e outros desastres ambientais.**2024 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2024/02/04/racismo-ambiental-entenda-como-o-termo-surgiu-e-como-ele-influencia-as-vitimas-das-chuvas-e-outros-desastres-ambientais.ghtml> . Acesso em: 13 de mar 2024

**DICIONÁRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS.** / Organizadores: Carmem Lúcia Freitas de Castro, Cynthia Rúbia Braga Gontijo, Antônio Eduardo de Noronha Amabile. Barbacena: EdUEMG. 2012. Disponível em: [https://bd.camara.leg.br/bd/handle/bdca\\_mara/13076](https://bd.camara.leg.br/bd/handle/bdca_mara/13076) . Acesso em: 10 de mar 2024

**DIGITAL NEWS REPORT.** 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023> . Acesso em: 14 de mar 2024

**ECONOMIA UOL.** **UOL lança Ecoa e foca em pessoas e iniciativas que buscam**

**mundo melhor.** 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/10/01/uol-lanca-eco-a-e-foca-em-pessoas-e-iniciativas-que-buscam-mundo-melhor.htm#:~:text=UOL%20lan%C3%A7a%20Eco%20e%20foca%20em%20pessoas%20e%20iniciativas%20que%20buscam%20mundo%20melhor,-Qualidade&text=Nova%20plataforma%20de%20jornalismo%20do,para%20construir%20um%20mundo%20melhor.> Acesso em: 14 de mar 2024

FOLHA UOL . **Editoria Poder da Folha passa a se chamar política.** 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/editoria-poder-da-folha-passa-a-se-chamar-politica.shtml> Acesso em: 10 de mar 2024

GRUPO DE PESQUISA EM JORNALISMO AMBIENTAL . Sobre. 2008. Disponível em: <https://jornalismoemambiente.com/sobre/> Acesso em : 26 de fev 2024

HEB. Agostinho. **O jornalismo de soluções pode ajudar muito a superar os desafios do jornalismo contemporâneo.** Laboratório de Periodismo . 2023. Disponível em: <https://laboratoriodeperiodismo.org/jonathan-gutierrez-sjn-el-periodismo-de-soluciones-puede-ayudar-mucho-para-superar-los-desafios-del-periodismo-contemporaneo/> Acesso em: 20 de mar 2023

JORNAL EXTRA. Isso não é normal! . 2017. Disponível em <https://extra.globo.com/casos-de-policia/guerra-do-rio/isso-nao-normal-21711104.html> Acesso em: 10 de mar 2024

KAUFFMAN, Matthew. Como dados reforçam o jornalismo de soluções. 2021. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/como-dados-refor%C3%A7am-jornalismo-de-solu%C3%A7%C3%B5es> Acesso em: 10 de mar 2024

LIMA, Edvaldo Pereira. **Comunicação Construtiva para uma Sociedade Consciente Ressonância Pandêmica na Comunicação.** 2020. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/comunica%C3%A7%C3%A3o-construtiva-para-uma-sociedade-consciente-pereira-lima-1f/?originalSubdomain=pt> Acesso em : 10 de mar 2024

LORENZ, Mirko. Why-journalists-should-use-data: **Data Journalism Handbook.** 2012. Disponível em: <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/why-journalists-should-use-data> Acesso em: 26 de fev 2024

LYNCH, Jake. e McGoldrick, Annabel. **Peace journalism what is it? how to do it? .** 2000. Disponível em: Chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.transcend.org/tri/downloads/McGoldrick\_Lynch\_Peace-Journalism.pdf Acesso em: 12 de mar 2024

MEMÓRIA GLOBO. André Trigueiro. 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/andre-trigueiro/noticia/andre-trigueiro.ghtml>. Acesso em: 27 de fev 2024

PARK UNIVERSITY. **Centro para Jornalismo pela Paz Global.** 2024. Disponível em: <https://www.park.edu/academics/center-global-peace-journalism/> Acesso em: 15 de mar de 2024

UOL PARA MARCAS. **ECOIA: nova rede do UOL amplifica ações de quem transforma o mundo.**2019. Disponível em: <https://blog.publicidade.uol.com.br/branding/ecoia-nova-rede-do-uol-amplifica-acoes-de-quem-transforma-o-mundo/> Acesso em: 15 de mar de 2024

## Artigos:

BARBOSA, Suzana. **Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil.** In: RODRIGUES, Carla (Org). *Jornalismo On-line: modos de fazer.* Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina.2009

\_\_\_\_\_. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais.** In: CANAVILHAS, João (Org.). *Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis.* Covilhã: Livros Labcom. 2013.

BELMONTE, Roberto. Villar. **Uma breve história do jornalismo ambiental brasileiro.** *Revista Brasileira de História da Mídia*, 6 (2), 110-125. 2017. Disponível em:[https://www.researchgate.net/publication/322150033\\_Uma\\_breve\\_historia\\_do\\_jornalismo\\_ambiental\\_brasileiro](https://www.researchgate.net/publication/322150033_Uma_breve_historia_do_jornalismo_ambiental_brasileiro) Acesso em: 13 de fev 2024

CABRAL, Raquel; SALHANI, Jorge. **Jornalismo para a paz: conceitos e reflexões.** *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-compós*, Brasília, v. 20, n.3. Brasília – DF. 2017. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1371/947> Acesso em: 10 de mar 2024

COSTA, Caio. Tulio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado.** São Paulo. *Revista de Jornalismo/ESPM.* 2014. Disponível em: <https://caiotulio.com.br/2014/04/um-modelo-de-negocio-para-o-jornalismo-digital/> Acesso em : 13 de mar 2024

BISPO , Jemima; COUTINHO, Iluska. **Denunciar problemas ou propor soluções? A temática da fome retratada no telejornal.** In: *Anais do XXXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, João Pessoa,2022. *Anais eletrônicos...* João Pessoa, 2022. Disponível em: [https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link\\_aceite/nacional/11/0816202321285164dd69c32a3a9.pdf](https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202321285164dd69c32a3a9.pdf) Acesso em: 13 de mar 2024

DIAS, Rezende, Rafael.Otavio; REIS, Marco. Aurelio. **Jornalismo impresso premium é expandido em diferentes formas e telas na pandemia.** In: XII Seminário de Pesquisa da Estácio, 2021, Virtual - Rio de Janeiro (RJ). *Anos XII Seminário de Pesquisa da Estácio.* Rio de Janeiro: Unesa (SES), 2021. Disponível em: <https://portal.estacio.br/media/4685148/jornalismo-impresso-premium-%C3%A9-expandido-em-diferentes-formas-e-telas-na-pandemia.pdf> Acesso em: 27 de fev 2024

FARIAS, Camila; BELÉM, Vítor. **Pilares do jornalismo de soluções: uma análise das respostas propostas para a seca no programa Estação Agrícola.** In: *Anais do XXXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, João Pessoa,2022. *Anais eletrônicos...* João Pessoa, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0706202213223262c5b6c8d50da.pdf> Acesso em: 13 de mar 2024



FARIAS, Camila Gabrielle Oliveira. **A pauta da seca na Tv Sergipe: uma análise da cobertura jornalística à luz do jornalismo de soluções.** Dissertação (Mestrado) . Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/15866> Acesso em: 13 de mar 2024

FARIAS, Camila; BELÉM, Vitor Curvelo Fontes (2020). **Jornalismo de Soluções e os Valores-notícia:** Um Estudo de Caso dos Telejornais da RBS - Rio Grande do Sul EM 2020 .In: Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Virtual,2021. Anais eletrônicos... Virtual, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt1-te/camila-gabrielle-oliveira-de-farias.pdf> Acesso em: 13 de mar 2024

GIRARDI, Ilza. Maria. Tourinho, SCHWAABS, Reges, MASSIERER,Carine & LOOSE, Eloisa. Beiling. **Caminhos e descaminhos do jornalismo ambiental.** Comunicação & Sociedade, 34,132-152. 2012. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/2972> Acesso em: 10 de mar 2024

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; MORAES, Renato Ferreira. **Guerra do Rio, Guerra do Extra ... Guerra de Quem?** Passagens: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, v. 11, n. 1, p. 144-167, jan./jun. 2020. Disponível em <http://www.periodicos.ufc.br/passagens/article/view/42614/161773> Acesso em: 10 de mar 2024

LIMA, Edvaldo Pereira. **Jornalismo literário e jornalismo de soluções: proposta de diálogo para fertilização mútua.**In: Anais do XVII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo ,Goiânia, 2019. Anais eletrônicos... Goiânia, 2021. Disponível em: <https://blog.edvaldopereiralima.com.br/wp-content/uploads/SBPJOR-2019-Anais-JL-ED-044-7707-1-PB.pdf> Acesso em 13 de mar 2024

LUCENA, Gabriela; SIMÕES, Antônio. **Desafio em pauta: como um tema negativo pode ser trabalhado com base no jornalismo de soluções.** In: Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação , Belo Horizonte, 2023. Anais eletrônicos... Belo Horizonte, 2023. Disponível em: [https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link\\_aceite/nacional/11/0816202315552264dd1b9aa0f27.pdf](https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202315552264dd1b9aa0f27.pdf) Acesso em : 13 de mar 2024

NEVES, Tiago Tavares; SOBRAL , Gustavo. **Os Sentidos Da Cidade The Senses of the City.** In: Revista Unisinos -Verso e Reverso v. 33 n. 82 .2019. Disponível em: [https://www.academia.edu/39184468/Os\\_sentidos\\_da\\_cidade\\_The\\_senses\\_of\\_the\\_city](https://www.academia.edu/39184468/Os_sentidos_da_cidade_The_senses_of_the_city) Acesso em: 10 de mar 2024

OLIVEIRA, Felipe Moura; PASTL,Carolina Monego Lins; GARCIA,Isadora. **Para a crise do jornalismo, “jornalismo de soluções”?** Apontamentos a partir da experiência do Grupo RBS.In: Anais do XIX Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo, Brasília, 2021. Anais eletrônicos... Brasília, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabajos/para-a-crise-do-jornalismo-jornalismo-de-solucoes-apontamentos-a-partir-da-exper?lang=es> Acessado em: 13 de mar de 2024.

REIS, Marco Aurélio; BANDEIRA,Luiz Claudio Silveira; MORAES, Lucas Novello. **Novas funções e competências em Jornais do Rio ante o avanço das Redes Sociais Digitais .** In: X Seminário de Pesquisa da Estácio, 2018, Virtual - Rio de Janeiro (RJ). Anos X Seminário de Pesquisa da Estácio. Rio de Janeiro: Unesa (SES), 2018.

Disponível em: <https://portal.estacio.br/media/3731198/novas-fun%C3%A7%C3%B5es-e-compet%C3%Aancias-em-jornais-do-rio-ante-o-avan%C3%A7o-das-redes-sociais-digitais.pdf> Acesso em: 27 de fev 2024

REIS, Marco Aurélio; THOMÉ, Cláudia de Albuquerque; MIRANDA, Pedro Augusto Silva. **Novas funções e competências do Telejornalismo brasileiro**. In: Anais do XXXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, 2018. Anais eletrônicos... Joinville, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0728-1.pdf> Acesso em: 13 de mar 2024

REIS, Marco Aurélio; STAMATO, Marcela Cruz. **Novas Funções e Competências no Telejornalismo Brasileiro diante da TV Digital e dos demais avanços tecnológicos do setor**. In: XI Seminário de Pesquisa da Estácio, 2019, Virtual - Rio de Janeiro (RJ). Anos XI Seminário de Pesquisa da Estácio. Rio de Janeiro: Unesa (SES), 2019. Disponível em: <https://portal.estacio.br/media/4680485/novas-fun%C3%A7%C3%B5es-e-compet%C3%Aancias-no-telejornalismo-brasileiro-diante-da-tv-digital-e-dos-dema-is-avan%C3%A7os.pdf> Acesso em: 27 de fev 2024

THOMÉ, Cláudia de Albuquerque; REIS, Marco Aurélio. **Espelhamento da rede no telejornalismo regional: novas funções no contexto de multitarefas**. In: Anais do XXXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, 2019. Anais eletrônicos... Belém, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1224-1.pdf> Acesso em: 13 de mar 2024

REIS, Marco Aurélio; THOMÉ, Cláudia. **FUNÇÕES E COMPETÊNCIAS DO JORNALISMO EXPANDIDO: Navegando em aplicativos de conversa e redes sociais digitais**. (Compós 2024) No prelo.

REIS, Marco Aurelio; FREITAS, Franciane De SoJo a JoSo, o Jornalismo de Soluções no Brasil: filiações e desvios. In **Jornalismo de Soluções: Desafios e vivências inovadoras**. Campina Grande: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2024, pp. 19-46. Disponível em: <https://uepb.edu.br/eduepb-lanca-e-book-sobre-relatos-de-experiencias-nacionais-e-internacionais-envolvendo-jornalismo-de-solucoes/> Acesso em: 29 de mar de 2024.

RIBEIRO, Tatiana Casali; BRAIDA, Frederico; FILHO, Antônio Colchete. **Manifestações signicas no espaço da cidade: Juiz de Fora e a sua imaginária urbana**. In: Revista de Arquitetura e Urbanismo do Proarque- n.º. 37 - Vol.1, Rio de Janeiro. 2021. Disponível em: <https://cadernos.proarq.fau.ufrj.br/pt/paginas/edicao/37a> Acesso em: 10 de mar 2024

TAVARES, Felipe Cavaliere. **O comunitarismo e seu ideal de justiça**. In: Revista Legis Augustus. V. 5, n.º 1. 2014. Disponível em: <https://apl.unisiam.edu.br/revistas/index.php/legisaugustus/article/view/515/483> Acesso em: 10 de mar 2024

## 9. APÊNDICES

### Entrevistas realizadas durante o mês de janeiro e fevereiro de 2024 com editores do Gaúcha ZH e Ecoa Uol

#### 1) Entrevista com a atual editora principal de soft news (comportamento, meio ambiente, cultura e saúde) do X

**Franciane Freitas:** Há quanto tempo você está no Jornalismo e no X?

**RM:** Eu tenho quase 20 anos de formada, mas eu trabalho na redação há 24 anos. Hoje faço parte da coordenação da editoria de comportamento há dois anos. Não é editoria, é uma área. Nessa área de comportamento, falamos de comportamento, de saúde, de educação, ciência, tecnologia e ambiente. São assuntos que a gente chama aqui de Soft news. Que não é tão soft, né? Mas é porque o Hard News, que são economia política, fica com os colegas de notícias, e aí a minha área é um pouco, um pouco menos assim, em cima desse factual. E aí ficamos com, né, como soft news. E eu tenho muito forte aqui na editoria essa parte de jornalismo, de soluções. Ele é uma proposta que não é de uma editoria de uma área, tá? O nosso objetivo aqui é usar ele nas notícias e ele aparece como uma tag identificada no final do texto. Então, não sou só eu que toco o jornalismo de soluções aqui na empresa. Eu fiquei à frente de um projeto de jornalismo, de soluções, que eu acho que é por isso que te indicaram o meu nome, que era fortemente assim com as universidades, especialmente as universidades comunitárias. A gente fez um contato muito forte com eles para buscar ideias. Em 2021, eu fiz um contato com elas para fazer uma reportagem para mostrar o que estava sendo pensado e executado nas universidades e que pudesse ser soluções para a sociedade, para a comunidade onde elas estão inseridas, especialmente coisas que fizessem diferença. Então eu fiz um trabalho bem forte sobre isso, fizemos muitas viagens para o interior do estado para mostrar essas propostas. Mas assim, o jornalismo de soluções é um olhar muito claro para nós. Os

outros veículos também tratam disso. Mas aqui é um olhar da empresa, para encontrar soluções para os problemas. De não ficar focando só nos problemas da sociedade. O que a gente tem que fazer enquanto um veículo preocupado em apresentar ideias e discussões. A gente tem que ouvir especialistas que nos digam: olha, se fizesse isso, se fizesse aquilo, poderia ser uma situação melhor. Tem exemplos lá não no exterior, em tal país, em tal cidade do Brasil que tinha um problema semelhante e resolveu de tal forma, então é trazer, essa inspiração para a sociedade. Para que possam ajudar a solucionar os problemas que a gente tem. Esse é o grande mote que nos move. É trazer soluções.

**Franciane Freitas:** Você falou que a escuta é importante no trabalho jornalístico, isso seria hoje uma das competências jornalísticas em falta hoje? E quais outras competências você acredita que o jornalista precisa ter e que são empregadas aí na sua redação?

**RM:** Então Franciane, eu vejo que a escuta é a principal. A gente tem que ouvir das pessoas, o que é problema nas comunidades delas. Porque, claro, isso aqui é uma coisa óbvia, né? O que eu estou te falando é um problema grande da cidade. Mas a gente estar aberto a ir aos lugares, né? É uma discussão muito forte aqui na redação, que a gente não faça jornalismo da redação, que a gente vá aos lugares, que a gente entenda qual o problema da comunidade. Então, eu acho que o principal é estar atento aos problemas da cidade. A gente tem uma interação muito forte com os nossos leitores e ouvintes pelo WhatsApp hoje em dia. Antes, a gente atendia o telefone nas redações e hoje vem muita informação pelo WhatsApp. Então acho que é estar atento aos problemas, que óbvio, pautam a sociedade, como mudanças climáticas. É também estar atento às questões relacionadas à educação, eu cubro muito a educação aqui no jornal. Então, é estar presente, é conversar com pessoas que estão no dia a dia, das vivências das escolas. A gente tem muitas fontes que nos trazem os problemas e a partir disso a gente vai discutir, vai entender o que tem que ser feito, vamos atrás de especialistas, vamos ouvir. Eu acho que o importante é dar voz às pessoas e estar aberto com as antenas ligadas e captando o que de fato é problema para discutirmos.

**Franciane Freitas:** E o que você mobiliza de conhecimentos hoje que você estudou na faculdade e para trabalhar com jornalismo de solução. O que você vê que é fundamental e que estudou na época da graduação?

**RM:** Nossa, faz tempo que me formei e essa discussão de jornalismo de soluções é mais recente, né? Mas assim, o que eu poderia associar é essa questão da escuta. É tu entender quais são os problemas. Claro que eu discutia jornalismo de soluções na faculdade né? Eu fiz faculdade, já tem mais de 20 anos. Mas assim, uma coisa que sempre teve em discussão é você ouvir a sociedade. É tu estar presente, estar atenta aos problemas dos outros, buscar estratégias para resolver. Buscar a os especialistas para que comentem como resolver a situação, como trazer exemplos e tudo mais. Isso é uma discussão que não estava dentro dessa linha do jornalismo de soluções, mas eu acho que é o objetivo principal do jornalismo, né, Franciane. O de mostrar as questões da sociedade, trazer exemplos, mostrar o que que pode ser feito, acho que é isso. É desde sempre da nossa profissão, né?

**Franciane Freitas:** E quais são os atuais desafios que você passa e vê seus colegas passarem para trabalhar, com o jornalismo de solução?

**RM:** Neste momento o que a gente enfrenta, é o desafio de apurar o olhar. Porque com as estruturas de redação cada vez mais enxutas, às vezes a gente acaba ficando muito no factual e o jornalismo de soluções exige um mergulho. Ele exige um aprofundamento. Uma pauta de jornalismo, de soluções, não é feita num dia, ela não é feita em meia hora. São pautas mais demoradas. Tem que ter um grande aprofundamento e buscar especialistas, porque senão fica muito raso. Então, assim, o nosso desafio é tirar as pessoas da pauta factual para que se dediquem a isso. Eu acho que a gente tem conseguido fazer isso, temos feito bastante notícias de soluções E nós editores somos cobrados para ter uma entrega de notícias significativa, de identificar assuntos que precisam desse olhar aprofundado, o segundo é achar espaço nas agendas de produção. E nós temos um cuidado grande em relação a isso.

**Franciane Freitas:** E como você vê a relação do jornalismo, de solução com outros tipos de jornalismo, como o jornalismo investigativo e da editoria ambiente?

**RM:** Sim, vejo que tem relação com o investigativo e a questão ambiental, tem essa parte do cotidiano, do geral que fazemos muito. Ambiente tem sido muito trabalhado na parte de comportamento. Identifico muito essa relação, pois traz a questão de mudanças de clima, de propostas. No jornalismo de soluções trabalhamos todas as áreas. Tanto é que as notícias no site não são de uma área determinada, você não consegue encaixar em uma editoria única as matérias. Elas estão em tudo. E aí tem investigação, tem o cotidiano, tem ambiente, tem cidades, então acho que sim, encaixa em quase todas.

**Franciane Freitas:** Você vê alguma tendência que possa vir do Jornalismo de Soluções, tanto relacionado a questão política e o pós-pandemia, tensões sociais que estamos vivendo?

**RM:** Eu acho que tenho, mas não sei se seria no jornalismo de soluções, mas uma discussão que eu vejo muito forte é a questão da inteligência artificial, Franciane. O uso da inteligência artificial nas eleições tem sido debatido bem atualmente. Eu vou te falar genericamente que não é uma área que eu tenho mais aprofundamento. Mas eu vejo muita discussão sobre o uso de imagem falsas, de colocar a tua cara falando uma coisa que tu não falaste vendendo um produto, isso tá sendo recorrente. E eu vejo que é uma discussão bem forte em política, então talvez um olhar de jornalismo, de soluções para o que pode ser feito em relação a isso. Eu acho que esse vai ser um assunto que vai estar bem presente nesse ano, até porque a gente tem eleições municipais em outubro. Então, eu acho que vai ser um assunto recorrente ao longo do ano e que as pessoas vão ter que se debruçar para resolver. Para entender como fazer para dar um jeito.

**Franciane Freitas:** Nós falamos que a inteligência artificial não vai substituir o jornalista, mas jornalista também precisa ter uma boa relação com ela. Como você vê isso?

**RM:** Sim, precisa de uma boa relação. Aqui a gente tem feito alguns trabalhos com a inteligência artificial. A gente tem a previsão do tempo robô. E aí a gente tem todo a previsão do tempo. Ela fala de como vai ser, mas isso não substitui uma matéria falando sobre o quanto que choveu, atualizando os dados, buscando a explicação do qual foi o fenômeno climático que aconteceu aqui. Então eu vejo muito como um acessório, uma ferramenta que vem para nos ajudar vem para nos ajudar. Mas eu não enxergo neste

momento que a gente está vivendo, uma substituição, de forma nenhuma. Você vê que há limitações, pelo menos no uso que a gente faz aqui na empresa. Eu não vejo um robô que vai ouvir especialistas, vai identificar o que é que foi e vai prever como é que vai ser o mês de janeiro. Então eu acho que esse aprofundamento, vai continuar precisando de um olhar de jornalista. Mas é claro que isso é um conteúdo objetivo, né? Tem vários outros que são mais automáticos, né, e que vão sendo automatizados. E eu acho isso muito bom. Eu não estou por dentro deste trabalho, tem uma equipe aqui que cuida do uso da inteligência artificial, uma série de demandas, de trabalhos sendo feitos. Mas de tudo o que eu conheci até agora, eu não vejo como uma substituição. Pelo que eu vejo, eu acho que é um plus assim, sabe? De tirar essa coisa mecânica do nosso trabalho de jornalista.

## **2) Entrevista com o atual editor principal de hard news (política, economia, segurança e cidade) do X**

**Franciane Freitas:** Há quanto tempo você formou e trabalha no X?

**LF:** Sou formado em jornalismo desde 1998. Aqui na empresa ,estou desde 2004. Já atuei aqui como repórter de política, principalmente. Depois de uma década, me tornei editor de política e em 2017, a gente fez uma reestruturação da redação. Onde essas editorias tradicionais foram reunidas em guarda-chuvas. Então hoje, trabalho numa editoria que a gente chama notícias Hard News, né? Ela reúne-te o que tem de mais duro na cobertura. Então tem política, tem economia, tem mundo, tem geral, no sentido de notícias da cidade, tem trânsito, então essas são os principais assuntos do nosso enfoque nessa editoria Hard News, tem a dimensão de produção de conteúdo e temos repórteres nela, que produzem o nosso conteúdo local.

**Franciane Freitas:** O que você mobiliza do que aprendeu na faculdade ao longo da sua carreira? É para trabalhar com o jornalismo de soluções, até mesmo para auxiliar outros repórteres?

**LF:** Eu acho que o que eu acrescento na questão do jornalismo e soluções, é o meu esforço pessoal em termos de estudo. Eu sou uma pessoa que fiz mestrado e fiz doutorado. Então eu tenho gosto pela pesquisa, pela teoria, pela leitura. E isso quando a gente produz uma pauta de jornalismo, de soluções aqui no jornal, principalmente nas áreas que eu me sinto mais à vontade para trabalhar e para surfar, né? Eu acho que tenho uma capacidade de dimensionar as coisas em um contexto maior. De dar a elas uma visão mais macro e o que é uma coisa necessária para o jornalismo de soluções, que não pode trabalhar apenas com um olhar factual, de uma reportagem simples. Então, quando eu escrevo uma pauta, que vá representar uma matéria focada em jornalismo, soluções, que não é todas que a gente consegue fazer isso, porque exige realmente um esforço de recursos humano bem grande. Porque a pessoa fica dias trabalhando naquilo. E uma redação precisa ter ritmo, precisa acompanhar os fatos. Então não é todas as pessoas que a gente pode colocar para fazer isso. E não é o tempo todo, né? Seria ótimo, mas não é. Então, eu acho que ponho esses meus recursos para orientar os repórteres, principalmente repórteres mais novos, que não conhece algumas coisas, que até para quem está na academia é muito simples. Por exemplo, numa redação, às vezes tem pessoas que não sabem o que é o Google acadêmico. É um exemplo pequeno, mas muitas vezes, as pessoas não sabem. Então, acredito que as formações que tenho, me possibilitam competências, que são uteis no meu dia a dia.

**Franciane Freitas:** Como vocês receberam a ideia de trabalhar com o Jornalismo de soluções?

**LF:** Ela é uma ideia também, que exige do jornalista uma humildade, digamos assim, porque ela pressupõe uma abordagem diferente e que exige mais da gente profissionalmente. Eu acho que nós como jornalistas levantamos problemas, botamos luzes neles e mostrar coisas que, às vezes, a sociedade não quer ver, né? Ou não quer resolver, não põe esforço para resolver, tanto nós como sociedade, como ou como estado, o poder público, né? Mas. eu acho que se eu fosse dizer que talvez isso seria a meia volta do parafuso, né? Então é, às vezes a gente pode dar a volta seguinte e a gente não fazia ou não faz, né? Por uma questão cultural e essa volta mais a no parafuso eu enxergo com



uma busca de saídas alternativas. Nós já temos muita história, como um país, uma sociedade e como mundo, né? Então é razoável, a gente imaginar que outras sociedades, outras comunidades, outras populações já enfrentaram problemas parecidos com os nossos. E, é possivelmente, por contexto cultural, econômico e social, acharam soluções para dar conta dessas demandas, que a gente aqui ou não tem, esse background que eles têm, né? Ou não se deu conta. Enfim, mas não vejo nada de errado em buscar o que é que os outros fizeram e eventualmente copiar isso, se é que vai resolver um problema, social, humano, digamos, assim. E isso envolve o jornalista estar aberto para a mudança. Na nossa redação, o jornalismo de solução também surgiu pelo questionamento do nosso público, Eu acho que se você prestar atenção hoje no Brasil, as pessoas, estão soterradas de Fake News, de informação desnecessária, de um monte de coisa que apenas polui a nossa capacidade de absorção de informações. As pessoas começam a se queixar que estavam cansadas de notícias ruins, de só receberem problemas. Então, a ideia de que tínhamos de fazer alguma mudança em relação isso, amadureceu na redação e a gente foi desenvolvendo alguns experimentos acerca do Jornalismo de Soluções.

**Franciane Freitas:** Hoje, quais desafios você vê para trabalhar com o Joso?

**LF:** Eu acho que o principal desafio ainda tem a ver com a questão do tempo. Porque é um tipo de reportagem que exige uma dedicação de tempo do repórter, que a pressão do cotidiano, dificulta bastante. Então, mesmo que você tenha uma equipe boa de repórteres, isso te exige uma gestão de pessoas. Ela precisa ser capaz de dar conta do dia a dia, da cobertura factual e de todos os veículos. E nem todos os nossos veículos têm a mesma necessidade. E nós não podemos direcionar um repórter quatro, seis semanas para fazer uma matéria e deixar um vazio. Então é um equilíbrio muito tênue e muito difícil, né? É um estia e puxa, eu diria assim, né? Eu acho que isso, permanece aqui e deve permanecer em qualquer veículo. Porque a questão do jornalismo hoje, principalmente em razão do digital, é a sobreposição de prioridades, né? Isso é muito difícil de lidar. Eu acho que ninguém resolveu isso. As prioridades mudam demais e isso para mim é o principal gargalo. é?

**Franciane Freitas:** Das editorias, que você comentou no início tem alguma que. quando aparece uma pauta vocês priorizam na cobertura? Ou é de acordo com a demanda?

**LF:** Eu acho que pautas de cidade, se eu tivesse que pensar de cabeça, sem contar. Eu diria que são as pautas que a gente mais foca, porque a gente está trabalhando problemas urbanos, então parece que a gente faz mais. Eu diria também economia, principalmente questões de microeconomia. Política, a gente foca pouco, porque envolve questões ideológicas, economia também tem. Mas na política cada um tem a sua solução a partir da sua perspectiva ideológica. Então, é um campo minadíssimo, não é simples de fazer. Mas é mais fácil quanto lida com questões do cotidiano, concretas da vida real do que quando tu abstrais para questões de organização social, de escolha política, enfim. É a segurança pública, eu vejo que é uma área que possível de trabalhar também. A gente já fez algumas notícias, como uma questão de problemas de um presídio, daqui. E na área de meio ambiente, produzimos muitas notícias a partir do Jornalismo de Soluções.

### **3) Entrevista com a atual editora principal do Y**

**Franciane Freitas:** Então, há quanto tempo você trabalha com o jornalismo e no Y?

**PJ:** Eu trabalhei no veículo Y durante 11 anos e aí saí. Passei por outras redações e voltei justamente agora para assumir o cargo de editora do site. Então, eu estou neste cargo desde meados de novembro do ano passado. Então eu sou bem novata no site e no jornalismo de soluções, que era uma área que nunca havia trabalhado.

**Franciane Freitas:** Quais funções e competências você vê. sendo empregadas para trabalhar com o jornalismo de soluções no Y ?

**PJ:** Eu acho que o grande desafio para a gente que trabalha nessa área é não ser usado. É preciso tomar muito cuidado para não ser, principalmente quando a gente está falando de empresas. Porque tem muita empresa que quer divulgar as ações que estão fazendo, então a gente recebe diariamente muita sugestão de pauta e precisamos ter um olhar crítico para ver aquela ação e ver de que maneira ela de fato tem um impacto. Se de fato, ela é positiva, o que ela traz de benefício, ver o contraponto, para a gente não ficar fazendo o papel de assessoria de imprensa da empresa. Então, eu vejo a minha função como editora, que é orientar o repórter a ter esse olhar crítico e como agora, a minha atuação maior não é tanto no dia a dia, mas em projetos, planejar projetos especiais, coberturas especiais, sempre dando conta desse contraponto do outro lado de. Porque senão a gente fica só falando

como as coisas são legais. E não é isso, né? E a gente tem essa ideia equivocada, de que o Jornalismo de Soluções é dar boa notícia, contar histórias positivas não é isso? Tem que mostrar o impacto, tem um problema, como alguém está solucionando esse problema? O que a gente pode fazer de agora em diante? Então, não é só bater palma para quem está fazendo alguma coisa que é boa, a gente tem que verificar, a gente tem que apurar, tem que ir a fundo e ver se quão séria a ação está sendo feita.

**Franciane Freitas:** Você vê alguma tendência para o jornalismo de solução para o veículo de vocês?

**PJ:** Olha, eu não acho que eu consigo te falar em tendências ainda, justamente porque eu cheguei há pouco tempo e a gente está num momento de redefinir algumas coisas da nossa cobertura. Então, eu ainda tô lendo muito sobre, pensando em como a gente pode direcionar melhor a nossa pauta. A gente está pensando em dar um enfoque maior em questões de crise climática. Porque a gente entende que esse é um tema urgentíssimo. E é um tema que casa perfeitamente com o jornalismo de soluções. Porque de fato, a gente está num momento em que a gente precisa solucionar esse problema. O que eu posso te dizer é que, para nós, como tendência de assunto, a gente vai investir nisso. Agora, em geral do jornalismo, de soluções, é, é como a gente estava falando antes. Jornalista não gosta desse tipo de pauta. Fica com esse preconceito, de achar que é só falar de coisa boa, que boa notícia não é notícia. Então, eu não sei como vai caminhar isso, principalmente porque a gente está enfrentando uma crise no modelo e negócio do jornalismo, principalmente na questão de audiência, todos os veículos estão perdendo muita audiência. Então é um momento delicado, né?

**Franciane Freitas:** Além das competências que você já comentou, como você vê a você a relação do seu trabalho na Y com os jornalismo especializados, como investigativo, dados?

**PJ:** Eu acho que o jornalismo de dados traz ferramentas muito importantes para a gente trabalhar soluções. Porque justamente nos ajuda a gente ter dados concretos dos problemas e muitas vezes dados do que está sendo solucionado, mas, a gente não tem uma equipe de dados na redação, então é uma dificuldade, porque o jornalismo de dados requer muito tempo, né? Dedicção e um conhecimento técnico de analisar banco de dados. Então, é um perfil difícil da gente ter na redação, mas eu acho que é fundamental. E a esperança é que com as ferramentas de inteligência artificial, a gente consiga de alguma forma melhorar essa extração de informações a partir de dados que estão aí, né? Tem muitos dados aí a gente que a gente precisa aprofundar, filtrá-los, reuni-los, para então transformar em conteúdo.

#### **4) Entrevista com a ex-editora do Y**

**Franciane Freitas:** Há quanto tempo você se formou? E quanto tempo você trabalha para o Y?

**PT:** : Eu me formei em jornalismo em 2014. Daí, depois de formada meu caminho, foi meio oposto, do que acontece com jornalistas, porque eu fui para o audiovisual. Na faculdade, tinha um estúdio muito bom, bem aparelhado, muito bom para a parte do audiovisual, o que me chamou a atenção. E aí eu logo fui trabalhar, trabalhei com audiovisual, estagiei em algumas empresas produzindo. Passei três anos estagiando em empresas de audiovisual ou relacionadas a audiovisual. E aí logo eu entrei numa agência de notícias em 2017, comecei a produzir texto, mesmo assim também fazendo muito documentário. E aí eu ficava meio que fazendo tudo, porque a gente não tinha muito recurso, né? Então você tem que fazer tudo. Então eu fazia reportagem, produção, roteiro, filmava e editava. Fazia um pouco de tudo. Então, filme é loucura. E aí quando eu, quando eu vim para o Y eu foquei mais em texto, até que ano passado eu voltei a produzir documentário e tal. Mas eu fico nessa divisão. Eu gosto muito de documentário e de escrever, então tento fazer um pouquinho de tudo. Já no Y, eu entrei em 2019, fiquei como repórter do até 2022 e depois fui promovida para ser editora assistente no ano seguinte e o site teve uma reestruturação. Nisso eu virei editora assistente de reportagens especiais para as verticais, não só para o Y, mas para outros produtos.

**Franciane Freitas:** Durante o seu trabalho você vê quais competências que você mobiliza? Ou as que você destaca que o jornalista precisa ter para conseguir trabalhar com essas pautas, dentro mesmo do Y ou de um site sob a prática do Jornalismo de Soluções?

**PT:** Pensando muito em jornalismo de soluções, eu acho que o que é mais desafiador, é você conseguir atrair o leitor. Eu acho que esse era um desafio, que a gente tem enfrentado, porque o Y foi criado um ano antes da pandemia. E aí fica muito difícil você ser um veículo de jornalismo de soluções num momento que está tudo complicado. E a gente brincava que quando a pandemia acabasse, a gente iria colocar um extra em nosso currículo que é: falou de pautas boas e de soluções, numa época completamente apocalíptica. Porque era muito difícil, então eu acho que isso era a maior dificuldade que a gente tinha, de como a gente ia atrair o nosso leitor falando de coisas boas, de soluções, sendo que estava todo mundo tenso. E aí eu senti que foi desenvolvendo, tanto os editores, quanto os repórteres, que era essa tentativa de aprender a comunicar diferente, porque a gente percebeu que seguir os padrões que a Y empresa jornalística segue, para outros veículos, não funcionava muito bem. Então não era, só documentar um projeto que fulano criou para acabar com a fome, ninguém quer saber, então a gente começou a fazer muito exercício de como contar essa história. A gente criou um grupo só para discutir título, por exemplo, e que eu acho que é uma das competências principais para quem está fazendo jornalismo de solução. E eu acredito que foi algo que me ajudou muito e me ajuda até hoje, porque é uma experiência, foi um exercício de entender como que a gente pode comunicar uma informação que não necessariamente chamam atenção, de forma atraente para o público. Eu acho que a principal competência, é essa. De saber comunicar de um jeito que não é tão convencional e que não pode ser tão convencional, porque senão as pessoas não vão ligar. Porque senão vira só mais uma história bonitinha assim, sabe? O público abre o jornal e vê uma história bonitinha de soluções, e as outras trazem como manchete modelo é estuprada, é obvio que a tragédia vai chamar mais atenção. É muito difícil competir com essas pautas, assim é muito difícil, ainda mais na pandemia, imagina, mas eu diria isso, eu diria até que é mais um medo de não errar assim, porque a gente errou muito também. Muitas coisas que a gente publicou não deram resultado e com isso a gente aprendeu o que usar e o que não usar nos títulos, como contar ou não contar uma história. Ainda mais porque o público da empresa Y é maioritariamente, branco e masculino, né? Então é difícil falar sobre meio ambiente e direitos humanos para esse grupo que não está acostumado a falar sobre tais assuntos. Então sempre foi um desafio,

de como instigar essa curiosidade, como fazer os nossos conteúdos serem atraentes? Assim, eu não sei se tem o nome para essa competência. Mas era isso. A gente aprendeu que por mais que a gente seja uma editoria que fala de meio ambiente, a gente não podia ter sustentabilidade no título, porque as pessoas não querem saber de sustentabilidade. Então a gente fica pensando, como é que eu vou usar a sustentabilidade? Sem falar que é sustentabilidade. Eu lembro que tinha um título que a gente estava falando sobre plantas comestíveis não convencionais, que são as panc's. Pensei, se eu colocar plantas comestíveis não convencionais, ninguém vai ligar, aí você coloca. Tipo plantas diferentes, aí todo mundo tipo, ah, o que que é essa planta diferente? E aí quando você vê, a pessoa já tá lendo sobre um assunto que tem tudo a ver com o meio ambiente e ela tá se entretendo, ali no meio também. Então acho que era sempre foi sempre um desafio assim, tentar envolver o nosso leitor de alguma forma. Para quase enganar, mas não enganar, mas quase disfarçar que ali tem um conteúdo relevante, que ele está lendo e está aprendendo assim, sabe? É, a gente fez muito isso, com bichos também. Porque a gente percebeu que as pessoas gostam muito de saber sobre bichos. Então, a gente pensou que tem que usar os bichinhos para falar sobre conservação. Aí toda hora a gente vingava uma notícia com um bicho diferente. Um bicho que estava sendo ameaçado de extinção por aquecimento global. A gente contava a história desse bichinho e aí quando a pessoa notava, ela estava aprendendo sobre conservação de uma espécie. Estava aprendendo sobre como o aquecimento global está ferrando com a vida dela. Então foi bem isso no início. Essa flexibilização foi necessária e ler o leitor gosta de ler, entender o que o leitor gosta de ler e tentar replicar para jornalismo de solução. O que é bem difícil, mas tem que ser. Eu acho que tem que ter esse desafio, porque, senão, não tem como competir com as outras notícias, sabe? Pelo nosso especo já ser de competitividade. Mas vale a pena, por ver as pessoas dizendo que nunca tinham pensado no ponto de vista de resposta aos problemas, então é muito gratificante o nosso trabalho.