



23 E 24 DE OUTUBRO

ANAIS

10º FÓRUM DE JORNALISMO

COMUNICAR É FAZER HISTÓRIA.

20 ANOS DO CURSO DE JORNALISMO

ORGANIZADORES
PROF. ME. ISABEL DE SOUSA PEREIRA
PROFA. ME. JACKELINE DA SILVA MOURA



FACULDADE R.S.Á
Desenvolvendo com educação



© 2026 - Direitos Reservados

É proibida a reprodução total ou parcial da obra, de qualquer forma ou por qualquer meio, sem autorização prévia ou por escrito do autor. A violação dos Direitos Autorais (Lei nº 9610/98) é crime estabelecido pelo Artigo 184 do Código Penal.

Editora Oxente



Editor responsável:

Rubervânio Lima

Diagramação e capa:

Rubervânio Lima

Os textos são de inteira responsabilidade dos autores, de modo que a editora não se responsabiliza por informações diversas ou plágio, ou elementos de pesquisa histórica.

INSTITUTO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR RAIMUNDO SÁ

Raimundo de Sá Urtiga Filho

Diretor

Roberta Mara de Deus Urtiga

Vice-diretora

Maria do Socorro Rodrigues

Coordenadora de Graduação

Maria dos Remédios Beserra

Coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Extensão

Isael de Sousa Pereira

Coordenador do Curso de Jornalismo



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

M929a Moura, Jackeline da Silva, e Pereira, Isael de Sousa. (Organizadores).
1ª ed.

Anais: 10º Fórum de Jornalismo. /Isael de

Sousa Pereira e Jackeline da Silva Moura

(Orgs.) - 1ª ed. - Picos-PI : Oxente, 2026.

242 p. il.; 15x21. [VERSÃO DIGITAL]

ISBN: 978-65-5100-455-1

1. Jornalismo 2. Anais. 3. Resumos de evento

4. Fórum. 5. Picos-PI. I. Título.

04-2026/159

CDD-70

CONSELHO EDITORIAL

Conselho Editorial da Editora Oxente

Cordenação:

Dr^a Rosiane Rocha Oliveira Santos (FACAPE)

Membros: Dra. Cláudia Maria Lourenço da Silva Melo
(FACAPE)

Dra. Luzineide Dourado Carvalho (UNEB)

Dra. Fabíola Moura Reis Santos (UNEB)

Dr. Adelson Dias de Oliveira (UNIVASF)

Dra. Andréa Alice Rodrigues Silva (UFRB)

Dr. Phablo Freire Paiva (FACESF)

Dra. Deise Cristiane do Nascimento (FACAPE)

Dra. Elnora Maria Gondim Machado Lima (UFPI)

Me. Manuela Pereira de Almeida (UNEB)

Me. Simone Salvador de Carvalho Meneses (AESAs)

Dra. Rita Regina Marques Costa (UNEB)

Me. Maria Rosa Almeida Alves (SEDUC-BA)

10º FÓRUM DE JORNALISMO

COMUNICAR É FAZER HISTÓRIA.

PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO:

Curso de Bacharelado em Jornalismo
Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

DATA E LOCAL:

23 e 24 de outubro de 2025
Faculdade R.Sá, Picos-PI

COORDENAÇÃO GERAL:

Prof. Me. Isael de Sousa Pereira

COMISSÃO CIENTÍFICA

Prof. Me. Isael de Sousa Pereira

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Profa. Esp. Bruna de Sousa Moura Fé

COMISSÃO DE CONCURSOS ESPECIAIS

Prof. Me. Isael de Sousa Pereira

COMISSÃO DE CREDENCIAMENTO E CONVITES

Prof. Me. Jailson Dias de Oliveira

COMISSÃO DE CERTIFICADOS

Prof. Me. Isael de Sousa Pereira

COMISSÃO DE FINANÇAS E PATROCÍNIO

Profa. Esp. Bruna de Sousa Moura Fé
Prof. Me. Isael de Sousa Pereira
Prof. Me. Jailson Dias de Oliveira



FACULDADE R.SÁ
Desenvolvendo com educação

GRUPOS TEMÁTICOS

GT1 - Práticas Comunicacionais

Coordenadoras:

Profa. Ma. Ruthy Manuella de Brito Costa

Ma. Iaquelly de Sousa

Este Grupo de Trabalho abrange a amplitude das práticas comunicacionais, contemplando linguagens, mensagens e códigos difundidos por meio dos mais diversos canais e plataformas.

O GT abre espaço para discussões sobre mídia, marketing, publicidade e relações públicas, refletindo sobre como esses campos se expandem e se ressignificam.

A proposta também recebe debates interdisciplinares, com ênfase no uso da internet e das redes sociais e sua crescente influência nas dinâmicas da sociedade brasileira contemporânea.

GT2 - Cultura, Sociedade e Mídia

Coordenadoras:

Profa. Dra. Mayara Sousa Ferreira

Profa. Ma. Jackeline da Silva Moura

Este Grupo de Trabalho recebe estudos interdisciplinares que abordam práticas culturais, dinâmicas sociais e suas múltiplas formas de representação e circulação na sociedade contemporânea.

O GT acolhe pesquisas oriundas de diversas áreas do conhecimento, que promovam reflexões sobre identidades, territorialidades, modos de vida, processos simbólicos e mediações culturais. Também acolhe estudos sobre mídias, produções artísticas, discursos, cinema, literatura, práticas populares e manifestações de resistência cultural.

ORGANIZADORES

Jackeline da Silva Moura



Possui Graduação em Serviço Social pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá IESRSA (2012). Mestrado em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco UFPE (2016). Professora do Curso de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá IESRSA. Principais temas de estudos e atuação: trabalho; transformações no mundo do Trabalho; judicialização da política e das relações sociais e processo de trabalho do assistente social.

Isael de Sousa Pereira



Possui graduação em Bacharelado em Jornalismo pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (2018); Especialização em Gestão de Marketing e Mídias Digitais pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (2023); Mestrado em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB), (2022). Possui experiência profissional como repórter de jornal impresso, online e rádio. Atua como assessor de comunicação na Prefeitura Municipal de Picos. Dirige uma agência de marketing político, a Sertões

Comunicação. Na docência atua como professor e coordenador do Curso de Bacharelado em Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (IESRSA). Integra grupos de pesquisa do Programas Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da IESRSA desde 2023.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	09
GT 01 - PRÁTICAS COMUNICACIONAIS	
Coordenadoras:	12
Prof. Ma. Ruthy Manuella de Brito Costa	
Ma. Jaquelly de Sousa	
GT01	
1 - FOLKCOMUNICAÇÃO: ANÁLISE DO CORDEL “UMA VIOLÊNCIA CHAMADA BULLYING” COMO FERRAMENTA DE CONSCIENTIZAÇÃO EDUCACIONAL	13
<i>Jailson Dias de Oliveira</i>	
<i>Victor Guilberme Sousa França</i>	
GT01	
2 - A LITERATURA COMO FONTE DE MANIFESTAÇÃO DAS CLASSES MARGINALIZADAS: UMA VISÃO FOLKCOMUNICATIVA	31
<i>Aucélia Vieira Ramos</i>	
<i>Jaqueline da Silva Torres Cardoso</i>	
GT01	
3 - CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO JORNALISMO ONLINE EM PICOS (PI): UMA REVISÃO À LUZ DA TEORIA DO NEWSMAKING	49
<i>Luan Cardoso Silva</i>	
<i>Jailson Dias Oliveira</i>	
GT01	
4 - A CREDIBILIDADE EM XEQUE: COMO A DESINFORMAÇÃO REDEFINE O JORNALISMO NO BRASIL E NO MUNDO	73
<i>Luan Cardoso Silva</i>	
GT 02 - CULTURA, SOCIEDADE E MÍDIA	
Coordenadoras:	82
Prof. Ma. Jackeline da Silva Moura	
Prof. Dra. Mayara Sousa Ferreira	
GT02	
1 - ANÁLISE CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) PELA SÉRIE "PRA ONDE, BRASIL", DO PROFISSÃO REPÓRTER	83
<i>João Mikael dos Santos Lopes</i>	
<i>Ruthy Manuella de Costa Brito</i>	
GT02	
2 - REALITY SHOWS E INDÚSTRIA CULTURAL: O BIG BROTHER BRASIL E SEUS PERSONAGENS COMO FORMADOR DE CONSUMO E ESTILO DE VIDA	107
<i>Márcio Ryan de Moraes Neri</i>	
<i>Jaqueline da Silva Torres Cardoso</i>	

- GT02**
- 2 - REALITY SHOWS E INDÚSTRIA CULTURAL: O BIG BROTHER BRASIL E SEUS PERSONAGENS COMO FORMADOR DE CONSUMO E ESTILO DE VIDA** 107
*Márcio Ryan de Moraes Neri
 Jaqueline da Silva Torres Cardoso*
- GT02**
- 3 - SAUDOSISMO, CULTURA E MEMÓRIA: A VALORIZAÇÃO DA HISTÓRIA DO POVO DE PICOS EM FOTOGRAFIAS ANTIGAS** 127
*Luan Cardoso Silva
 Isael de Sousa Pereira*
- GT02**
- 4 - ABERTURAS QUE MARCAM: FRAMING E MOBILIZAÇÃO EDITORIAL NAS SEQUÊNCIAS INICIAIS DE "OS PINGOS NOS 1" (JÓVEM PAN) E "ESTÚDIO 1" (GLOBO NEWS), UM ESTUDO-PILOTO** 146
*Maria Clara de Moura Leal
 Ruthy Manuella de Brito Costa*
- GT02**
- 5 - ATAQUES EM ESCOLAS E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS COBERTURAS MIDIÁTICAS DA G1 E EBC DE SUZANO (2019) E BLUMENAU (2023)** 167
*Maria Clara de Moura Leal
 Vanessa Cristina Ferreira de Alencar
 Ruthy Manuella de Brito Costa*
- GT02**
- 6 - JORNALISMO EM 60 SEGUNDOS: A RECEPÇÃO DOS VÍDEOS CURTOS NO TIKTOK** 188
*Vanessa Cristina Ferreira de Alencar
 Ruthy Manuella de Brito Costa*
- GT02**
- 7 - NARRATIVAS EM DISPUTA: A REPRESENTAÇÃO DOS ANDARILHOS NA MÍDIA TELEVISIVA BRASILEIRA** 204
*Riquelmo Miranda Rodrigues
 João Gabriel Esteves Chaves
 Ruthy Manuella de Brito Costa*
- GT02**
- 8 - DA DENÚNCIA À LEI: A ADULTIZAÇÃO INFANTIL E A PROTEÇÃO DIGITAL DAS INFÂNCIAS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO** 226
*Ana Paula Pereira de Castro
 Gabriella Luiza de Sá Vieira
 Khéllyson Franklande da Costa
 Maria Leticia da Silva Santos
 Jackeline da Silva Moura*

APRESENTAÇÃO

"Articular historicamente o passado não significa conhecê-lo 'como ele de fato foi'. Significa apropriar-se de uma reminiscência, tal como ela relampeja no momento de perigo".
(Walter Benjamin)

A célebre frase de Walter Benjamin nos apresenta alguns imperativos analíticos sobre a história. O primeiro deles é que a interpretação histórica é realizada no presente. O segundo é que o passado não é algo fixo ou encerrado, mas passível de constante reinterpretação, enquanto o presente é atravessado por situações de perigo. É nesse sentido que parto das considerações do autor para escrever o prefácio dos Anais do 19º Fórum de Jornalismo da Faculdade R.Sá: *Comunicar é fazer história.*

A interpretação histórica é realizada no presente. Em 2026, a Faculdade R.Sá completa 20 anos de existência na sociedade picoense, momento em que o curso de Jornalismo também celebra duas décadas de trajetória. Não se trata apenas de uma data comemorativa no calendário institucional, embora haja muito a celebrar, sobretudo a resistência e a ousadia de produzir comunicação no sertão. Ao longo desses vinte anos, o presente, o passado e o futuro da sociedade piauiense foram, em alguma medida, atravessados pela atuação de jornalistas formados na Faculdade R.Sá, consolidando um marco na qualificação da informação e na maneira como as narrativas passaram a ser construídas e difundidas.

O passado não é algo fixo ou encerrado. O curso de Jornalismo da Faculdade R.Sá reinventou-se ao longo dos últimos anos, não apenas na perspectiva de narrar o passado e interpretar o presente, mas também de projetar o futuro. Iniciativas pioneiras de extensão e pesquisa ultrapassaram os limites institucionais e territoriais, alcançando não apenas Picos e o Piauí, mas também diferentes espaços do Nordeste, com projeção em âmbito nacional.

Um exemplo desse movimento é o filme de ficção, o curta-metragem *A Ecomenda*, que conquistou o 1º lugar na categoria Projeto de Extensão no Intercom Nordeste 2025. Essa conquista celebra o passado, mas também projeta o futuro, lançando sementes ousadas para novos caminhos.

O presente é atravessado por perigos. Quando analisados no contexto do Jornalismo, destaca-se que jornalistas convivem diariamente com o peso da disputa no mercado de trabalho com profissionais sem diploma superior, com os ataques à liberdade de imprensa e com a disseminação de notícias falsas. Manter-se fiel à essência da profissão no tempo presente implica reconhecer que o jornalismo tem compromisso com a verdade, dá voz aos sujeitos marginalizados e atua permanentemente na fiscalização do poder.

Deste modo, a presente coletânea de artigos que compõe estes anais representa, sem se furtar a esse papel, uma síntese dos três principais imperativos analíticos sinalizados por Walter Benjamin. Trata-se de uma iniciativa singular na história deste curso, que tanto contribui para a instituição, não apenas pela formação de profissionais, mas também pela consolidação de um campo de conhecimento que tem na pesquisa seu elemento basilar. Representa, ainda, a potência

de realizar pesquisa no semiárido nordestino, contrariando as dificuldades presentes no cotidiano.

Os anais condensam trabalhos que envolvem diferentes discussões no campo da comunicação, refletindo as particularidades que atravessam o cotidiano do Jornalismo aglutinando trabalhos em dois Grupos de Trabalho: Práticas Comunicacionais e Cultura, Mídia e Sociedade. São iniciativas de professores e estudantes do curso de Jornalismo da Faculdade RSá e da Universidade Estadual do Piauí, instituições que estão na vanguarda da comunicação picoense.

Espero que estes anais sirvam como mais um dos registros históricos produzidos pelo curso de Jornalismo da Faculdade R.Sá ao longo de seus 20 anos de trajetória, reunindo reflexões, experiências e debates que expressam o compromisso da instituição com a formação crítica, com a produção de conhecimento e com o fortalecimento do jornalismo no sertão piauiense. Que este material também contribua para preservar a memória das iniciativas acadêmicas desenvolvidas nesse percurso, ao mesmo tempo em que inspire novas investigações, práticas e narrativas voltadas à compreensão das transformações da comunicação e da sociedade.

Jackeline da Silva Moura

Picos – PI, 05 de Março de 2026.



10º FÓRUM DE JORNALISMO

COMUNICAR É FAZER HISTÓRIA.

20 ANOS DO CURSO DE JORNALISMO

GT 01

Práticas Comunicacionais

Coordenadoras:

Profa. Ma. Ruthy Manuella de Brito Costa

Mestranda Iaquelly de Sousa



FACULDADE R.S.A.
Desenvolvendo com educação



FOLKCOMUNICAÇÃO: ANÁLISE DO CORDEL “UMA VIOLÊNCIA CHAMADA BULLYING” COMO FERRAMENTA DE CONSCIENTIZAÇÃO EDUCACIONAL¹

Jailson Dias de Oliveira²
Victor Guilherme Sousa França³
Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

RESUMO: O presente estudo faz uma análise com base na folkcomunicação do cordel: *Uma violência chamada bullying* como ferramenta de conscientização educacional. O texto busca saber como o cordel é utilizado pela autora, professora Eva Graça Brito (s.d), para alertar a comunidade escolar sobre o respeito e a necessidade de uma convivência mais sadia entre os alunos. A análise tomará como referencial a folkcomunicação em Melo (2008) e o cordel em Costa e Torres (2006). Como metodologia elegeu-se a análise de conteúdo em Bardin (1976). Considera-se que a publicação busca transmitir mensagens edificantes sobre a vida na comunidade escolar ao passo em que alerta sobre os males do bullying.

PALAVRAS-CHAVE: Cordel. Literatura. Folkcomunicação. Bullying. Respeito.

1. Artigo científico apresentado no GT01: Práticas Comunicacionais do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Mestre em Comunicação (UFPI). Professor do curso de Bacharelado em Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, e-mail: jailsondias2@hotmail.com.

3. Estudante de graduação do curso de Bacharelado em Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, e-mail: victorguilhermesousafranca@gmail.com



INTRODUÇÃO

A folkcomunicação – a comunicação praticada pelas classes populares (Melo, 2008) – encontra diversos usos na contemporaneidade e pode ser utilizada para debater temas de extrema relevância. Melo (2008) destaca que Luiz Beltrão percebeu o potencial comunicativo entre os mais diversos eventos e produções das classes marginalizadas.

Essa teoria genuinamente brasileira surgiu a partir da percepção de Beltrão (Melo, 2008) da comunicação presente nas camadas que compõe a base da sociedade, sendo notadas em festividades populares, eventos religiosos, música, atrações culturais, nas quais se pode notar a presença de tradições centenárias.

Muitos desses acontecimentos hoje são apropriados por grandes grupos empresariais que percebem o potencial financeiro presente nos eventos que concentram um grande número de pessoas, ou em produtos aceitos pela maioria.

Dentre as possibilidades de estudos em folkcomunicação, salienta-se a literatura de cordel, que é extremamente antiga, tendo as suas origens no medievo (Costa; Torres, 2006), cujas rimas eram inicialmente cantadas e, posteriormente, adaptadas para a literatura impressa. Tal espécie de publicação chegou ao Nordeste brasileiro e encontrou grande aceitação, e mesmo em tempos de avanços infinitos da tecnologia, ainda há aqueles que mantem viva essa tradição.

O estudo se justifica dado a capacidade do cordel de continuar apaixonando os leitores e resistindo em meio a tempos em que predominam o aparelho celular e as redes sociais. O trabalho também pode expor como uma forma tão antiga de literatura quanto o cordel ainda se mostra viva e





serve a inúmeros propósitos, dentre eles o combate à violência no ambiente escolar.

De fato, a literatura de cordel produzida no Nordeste brasileiro mostra que todos os assuntos podem ser abordados através dos livretos, desde acontecimentos do cotidiano, passando por figuras históricas até causos ficcionais.

Com base nisso, busca-se saber como o cordel *Uma violência chamada bullying*, de autoria da professora Eva Graça Brito (s.d), aborda o combate à violência praticada na escola, desde a sua diagramação até a utilização das palavras. Também pretende-se descobrir qual a mensagem transmitida ao longo das suas páginas, acessíveis para os professores e crianças.

Dessa forma o trabalho apresenta uma revisão bibliográfica com base nos autores sobre folkcomunicação, cordel e bullying, seguindo com a metodologia da análise de conteúdo em Bardin (1977), apresentando por fim a análise do cordel *Uma violência chamada bullying* e as considerações finais.

1. FOLKCOMUNICAÇÃO E CORDEL

Conforme Melo (2008) os meios de comunicação massiva têm buscado na cultura popular fontes de retroalimentação, apropriando-se do popularesco pelo seu caráter exótico e pelo potencial lucrativo. Na atualidade, festas religiosas e populares ganham amplo destaque na mídia, seja de forma noticiosa ou mesmo para a produção de filmes, séries e novelas.

Gobbi (2014) trata sobre as inúmeras formas de manifestação do povo expressas de formas diversas e bastante particulares. “São histórias de um povo, expressas no pagamento de promessas, nas festas religiosas, nos amuletos, nas





lendas, na reza, no ritmo, nas cantigas de roda, nas fantasias etc., que retrata uma parte significativa da cultura popular e de suas múltiplas formas de manifestações” (p. 370).

Contudo, não são apenas as festividades e momentos simbólicos que são percebidos através da comunicação das camadas populares. É possível reconhecer o país e as agruras vividas pelo povo.

Ao mesmo tempo, quando utiliza os canais de comunicação, especialmente os jornalísticos e publicitários, permite conhecer e reconhecer os tons de um país, deixando claro não somente as festas e comemorações, mas as dificuldades e as agruras da falta de estrutura social da cidade, do mesmo modo em que demonstra a simplicidade de um povo que sobrevive amparado na força da cultura, (Gobbi, 2014, p.370).

Percebe-se que os grandes meios de comunicação bebem constantemente na fonte cultural que é a região Nordeste do Brasil, com suas festas e tradições que povoam o imaginário da população brasileira. Esta, gosta de ver essas tradições retratadas na televisão e nas plataformas de streaming.

Dessa forma, Melo (2008, p.18) destaca: “que os processos modernos de comunicação massiva coexistiam com fenômenos da comunicação pré-moderna no espaço brasileiro”. Mesmo com o constante avanços das comunicações e o surgimento das novas tecnologias, formas mais arcaicas de transmissão de mensagens continuam sendo utilizadas pela população brasileira.

Esse é o caso do cordel, que resiste ante a tantos avanços tecnológicos. Ainda no Brasil colônia, quando a produção de qualquer literatura impressa era proibida pela





coroa portuguesa, os versos ganhavam o sertão através dos contadores de histórias e viajantes. Apenas posteriormente as histórias passaram a ser impressas.

Depois, essas histórias ganharam suporte impresso, fazendo com que permanecessem, circulassem e servissem de matriz para outros textos. Talvez por conta da proibição de publicações no Brasil, que se estendeu até a vinda da corte para o Rio de Janeiro, muita coisa se perdeu. Só em 1808, com a fundação da Imprensa Régia, é que são lançados os primeiros títulos que serviram de base impressa para a chamada literatura de cordel (Costa; Torres, 2006, p. 89).

A partir da permissão real para a impressão e do surgimento de novas tipografias pelo interior do Brasil, o cordel, ainda que lentamente, foi se espalhando e se consolidando entre a população, seja para contar estórias fictícias ou mesmo para relatar acontecimentos marcantes. Segundo Costa e Torres (2006), devido a fragilidade das folhas onde os versos eram impressos, muito pouco resistiu ao tempo, mas a tradição continuou.

Costa e Torres (2006) salientam a amplitude de temas que podem ser trabalhados através do cordel e como os escritores podem contribuir de forma efetiva em assuntos extremamente diversos, inserindo-se nos debates mais relevantes da sociedade.

O cordel é jornal, divertimento, literatura, meio de difusão de conhecimentos, de perpetuação da história e da cultura. É meio de expressão de sentimentos, de refletir e pensar a realidade. É, sobretudo, um veículo





que permite participar da vida do país, debater a realidade, expressar necessidades e aspirações do povo. Daí provem o interesse em estudar o processo de adaptação da linguagem da literatura de cordel aos interesses de difusão das mensagens da publicidade, e, em consequência disso, porque esses folhetos são utilizados como mídia, convivendo ao mesmo tempo com as tecnologias que a publicidade tem acesso (Costa; Torres, 2006, p. 88).

A literatura de cordel convive com os grandes meios de comunicação de massa encontrando grande popularidade no Brasil, ainda que venha passando por um declínio desde os anos 1960 à medida que a televisão ganhava cada vez mais espaço nos lares brasileiros. “[...] o surgimento da televisão mudou as formas de sociabilidade no interior; a introdução de valores da cultura urbana; como também a inflação, que aumentou o preço do papel [...]”, (Costa; Torres, 2006).

1.1. O cordel na educação e o bullying

Ante a variedade de temas que podem ser abordados pelo cordel, destaca-se o seu uso como um recurso pedagógico na educação básica, tendo em vista o estilo literário e a possibilidade de despertar sentimentos mais humanos nas crianças.

A importância da literatura oral nos oferece diferentes formas de aprendizagem e ensinamentos, possibilitando trazer para a escola toda a riqueza da experiência de diferentes formas de compreender e interpretar o real, a vida e a condição humana. É dessa maneira que nos colocamos a pensar





sobre cordel como um recurso pedagógico, através do qual é possível desmarginalizar e incluir suas expressões artísticas dentro da escola, numa troca permanente de saberes e questões (Sousa; Passos, 2018, p. 85).

Assim, o cordel pode ser utilizado tanto para auxiliar no aprendizado do conteúdo escolar, como no combate a práticas perniciosas como o bullying, tema bastante atual e que desperta muitas preocupações entre pais e educadores. O cordel, portanto, pode ser utilizado na escola como recurso pedagógico para alertar e conscientizar as crianças.

Sobre o bullying, Silva (2010) discorre como uma prática verificada em todo o mundo, sem uma motivação específica, que termina por ocasionar grande sofrimento para quem é vítima da violência.

A palavra bullying ainda é pouco conhecida do grande público. De origem inglesa e sem tradução ainda no Brasil, é utilizada para qualificar comportamentos violentos no âmbito escolar, tanto de meninos quanto de meninas. Dentre esses comportamentos podemos destacar as agressões, os assédios e as ações desrespeitosas, todos realizados de maneira recorrente e intencional por parte dos agressores (Silva, 2010, p.21).

Portanto, pode-se entender que a escola é o ambiente predominante – mas não o único – onde se verifica essa prática. Destaca-se o ambiente escolar como um lugar de grande concentração de crianças, adolescentes ou jovens cujas mentes ainda estão em formação. Estas podem-se deixar levar pelo momento e praticar brincadeiras ofensivas.





Silva (2010) frisa a existência de diversas formas de bullying, desde a verbal, passando pelas agressões físicas e até materiais, emocionais e no ambiente virtual. Esta última mostra que a violência pode deixar o ambiente físico, ganhando a internet, cada vez mais comum nas vidas das pessoas. A vítima da agressão pode deixar o ambiente onde é ferida, mas as ofensas ou insultos vão persegui-la até a sua casa por meio da conexão dos computadores e celulares.

Portanto, muitos são os escritores, autores, professores – caso esse de Eva Graça Brito (s.d) – que contribuem efetivamente para o combate ao bullying e a utilização do cordel como uma ferramenta pedagógica e de conscientização. Assim, além de tratar de uma causa nobre, contribui para a manutenção de uma tradição milenar.

Dessa maneira, devido a sua forma artesanal de produção, o cordel possui ares de diferente e desperta o interesse das pessoas que não deixam essa forma de comunicação popular morrer. Ele pode ser incutido nas novas gerações através da escola, cujos professores têm a possibilidade de contribuir para que os mais jovens tenham interesse em preservá-la.

2. METODOLOGIA

Entende-se que a Análise de Conteúdo em Bardin (1977) é a mais adequada para este trabalho tendo em vista que foi realizada a exploração completa do cordel *Uma violência chamada bullying*.

Foi realizada a “pré-análise” (Bardin, 1977, p.95), para a escolha do material por ser estudado, formulando-se objetivos e hipóteses, com a devida fundamentação. Sobre essa etapa, a autora argumenta: “Corresponde a um período de instituições, mas tem por objetivo tornar operacionais e





sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise”, (Bardin, 1977, 95).

A análise primária é fundamental para que o material por ser estudado seja organizado, só então é que se estabelece o corpus da pesquisa. A análise do conteúdo em Bardin (1977) fornece as informações necessárias para um leitor crítico da mensagem transmitida.

Com isso, permite-se ao leitor se distanciar do material por ser estudado para que o mesmo possa compreender os escritos, além de saber mais sobre o emissor, o meio e a mensagem. Dessa forma, o conteúdo contido nessa produção literária precisaria ser analisado em sua completude, minuciosamente, seguindo-se os passos da metodologia definida pela autora.

Após a seleção do material, o pesquisador está apto a interpretá-lo com buscas a alcançar os objetivos do trabalho e poder fornecer as informações para os leitores da sua pesquisa. São analisados aqueles que correspondem ao problema formulado para a pesquisa. A quantidade de dados deve estar de acordo com a proposta do que se quer descobrir. Há, portanto, a necessidade de se manter centrado no foco do estudo.

Dessa forma, concluiu-se que as 14 páginas contidas no cordel estavam aptas para o desenvolvimento do estudo, uma vez que se trata de um cordel que aborda sobre o combate ao bullying no ambiente escolar. Notou-se ao longo de todo o material que os versos foram organizados de forma a transmitir uma mensagem clara e de fácil compreensão.

Destaca-se a necessidade do conhecimento sobre o material por ser analisado, realizando-se antes o estudo da folkcomunicação, dos cordéis e da temática bullying.





3. O CORDEL NA LUTA CONTRA O BULLYING

O cordel *Uma violência chamada bullying*, de autoria da professora Eva Graça Brito (s.d), apresenta formato e material diferentes dos cordéis tradicionais. As suas dimensões são 14x20, e o papel utilizado na impressão é o sulfite branco, diferente das obras mais conhecidas desse tipo de produção literária, que são coloridas. O cordel, nas palavras de Costa e Torres (2006), apresenta as dimensões de 11x16, sendo, portanto, pequeno, cabendo em um bolso.

A arte da capa faz referência ao tema abordado, com desenhos simbolizando uma maioria coagindo uma única pessoa, mas não se trata de uma xilogravura. Na página 01 constam o nome da autora e da obra, enquanto na 02 há a ficha técnica, com informações sobre o autor da ilustração: Dijalma Brito (s.d), além dos contatos telefônicos e das redes sociais de Eva Graça (s.d) e do ilustrador. Não há referência ao local de impressão nem o ano, o que mostra ser esta uma produção independente.

Na página de número 03 há a apresentação da obra e da autora feita pela professora Maria dos Remédios Moura Luz (s.d), o que mostra que este cordel em particular seguiu um caminho semelhante a um livro clássico. Em cinco parágrafos, a professora Maria dos Remédios (s.d) elogia a obra, discorre sobre a importância e atualidade do tema.

O parágrafo revela como os acontecimentos verificados na vida afetam e inspiram diretamente os artistas nas suas produções literárias ou de outra natureza. Como professora, Eva Grata Brito (s.d) sentiu-se inspirada a escrever o cordel sobre o bullying tendo em vista testemunhar o que se verifica no âmbito da escola. Ela, inclusive, como diz o texto, partilhou dos versos com os seus alunos.





Na página de número 04 há mais uma vez o título, a ilustração da capa, o nome da autora e a definição da obra como literatura de cordel. As estrofes começam na página 05 e seguem até a 14. Em cada página há uma média de três versos, havendo dois versos nas páginas 06, 08, 11 e 13, onde constam mais ilustrações sobre a temática, no mesmo estilo da que está presente na capa.

Nos três primeiros versos da quinta página, Eva Graça (s.d) aborda o seu desejo de alertar para o bullying, do mal que ele causa, da origem da palavra – que vem do inglês – e do qual nada de bom há de vir dessa prática: (Brito, s.d, p.05)

Também podemos dizer
Que bullying é covardia,
Prejudica o semelhante
Causando muita agonia
À vida do ser mais frágil
Ou que está em minoria.

Percebe-se que a autora segue o modelo da literatura de cordel, escrito em sextilha, com versos de sete sílabas, modelo de escrita tradicional desse tipo de produção, como aponta Costa e Torres (2006). De forma bem didática e utilizando-se dessa folkmídia, nota-se que a autora dá sequência à tradição do cordel nas suas palavras e rimas.

O verso mostra também a preocupação da autora com a prática do bullying e como ela pode ser pernicioso, especialmente para quem está em desvantagem numérica ou social, geralmente as vítimas dos agressores.

A utilização do cordel para falar de um tema atual como o bullying vai de encontro ao pensamento de Melo (2008) de que os estudos relacionados ao folclore têm sido





buscados, indo em sentido oposto a quem vaticinou o fim da cultura popular. Esta pode ser utilizada de forma pedagógica para atingir cada vez mais pessoas de forma consciente e didática.

Em sua obra, Eva Brito discorre ainda sobre as formas como o bullying pode ocorrer e que o mesmo se dá inclusive de forma virtual, como aponta Silva (2008) ao tratar desse tema. Brito (s.d) destaca os apelidos e o prazer que a dor alheia parece despertar no autor ou autores da violência, destacando o ato como uma selvageria.

Na página 06, a autora cita as variações do bullying e como ele pode afetar as vítimas, geralmente fragilizando o psicológico delas. Os transtornos emocionais podem acompanhar as vítimas ao longo de suas vidas, reverberando na fase adulta.

O bullying pode ocorrer
De maneira variada,
As ofensas às vezes vêm
No tom da simples piada.
Nesse caso, psicológica
A violência praticada (Brito, s.d, p.06).

Nota-se pela estrofe, que a violência é feita muitas vezes como forma de brincadeira, que não é de bom tom para o alvo das palavras ofensivas. Se estas provocam risos nos praticantes da violência, deve-se levar em consideração que o alvo não vê da mesma forma. Assim, o cordel está sendo utilizado como forma de alertar sobre o bullying, e pode ser compreendido facilmente pelas crianças em idade escolar, pois geralmente são elas que praticam e são vítimas desse tipo de violência.





Sobre o cyberbullying, a autora evidencia como as redes sociais podem ser usadas de forma tão equivocada.

Do chamado cyberbullying
Os internautas padecem,
No Twitter, Insta e Face
Afrontas sempre aparecem
E infelizmente na rede
Os xingamentos só crescem (Brito, s.d, p.06).

Além da utilização de forma ruim das redes sociais, como forma de zombar e prejudicar as vítimas, Eva Graça frisa que a perseguição virtual tem aumentado com o passar do tempo. O verso também mostra como o cordel está inteirado com o avançar da tecnologia ao tratar sobre as redes sociais, o que também mostra que a escritora está atenta ao mundo virtual.

Além da escrita no cordel, pode-se acreditar que ela também faz uso das redes sociais para propagar o seu trabalho. Elas também podem ser utilizadas para mostrar para as novas gerações a existência do cordel, fazendo com que os jovens e crianças se interessem por essa forma de tradição literária.

Nas páginas 06 e 07, encontram-se versos que tratam sobre as diferenças entre as pessoas, a necessidade de respeito, o trauma causado pela perseguição, a futilidade do status como explicação para perseguir terceiros e o fato dos agressores ambicionarem sentir-se superiores aos demais.

O apelo para a consciência das pessoas é constante durante a obra, mostrando que ela pode ser utilizada pelo corpo docente das escolas da educação básica como forma de combater a violência presente no ambiente escolar.





Eva Graça alerta sobre o aumento dos casos e para a necessidade da extinção de prática tão perniciosa, dado os “frutos maléficos” (Brito, s.d, p. 09) que atingem as pessoas. A obra segue na página 09 e 10 definindo o bullying como crime e a necessidade de colocá-lo no centro dos debates, em clara alusão a professores, demais profissionais da educação e autoridades políticas.

Transmite-se uma mensagem bem clara inclusive para o alunado:

Bullying é uma violência
Muito comum nesse meio,
Uma vez que o colégio
De estudantes está cheio,
Tal fato é mais frequente
No horário do recreio (Brito, s.d, p. 10).

Por ser professora, Eva Graça Brito mostra, através desse verso, conhecer o momento onde mais acontece a violência no âmbito escolar, que é no intervalo entre as aulas, pois é no horário do chamado recreio que os docentes têm menos controle sobre o alunado. Além daqueles que perseguem os colegas e das vítimas, também há um terceiro grupo, aqueles que assistem a humilhação pública e nada fazem para impedir, por vezes divertindo-se com a prática, (Silva, 2010).

A autora também se utiliza de palavras comuns e de fácil entendimento, evidenciando como a literatura de cordel é eficaz e adaptável, mostrando que a sua gênese é a das camadas populares (Sousa; Passos, 2018). O cordel é escrito para ser entendido, comercializado entre as pessoas simples, mostrando-se extremamente útil e fácil de ser trabalhado com os alunos da educação básica.





Sousa e Passos (2018) destacam a relevância da literatura de cordel como “uma das mais importantes manifestações da cultura popular brasileira, considerado também um legítimo objeto de ensino” (p.83). Essa literatura também deve ser utilizada na escola, para que os alunos deem seguimento às tradições brasileiras e nordestinas.

Os autores frisam que muitos clássicos da literatura universal já foram adaptados para o cordel, e que dessa forma podem ser o primeiro contato dos jovens leitores com grandes obras aclamadas mundialmente, com as quais, espera-se, que eles tenham contato no futuro.

O cordel *Uma violência chamada bullying* segue tratando sobre a necessidade de união para combater as agressões cometidas contra os mais suscetíveis, e frisa que o envolvimento da família é algo fundamental para que o bullying seja combatido. Brito (s.d), no texto, se diz feliz por transmitir a informação por meio do cordel, mostrando como essa folkmídia é valiosa e se adequa aos temas da atualidade. Ela frisa que a circulação do material é fundamental para que o conhecimento chegue a todas as pessoas.

Na última e solitária estrofe presente na página 14, a autora enfatiza o desejo de que a sua mensagem seja espalhada nas escolas.

Que as escolas disseminem
A partir do meu escrito
Informações sobre o tema,
Ajudará, acredito.
Desejando interagir
Chamem Eva Graça Brito (Brito, s.d, p. 14).





Dessa forma a escritora encerra o cordel expressando o seu desejo de ajudar as pessoas, destacando o seu papel como educadora. Ela destaca que a sua mensagem deve chegar à comunidade escolar para contribuir efetivamente com a sociedade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se no *cordel Uma violência chamada bullying* o desejo da autora Eva Graça Brito (s.d) de debater a temática dessa violência praticada no âmbito da escola, bem como contribuir para o seu combate. Sendo ela mesma uma educadora, mostra conhecimento da existência da violência presente no ambiente escolar e se utiliza dos versos e estrofes do cordel para tentar conclamar e conscientizar os alunos, contando para isso com o apoio dos professores.

A autora mostra sensibilidade sobre o tema do bullying, destacando-se a escolha de um elemento da cultura popular para a disseminação da sua mensagem, nesse caso o cordel. A literatura de cordel tem, assim, amplas possibilidades de utilização na escola, uma vez que essa forma de expressão popular se adapta a todos os assuntos (Costa; Torres, 2006).

Através da sua obra, Brito (s.d) demonstrou que o cordel é uma mídia popular extremamente versátil e que deve ser usada no ambiente escolar, até como uma forma de permitir que ela permaneça viva.

Ela conseguiu, através dos seus escritos, não apenas transmitir uma mensagem de paz e harmonia na escola, mas conclamar a comunidade a tomar parte na luta contra a violência escolar. Assim, percebe-se que o cordel ainda possui





força e que pode ser uma ferramenta útil na educação dos jovens em idade escolar.

Se hoje a literatura de cordel não mais encontra espaço para a transmissão de informações, dado o avançar da tecnologia, percebe-se que essa expressão popular se adapta contando histórias e buscando conscientizar as pessoas sobre os temas mais úteis.

Entende-se que mais obras de cordel, dado a sua profusão, podem e devem ser estudados academicamente com a produção de trabalhos que mostrem a importância da comunicação popular escrita. Com isso, percebe-se que a folkcomunicação (Melo, 2008) se mantém uma teoria extremamente atual e válida para as gerações atuais e futuras.

A riqueza da comunicação das camadas populares não pode ser negligenciada e deve ser trabalhada, inclusive no ambiente escolar, como demonstrou Eva Graça Brito.

Sabe-se que na atualidade, época em que os dispositivos móveis ocupam cada vez mais espaço junto aos jovens, apresentar o cordel, que é a cara do Brasil e do Nordeste, pode provocar uma grande transformação cognitiva entre os jovens e despertar-lhes o interesse em manter viva a chama dessa comunicação popular.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRITO, Eva Graça. **Uma violência chamada bullying**. Picos, s.d Brito (s.d).





COSTA, Marcos Vasconcelos; TORRES, Geciola Fonseca. A apropriação do cordel pela publicidade: um estudo de folkcomunicação. In: DOURADO, Jaqueline Lima; GOBBI, Maria

Cristina; MELO, José Marques de (org.). **Folkcom – do ex-voto à indústria dos milagres**: a comunicação dos pagadores de promessa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p.86-101.

GOBBI, Maria Cristina. Conceitos básicos da Folkcomunicação. In: SOUZA, Rose Mara Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. de (Org.). **Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino**. São Paulo: INTERCOM, 2014.

MELO, José Marques. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Bullying**: mentes perigosas nas escolas. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

SOUZA, Luana Rafaela dos Santos de; PASSOS, Virgínia de Oliveira Alves. Literatura de Cordel: um recurso pedagógico. **Revista Científica da FASETE**, [S. l.], v. 2018.1, ano 2018.



A LITERATURA COMO FONTE DE MANIFESTAÇÃO DAS CLASSES MARGINALIZADAS: UMA VISÃO FOLKCOMUNICATIVA¹

Aucélia Vieira Ramos²

Jaqueline da Silva Torres Cardoso³

Universidade Estadual do Piauí

RESUMO: A literatura é uma forma de expressão artística que utiliza a linguagem escrita para produzir obras de ficção. Posto isto, o presente trabalho tem como objetivo geral: analisar sob a ótica da teoria da Folkcomunicação como se constrói o perfil do sertanejo marginalizado na obra *Vidas Secas* (2016) do escritor Graciliano Ramos. Por meio dessa análise geral iremos, de maneira específica investigar os discursos presentes na narrativa expressos por marcas linguísticas e discursivas que revelam a identidade marginalizada dos personagens. A natureza metodológica da investigação é de caráter bibliográfico com uma pesquisa descritiva – interpretativa. Os resultados esperados convergem para a apreciação das formas de marginalização do sertanejo configurada no e pelos discursos materializados nos enunciados. Conclui-se que a marginalização dos personagens é reforçada pelos preconceitos linguísticos.

1. Artigo científico apresentado no GT01: Práticas Comunicacionais do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Discente do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí-UESPI campus Barros Araújo- Picos. E-mail: auceliamoreno@ufpi.edu.br.

3. Professora Adjunta II do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí – Campus Professor Barros Araújo (Picos). Doutora em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. E-mail: jaquelinesilva@pcs.uespi.br.



Palavras-chave: Folkcomunicação. Literatura Brasileira. Engajamento social.

INTRODUÇÃO

A literatura enquanto objeto de expressão artística representa o mundo fictício criado pelo autor, podendo funcionar ainda como espelho da sociedade e evidenciar realidades ideológicas. O discurso literário é visto como um instrumento de manifestação ficcional que apresenta as emoções do escritor e estabelece correspondências de atitudes entre o homem do seu século e os de todos os demais; dos que viveram na sua época e os que vivem no tempo presente. Por esse motivo, as variadas representações que estão presentes numa obra literária estabelecem uma importante fonte de estudo das características distintas dos personagens e de épocas sociais.

Desse modo, quando se propõe analisar o texto literário, pela perspectiva das características dos personagens, das ideologias presentes nos discursos pode-se compreender o quão é significativa a inscrição da literatura como meio de abordagem e reflexão social. Para entendermos estas informações devemos nos perguntar: por que é importante caracterizar distintamente cada personagem? Quais são os tipos de cenários ideológicos que provocam as distinções dos personagens? Como a literatura emprega essas distinções para conecta o fictício com o real?

Nesse sentido, a obra *Vidas Secas* (2016) se constitui como um rico corpus de análise por apresentar de maneira diversificada personagens, ambientes e ações que refletem e refratam a sociedade. Ao contar a história do homem sertanejo e as nuances presentes na construção dos personagens





a partir do ambiente é possível observar diversos fatores que demonstram a relação: homem versus ambiente. Diante dessa assertiva nos questionamos sobre quais seriam os principais fatores e elementos que possibilitaram a construção do perfil marginalizado do sertanejo Fabiano, presente na obra literária *Vidas Secas* (2016) de Graciliano Ramos?

Esta pesquisa tem como objetivo analisar sob a ótica da teoria da Folkcomunicação como se constrói o perfil do sertanejo marginalizado na obra *Vidas Secas* (2016) de Graciliano Ramos. Por meio dessa análise geral iremos, de maneira específica investigar os discursos presentes na narrativa expressos por marcas linguísticas e discursivas que revelam a identidade marginalizada dos personagens. Para isso, pensamos na constituição do sujeito a partir da análise do discurso e da teoria da Folkcomunicação. Iremos a partir dos elementos ideológicos e históricos da sociedade para delinear a marginalização do sertanejo. Assim, com esse trabalho, objetivamos demonstrar através de uma abordagem qualitativa como os discursos de outrem, enquanto formações discursivas estão presentes nos contextos sociais, ideológicos e discursivos.

A natureza metodológica da investigação é de caráter bibliográfico. Quanto à análise dos dados, a natureza da pesquisa é qualitativa, buscando analisar o objeto em seu contexto social, ideológico e discursivo, depreendendo-o em sua totalidade. Desse modo buscou-se fazer uma análise descritivo-interpretativa do objeto literário em análise. O embasamento teórico delineou-se em Bakhtin (2005), Beltrão (2011), Bosi (2006), Moisés (2013), Maingueneau (2008) e Orlandi (2002).

A pesquisa surgiu por meio das incursões na obra *Vidas Secas* (2016), de Graciliano Ramos. Esta obra abor-





da acontecimentos que tornam a história rica e repleta de possibilidades de observação de diversos aspectos presentes no discurso. Dentre os vários discursos presentes podemos destacar o familiar, o histórico social e o discurso do opressor e do oprimido, o que nos possibilita analisar os diferentes universos discursivos que interligam os personagens.

O trabalho é importante para comunidade científica, pois, busca correlacionar teorias de áreas diferentes que possuem os aspectos discursivos, ideológicos e antropológicos como eixo central. Dessa forma a pesquisa mostrou-se como uma possibilidade de expansão das descobertas sobre a obra já citada, sendo também relevante para os campos de pesquisas que investigam as características dos personagens/ sujeitos marginalizados da sociedade.

2.A FOLKCOMUNICAÇÃO E SUAS RELAÇÕES COM O DISCURSO LITERÁRIO

A teoria da Folkcomunicação, desenvolvida por Beltrão (2011) estuda os processos de comunicação das "camadas menos cultas e economicamente mais frágeis da sociedade urbana e rural. Beltrão (2001) afirma que, através do folclore e seus elementos, as informações e crenças são recebidas, analisadas, atualizadas e mantidas nesses grupos.

A Folkcomunicação é definida como "a matriz que estuda a comunicação com foco nos agentes e nos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias" (Beltrão, 2001). O autor conceitua a Folkcomunicação como o "intercâmbio de mensagens" (p.73). Nesse sentido, a Folkcomunicação se configura como um processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta





ou indiretamente ao folclore. Observamos uma relação direta desse pressuposto com a comunicação coletiva em geral, pois ela se especializa, torna-se caracterizada de acordo com seus objetivos e efeitos combinados (Beltrão, 2001, p. 79).

Beltrão (2011) defende que os meios de comunicação de massa não atendem todas as necessidades dos diferentes grupos que compõem a sociedade. E por isso, tais grupos realizam a “transposição de mensagens de um sistema de comunicação para outro, com o objetivo de alcançar o todo desejado” (Beltrão, 1980, p.28). O autor evidencia a heterogeneidade e a dispersão como características presentes na formulação do público da comunicação de massa e a homogeneidade como ponto eminente dos receptores.

A Teoria da Folkcomunicação nos traz a figura do líder de opinião como o comunicador de massa, ou seja, o líder de opinião é o responsável por receber a informação e reconfigurá-la para que seja recebida de forma relevante pelas classes ditas marginalizadas. O público de Folkcomunicação é visto pelo autor como marginalizado, indivíduos excluídos “não só do sistema político como do de comunicação social” (p.39).

Beltrão (2011) propõe que as formas de comunicação popular, muitas vezes ignoradas ou subestimadas pelas elites, são cruciais para entender e interagir com grandes parcelas da sociedade. A Folkcomunicação oferece uma visão para compreender como a informação e a opinião circulam e se solidificam dentro de grupos sociais que não são primariamente atingidos pelos canais de mídia tradicionais.





3. CONTEXTUALIZANDO A ANÁLISE DO DISCURSO

O termo Análise do Discurso foi introduzido pelo linguista distribucionalista Zellig S. Harris, em um artigo por nome “Discouse Analysis” (1952). Na perspectiva estruturalista, Harris analisava a estrutura textual e estudava alguns elementos de ordem gramatical. “Seu projeto que hoje diria respeito à linguista textual, era de fato analisar a estrutura de um texto” (Mainguenu, 2015, p. 16).

Ao decorrer do tempo a AD passou por transformações diversas, foi teorizada por pensadores de diferentes segmentos disciplinares: filosofia, sociologia, psicanalise, linguística estrutural dentre outras vertentes. E inscreve dentro do seu escopo teórico as noções de sujeito, ideologia, contexto de produção relacionados com uma perspectiva sócio histórica da linguagem. Enquanto campo de estudo Mainguenu (2015) a define como:

O campo da análise do discurso, hoje é globalizado e em expansão contínua, resulta de convergência de correntes de pesquisa muito diferentes (Linguística, sociologia, filosofia, psicologia, teoria literária, antropologia, história...) e, em contrapartida, exerce influência sobre elas. (Mainguenu, 2014, p. 10)

A França, segundo Mainguenu (2015), foi um dos principais lugares de desenvolvimento da AD, o lugar em que esse campo de pesquisa se consolidou, e de fato foi definida. Muitas discussões aconteceram em torno da compreensão do eixo de estudos e análises possíveis da AD. Vários autores





contribuíram na formulação de pontos relevantes que podem e estão nos discursos.

Pêcheux associa a sua noção do sujeito e a produção do efeito de sentido no texto a psicanálise. Essa linha de raciocínio traz uma reflexão sobre o discurso em um nível do efeito de sentido intrinsecamente relacionado às condições de produção. Toda essa confluência é interpelada por uma ideologia do sujeito no discurso considerando as relações sociais e históricas no processo de significação e manifestação discursiva.

Desse modo, a produção de sentido e significação vai para além dos níveis morfológicos e sintáticos dos textos, apesar de considerar esses e outros níveis da língua essencialmente importantes para as manifestações discursivas. As ideias de Pêcheux vão amplificar a produção de significância do texto em um grau que vai exceder o campo da linguística.

A AD de matriz francesa vai elevar-se num nível teórico importante para época, consagrando-se como um campo e abrindo espaço para diversas pesquisas. Pontuando que nessa época de ascensão da AD, os analistas do discurso preocupavam-se com as relações linguísticas no interior dos textos. Nessa nova zona de reflexão da ciência, os analistas do discurso vão se importar com a linguagem e a sua relação extra linguagem, sua relação social. Novas possibilidades de análises além dos elementos linguísticos dos enunciados mostram a presença das entrelinhas e revela sujeitos interpelados pela ideologia. Sobre essa questão Orlandi (2011, p.15) diz que “a análise do discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso”.

Nessa linha de raciocínio a análise do discurso busca dar significância ao sujeito discursivo que se insere na história.





O Discurso passa a ser nessa perspectiva uma constituição da razão entre língua e o social, entre o homem e a sua história, entre sujeito inconsciente, corpo social e ideologia.

4. A OBRA LITERÁRIA VIDAS SECAS: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A DÉCADA DE 30

O Modernismo no Brasil iniciou-se em 1922, despertando, na literatura brasileira, uma herança perene e transformadora. Segundo Moisés (2002), “em 20 de janeiro de 1922, a semana de Arte Moderna instala-se no Teatro Municipal de São Paulo. Os autores modernistas como: Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Guilherme de Almeida, Menotti del Picchia, Paulo Prado, Guiomar Novais, Ronaldo de Carvalho, Graça Aranha, José Américo de Almeida, Graciliano Ramos e outros, empregaram formas modernas de expressões que instituíram o espaço para a pluralidade de vozes e também para o reconhecimento da identidade nacional.

O reconhecimento da identidade nacional contribuiu para edificação de uma consciência artística e histórica brasileira, expandido o sentimento de pertencimento ao país. Além do mais, as obras modernistas ainda continuam sendo lidas e pesquisadas até os dias de hoje, perpetrando influências nas gerações dos dias atuais.

A literatura brasileira da década de 30 foi marcada por uma série de transformações estéticas e políticas. Foi durante esse período que os escritores construíram uma herança histórica na literatura brasileira. A literatura brasileira, na década de 30, além de ter sido influenciada pelo modernismo, também buscou refletir sobre o contexto social e político do Brasil da sua época. Devido a isso os escritores foram considerados importantes para esta geração, dentre eles, Graciliano Ramos





que apresentou, como poucos, o regionalismo brasileiro desta década, explorando a cultura, as paisagens e os personagens do Nordeste brasileiro e ao mesmo tempo que denunciava as desigualdades, as injustiças, os abusos das autoridades, os preconceitos, os roubos e os problemas enfrentados pelos sertanejos do país.

De fato, em “Vidas Secas”, encontramos um fiel testemunho transmitido por Graciliano Ramos. observamos ele retratando de modo realista, pessoas privilegiadas abusando, enganando e prejudicam uma pobre família de sertanejos deste país. Diante disso, Bosi (2006), reitera: “Graciliano via em cada personagem a face angulosa da opressão e da dor”.

5. METODOLOGIA

A pesquisa quanto à análise dos dados é de natureza qualitativa, buscando analisar o objeto em seu contexto social, ideológico e discursivo, depreendendo-o em sua totalidade. Desse modo buscou-se fazer uma análise descritivo-interpretativa de trechos, da obra literária Vidas Secas de Graciliano Ramos, que revelasse os discursos do perfil marginalizado do personagem Fabiano. Assim, se faz necessário uma abordagem em torno do discurso, no sentido de buscar sustentabilidade, sob a ótica dos teóricos desse assunto para melhor compreensão.

Partindo de que a ideologia é constituída de sentido, na mesma perspectiva convém ressaltar as palavras de Possenti (2009, p.130). “(...) sendo então a tarefa de produzir sentido atribuído exclusivamente ao contexto ou ao leitor, em diferentes versões pragmáticas, ou a história e às instituições, em diferentes versões discursivas.” Cabe ressaltar que o discurso é uma atividade comunicativa capaz de produzir sentido,





compartilhada entre interlocutores, o mais importante é o efeito de sentido em situações determinadas.

Tomamos com referência de estudos teóricos questões relacionadas à Análise Discurso com Orlandi (2002), Maingueneau (2015) e na Teoria da Folkcomunicação com Beltrão (2011) que estuda os processos de comunicação das camadas menos cultas e economicamente mais frágeis da sociedade, focando nos agentes e meios populares de informação e disseminação de crenças pontos presentes na obra.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO

No presente texto abordamos a análise da obra literária *Vidas Secas* (1938) de Graciliano Ramos. Para operacionalização das análises empreendemos pela análise de trechos da obra que nos conduziram a compreender como se efetivou a construção do perfil marginalizado do sertanejo do personagem Fabiano.

A partir de elementos da Teoria da Análise do Discurso e da Teoria da Folkcomunicação vamos delinear como a literatura por meio dos discursos pode se configurar como um meio de comunicação de massa para revelar a construção discursiva de sujeitos marginalizados. A obra "*Vidas Secas*" escrita por Graciliano Ramos publicada em 1938 apresenta diálogos entre os personagens revelando suas angústias, ideologias e visão do mundo. A seguir, vamos apresentar os diálogos marcantes que são encontrados nesta obra.





6.1. A construção dos discursos de Fabiano e da obra *idas Secas*

Vidas Secas retrata a vida de uma família sertaneja é considerada como uma das principais obras da segunda fase do movimento modernista da literatura brasileira. Possui como um aspecto interessante a maneira como o autor apresentar o discurso verbal dos personagens marcado pela falta de instrução formal. Esta opção o fez utilizar recursos narrativos específicos. Desta forma, o personagem Fabiano é a principal representação utilizada pelo autor para demonstrar esse tipo de linguagem. Por esse motivo, o seu discurso é marcado pelas características que configuram as classes marginalizadas da sociedade assumindo um lugar indispensável no seu processo de apreensão e compreensão do mundo.

Podemos observar essas características no trecho abaixo:

TRECHO 1: “*Fabiano também não sabia falar. Às vezes largava nomes arrevesados, por embromação. Via perfeitamente que tudo era besteira. Não podia arrumar o que tinha no interior. Se pudesse... Ah! Se pudesse, atacaria os soldados amarelos que espancam as criaturas inofensivas*”. (Ramos, 2015, p. 36).

No trecho 1 observamos que o personagem Fabiano integra segundo Beltrão (2011) a categoria de audiência marginalizada: grupos rurais marginalizados por conta do isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual. A inscrição ideológica estereotipada de que as classes marginalizadas são culturalmente sem instrução escolar. Essa formulação discursiva em torno do perfil do sertanejo analfabeto evidencia a ideologia de que as classes menos favorecidas da sociedade não possuem escolaridade, e se ancora também no conceito de *habitus*, resgatado por Bour-





dieu. Segundo o autor o conceito é utilizado para entender como as práticas e crenças se perpetuam em um grupo social. O *habitus* é descrito como um sistema de disposições duráveis e transponíveis que integra as experiências passadas, e que funciona em cada momento como uma matriz de percepções, posicionamentos e ações.

A aceitação do estereótipo de que todo sertanejo é sem instrução reafirma o conceito de *habitus*, e mostra a literatura dentro do escopo comunicacional como um meio que pode perpetuar ou não essa ideologia. Assim notamos que os discursos são definidos por um conjunto de contextos que determinam sua construção e circulação nas sociedades.

A marginalização do personagem revelada pelo seu precário domínio da linguagem faz com que ele sinta seu discurso observado e julgado. Nesse contexto, há sempre uma linguagem outra sombreando a linguagem que se apresenta primeira. Há sempre o perigo do erro, da contravenção ameaçando o falar. O olhar de uma linguagem censurando o dizer. Essa constatação do personagem mostra-se enraizada na memória cultural da sociedade, e se reforça como o que afirma Beltrão (2011) que as classes marginalizadas são as camadas menos cultas e economicamente mais frágeis da sociedade urbana e rural.

Neste momento meditaremos sobre o discurso verbal marcado pela desilusão dos personagens de Vidas Secas. A compreensão desse tema também nos ajudará a ter uma visão mais abrangente dos problemas sociais e a desenvolver empatia e sensibilidade em relação às dificuldades enfrentadas pelos sertanejos brasileiros.

TRECHO 2: *“Se pudesse mudar-se, gritaria bem alto que o roubavam. Aparentemente resignado, sentia um ódio imenso a qualquer coisa que era ao mesmo tempo a campina seca, o patrão,*





os soldados e os agentes da prefeitura. Tudo na verdade era contra ele”. (Ramos, 2015, p. 97).

De acordo com o trecho, Fabiano trabalhava arduamente, mas recebia um salário extremamente baixo, que mal dava para garantir a sua sobrevivência básica. Por esse motivo, ele se sente roubado, pois o seu esforço e dedicação não são recompensados adequadamente. A pesar disso, ele ainda tinha que lidar com a falta de água, comida e abrigo adequado, com a indiferença do patrão que agravava ainda mais o seu sentimento de ódio e o desprezo pelo poder público.

São essas as razões que excitam em Fabiano o desejo de gritar contra essas injustiças sociais. Ele almeja romper com o silêncio e chamar a atenção para a realidade opressora em que vive. De acordo com Orlandi, isso ocorre porque “o sujeito se constitui por uma interpolação – que se dá ideologicamente pela sua inscrição em uma formação discursiva”. (Orlandi, 2002, p.45). Ou seja, é por meio da interpelação que o personagem é chamado à existência como sujeito discursivo. Isso acontece porque ele está inserido em um determinado contexto social, cultural e ideológico e passa a ocupar uma posição específica dentro desse discurso. Observemos outro trecho:

TRECHO 3: *“E andavam para o sul, metidos naquele sonho. Uma cidade grande, cheia de pessoas fortes. Os meninos em escolas, aprendendo coisas difíceis e necessárias. Eles dois velhinhos, acabando-se como uns cachorros, inúteis, acabando como Baleia. Que iriam fazer? Retardaram-se, temerosos. Chegariam a uma terra desconhecida e civilizada, ficariam presos nela. E o sertão continuaria a mandar gente pra lá. O sertão mandaria para a cidade homens fortes, brutos, como Fabiano, Sinhá Vitória e os dois meninos”. (Ramos, 2015, p. 128,129)*





Percebemos o caráter ilusório que os sertanejos tinham da cidade grande, pois as esperanças que tinham não correspondiam com a realidade. Ainda que eles chegassem em uma cidade grande, sobreviveriam dominados, desiludidos e sem escolhas. Esse cenário narrativo caracteriza outro pressuposta da Folkcomunicação (Beltrão, 2011) o da Exclusão Social e Comunicacional, onde os marginalizados são excluídos não só do sistema político, como também da comunicação social, ambos voltados à preservação do status quo definido pela ideologia e pela ação planejada dos grupos dirigentes.

É exatamente a falta de esperança que Fabiano tem, em um futuro melhor, que contribui para a percepção de desilusão em seu discurso. Portanto, o discurso de Fabiano em "Vidas Secas" reflete perfeitamente a sua desilusão diante das adversidades e injustiças que enfrenta no sertão nordestino. O autor por meio do discurso de Fabiano, denuncia as injustiças sociais e a desigualdade que afetam milhares de pessoas no Nordeste brasileiro. Por esse motivo a narrativa tem um tom de crítica social e representa um grito de alerta sobre a necessidade de mudar o olhar para as condições de vida dos mais desfavorecidos. Seguimos as análises:

TRECHO 4: *"Barba ruiva e suja"*.

– *"Calcanhares, duros como cascos"*.

– *"Rosto queimado, a barba ruiva, os olhos azuis"*.

– *"Espinhaço curvo"*.

– *"Vermelho, queimado, tinha os olhos azuis, a barba e os cabelos ruivos"*.

– *"Um bruto"*. (Ramos, 2016, págs. 10, 12, 16, 17, 18, 33).

Estas características físicas que o autor de "Vidas Secas" empregou para descrever o personagem Fabiano são elementos literários, que serviram para ressaltar a identidade





do personagem. Vale mencionar que, em "Vidas Secas", o foco da narrativa não está na origem étnica do personagem, mas sim nas questões sociais e psicológicas que ele enfrenta em meio à seca e às dificuldades no sertão brasileiro. A identidade discursiva do sujeito é moldada pelas práticas discursivas e pelas ideologias que circulam na coletividade em que ele está inserido. Essas ideologias tentam justificar as causas da marginalidade do personagem. Sobre essa Beltrão (2011) destaca elementos históricos e ideológicos que possuem influência nos fatos como a colonização que por meio da aculturação de culturas existentes potencializa situações marginais.

Portanto, vemos que são as formações discursivas que estabelecem os lugares sociais e as posições que o sujeito pode ocupar nos discursos e, desse modo, influenciam como ele se vê e é percebido pelos outros. Assim sendo vimos que, entender o sujeito Fabiano é importante por se tratar de uma representação simbólica dos milhares de nordestinos que vivem em condições precárias nas regiões secas do Brasil. Através de sua história, Graciliano Ramos denuncia a miséria, a exploração e a opressão enfrentadas por essa singular população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo conclui que os elementos da cultura popular que pertencem ao universo da Folkcomunicação são mantidos vivos pela fé e pela memória descritas nos trechos analisados. A fé e a memória são elementos representativos e moldam o comportamento e a moral de um grupo social. Na obra *Vidas Secas* são manifestados em narrativas literárias que exploram conflitos morais e crenças.





No decorrer desta pesquisa vimos que os discursos do personagem Fabiano, que estão presentes na obra "Vidas Secas" de Graciliano Ramos refletem a realidade do sertanejo nordestino, bem como a sua luta pela sobrevivência em um ambiente hostil. Por meio de uma comunicação indireta e intermediada pelo cunho literário, e o momento em que foi escrito, ainda sim observamos que as manifestações são "resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, e o processo de difusão se desenvolve horizontalmente, com usuários recebendo mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão., ou seja, de um líder de opinião que reconfigura as informações para sua audiência.

Durante o desenvolvimento do trabalho verificamos que os discursos de Fabiano são marcados por uma linguagem simples e repleta de regionalismos, refletindo a sua condição de homem sertanejo e pouco instruído. Através dessa linguagem peculiar o personagem emite suas angústias, suas incertezas e seus anseios, permitindo ao investigador uma imersão profunda na sua psicologia e no seu contexto social.

A escolha por orações coordenadas que simplificam a leitura das cenas narrativas também evidencia uma característica da Folkcomunicação que é o carisma e a credibilidade dos líderes de opinião que aqui é a figura do autor da obra. Os líderes agentes-comunicadores de folk, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham.

Nas análises dos diálogos de Fabiano identificamos como a obra ultrapassa o contexto específico da época em





que foi escrita e se mostra atual na denúncia das injustiças sociais e das desigualdades presentes nas diversas camadas da sociedade brasileira. Contudo é importante destacar que a representação do sertanejo Fabiano como um personagem que fala, a partir de um lugar, de desigualdade social e de pouco acesso à educação deve ser analisada com empatia. Graciliano Ramos nos convida a questionar a construção de modelos sociais e a buscar uma compreensão mais profunda das condições que levam à formação desses discursos.

Por fim, podemos afirmar que conseguimos alcançar os objetivos específicos e compreender o objeto analisado. Esperamos que esta pesquisa contribua para um maior entendimento dos discursos de Fabiano em “Vidas Secas” e da importância dessa obra da literatura brasileira para reflexão no tocante as lutas por justiça e pela igualdade social.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados**. Melhoramentos, São Paulo, 1971.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão e idéias**. Porto Alegre, Edipucrs, 2011.

BOSI, Alfredo. **História concisa da Literatura Brasileira**. Edição 43ª. São Paulo. Editora Cultrix. 2006.

BRAIT, Beth. BAKHTIN. **Dialogismo e construção do sentido**. Edição 2ª. São Paulo. Editora Unicamp. 2006.





MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, p. 61-87, 2015.

MOISÉS, Massaud. **A Literatura Brasileira através dos textos**. 23ª Edição. São Paulo. Editora Cultrix. 2002.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos**. 4ª Edição. Campinas / São Paulo. Editora Pontes. 2002.

RAMOS, Graciliano. **Vidas Secas**. Edição 130ª. Rio de Janeiro/ São Paulo. Editora Record.2016.



CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO JORNALISMO ONLINE EM PICOS (PI): UMA REVISÃO À LUZ DA TEORIA DO NEWSMAKING¹

Luan Cardoso Silva²

Jáilson Dias Oliveira³

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

RESUMO: O presente estudo analisa os critérios de noticiabilidade adotados em três portais de notícia que tem a cidade de Picos (PI) como sede, são eles: Portal Grande Picos, Portal Tô de Olho e Riachãonet. Buscou-se analisar a produção de notícias nesses três veículos de comunicação à luz da Teoria do Newsmaking, tendo como fundamentação teórica Wolf (2008) e Pena (2005), destacando-se ainda a produção no jornalismo online com base em Santos (2020). Como metodologia de pesquisa utilizou-se a entrevista em profundidade, com base em Duarte (2009), tendo em vista que foram entrevistados jornalistas dos três portais. Ao final, constatou-se que os critérios de noticiabilidade estão presentes na rotina produtiva do webjornalismo em Picos (PI).

Palavras-chave: Newsmaking. Webjornalismo. Jornalismo. Critérios. Notícias.

1. Artigo científico apresentado no GT01: Práticas Comunicacionais do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Estudante do 5º período do curso de Bacharelado em Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: luancardoso55psd@gmail.com

3. Mestre em Comunicação (UFPI). Professor do curso de Bacharelado em Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, e-mail: jailsondias2@hotmail.com.



INTRODUÇÃO

Com o advento da rede mundial de computadores, a Word Wide Web, em 1990 (Pinho, 2003), o jornalismo tem se tornado cada vez mais dinâmico. As rotinas de produção noticiosa estão mais rápidas, exigindo respostas cada vez mais imediatas dos profissionais da imprensa, destacando que a eles cabe não apenas transmitir as informações, mas fazer a checagem do material bruto que chega até às mãos deles para só então dar sequência a informação para a sociedade.

Conforme Pena (2005), a imprensa não reflete de forma exata os acontecimentos verificados na sociedade, como preconizava a Teoria do Espelho, mas é uma construção da realidade. Para isso são levados “em consideração critérios como noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção”, (Pena, 2005, p.128).

Pode-se compreender que os jornalistas estão sujeitos a uma série de fatores que vão determinar a produção das notícias e quais são as informações que poderão ser trabalhadas para chegar até os leitores.

Dessa forma o presente estudo objetivou analisar quais os critérios de noticiabilidade adotados por três portais de notícia com sede em Picos (PI): o RiachãoNet, Portal Grande Picos e Portal Tô de Olho. A pergunta norteadora teve como base a seguinte indagação: quais os critérios para a seleção do que será transformado em notícia?

Uma vez que o estudo se trata de uma pesquisa qualitativa, entendeu-se que a entrevista em profundidade semiestruturada com base em Duarte (2009) era a metodologia mais adequada para a obtenção das respostas porque a obtenção das informações seria possível principalmente através de





entrevistas individuais com os três jornalistas.

Assim o trabalho se justifica por trazer à tona uma importante discussão sobre a produção noticiosa nos portais noticiosos de Picos (PI), cidade marcada por um webjornalismo intenso e atuante, cujos dados podem servir para nortear o fazer jornalismo dos futuros profissionais da imprensa local e regional e lançar luz sobre como as práticas de comunicação que podem ser modernizadas.

O artigo, portanto, apresentará um referencial teórico tendo como base Wolf (2008) e Pena (2005), partindo então para a análise dos dados conseguidos a partir das entrevistas realizadas previamente com os jornalistas que trabalham nos portais citados.

1. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E O NEWSMAKING

Entende-se que a produção noticiosa nos meios de comunicação passa por uma verdadeira produção industrial, pois são muitas as etapas, desde o recebimento das informações, apuração dos dados, edição, até que a notícia seja transmitida a população que deve recebê-la. A notícia deve ser didática para que todos os públicos possam compreendê-la, do contrário o profissional da imprensa terá falhado na sua missão de informar.

O trabalho jornalístico é dinâmico e exige um rigoroso processo de produção que envolve a equipe, repórter e editores. Cabe a eles analisar o material bruto e fazer o devido processo de seleção. Nesse processo, muitas possíveis notícias são deixadas de lado. Pena (2005) destaca que as notícias são fundamentadas com base na realidade.

A Teoria do Newsmaking tanto refuta a Teoria do





Espelho, que diz que as notícias se tratam do reflexo da realidade (Pena, 2005), como destaca que o produto jornalístico se origina a partir de uma rotina semelhante a uma indústria.

A teoria do newsmaking pressupõe que as notícias cumprem uma rigorosa rotina industrial determinada pelos veículos de comunicação por causa da quantidade excessiva de fatos presentes no cotidiano. Acrescenta também que é necessário manter a organização do trabalho jornalístico no sentido de acelerar a produção das notícias. Para testar essa teoria em relação à prática jornalística, é necessário compreender o processo de produção de notícias e como os veículos de comunicação, inseridos em uma rotina industrial, cumprem as tarefas previstas nesse processo: reconhecer, entre os fatos, aqueles que podem ser notícia (seleção); elaborar formas de relatar os assuntos (abordagem/angulação); organizar, temporal e espacialmente, o trabalho para que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhados de maneira organizada, (Catanhêde; Zanforlin, 2020, p. 01-02).

Salienta-se, conforme os autores, a profundidade do trabalho do jornalista, que deve compreender quais assuntos serão de maior interesse para a sociedade para poder noticiá-los. Cabe ao profissional da imprensa também dar sequência às informações que serão úteis para a tomada de decisões por parte das pessoas, daí que editorias como política, economia, polícia ocupam a primazia na produção noticiosa.

A Teoria do Newsmaking se assemelha por esse aspecto à Teoria do Gatekeeper, pois, segundo Wolf (2008), o jornalista atua como um guarda do portão, selecionando o que pode e o que não pode passar, ou seja, aquilo que será





ou não repassado para a população.

O estudo de um caso – a observação de como age o “Mr. Gates”, um jornalista com 25 anos de experiência, que atua numa cidade de 100.000 habitantes em Midwest e tem como tarefa selecionar, da grande quantidade de comunicações de agências que chega todo dia, as notícias a serem publicadas no jornal – permite compreender como ocorre o processo de seleção, tanto quantitativa como qualitativamente (Wolf, 2008, p. 185).

Assim, o jornalista se depara com uma grande quantidade de informações diariamente e deve fazer o trabalho de escolha, de seleção, contribuindo, dessa forma para a construção da realidade. Ao decidir o que chegará até as pessoas, o jornalista estará agindo diretamente sobre as vidas dessas pessoas, pois elas dependerão dos meios de comunicação para tomar as suas decisões a respeito de aspectos importantes de suas vidas.

Desse modo, a notícia tanto é uma construção da realidade, como também parte dessa mesma realidade. Embora o profissional da comunicação não esteja refletindo os acontecimentos da forma exata como eles acontecem, pois existe a subjetividade humana, ele precisa se basear em acontecimentos concretos para informar a sociedade. A partir disso o jornalista constrói a sua credibilidade baseando-se na ética da profissão.

Wolf (2008) trata sobre os processos referentes aos valores/notícia, uma vez que o jornalista terá de tomar decisões sobre quais fatos chegarão até o público.

Outro aspecto geral, relativo aos valores/notícia, diz respeito ao tipo de processos





dos quais eles fazem parte. Obviamente, os jornalistas não podem decidir a cada vez, desde o princípio, como selecionar os fatos que aparecerão sob as vestes de notícia: isso tornaria o seu trabalho impraticável. A exigência primária é, portanto, a fazer dessa incumbência uma rotina, a fim de torná-la passível de ser cumprida e administrada. Os valores/notícia servem justamente para isso (Wolf, 2005, 203).

Conforme o autor, os jornalistas devem conhecer o que será importante de ser noticiado para que possa tomar decisões em tempo hábil de levar aquela informação para o processo de edição no veículo noticioso. Assim, consequentemente, a população será informada rapidamente sobre o acontecido, de forma que o fato ainda seja útil e desperte interesse geral.

Sobre os critérios de noticiabilidade, Pena (2005) destaca que os acontecimentos são imprevisíveis e que existe a necessidade de organização para que a empresa possa fazer a cobertura adequada do fato. Dessa forma, são estabelecidos procedimentos a serem adotados pelos profissionais da comunicação.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking. Como explica Tuchman, a atividade jornalística é extremamente complexa, apesar do seu objetivo parecer simples: fornecer relatos de acontecimentos significativos e interessantes (Pena, 130, 2005).





1.1 Webjornalismo

O jornalismo passa por constantes transformações ante o avançar tecnológico. Pode-se entender que o avanço dos meios de comunicação, desde o surgimento dos primeiros jornais impressos até o advento da internet (Gontijo, 2005) impacta diretamente a forma de fazer jornalismo. Essas mudanças são constantes e acontecem diante dos olhos da sociedade de forma cada vez mais rápida.

Ao se tornar aberta ao uso da população, a internet tem provocado uma série de mudanças constantes às quais os profissionais da imprensa precisam se adaptar. Antes a concorrência na busca pela produção noticiosa se dava entre profissionais e meios de comunicação, mas devido à popularização da internet e dos aparelhos de conexão, mais pessoas podem entrar na seara da produção informativa.

Destaca-se que para produzir notícias existe a necessidade de ter a devida formação acadêmica, mas isso não impede que as pessoas sem o devido conhecimento técnico possam produzir conteúdo e muitas vezes atuar como jornalistas.

Mas o jornalismo não é a única fonte de informação na sociedade em rede. Qualquer sujeito ou grupo pode gerar informação, criando seu blog ou site, seu perfil nas redes sociais digitais, ou participando das fanpages de sites e portais jornalísticos. Isso impacta nas formas de produzir e circular a notícia. Os avanços das tecnologias digitais, a internet e as apropriações e os usos dessas tecnologias no contexto da globalização, implicaram em novas formas, ou pelos menos a modificação/ampliação de processos de produção e circulação do conteúdo jornalís-





tico. Essa relação entre homem, sociedade e tecnologia evolui ao longo do tempo, interferindo nos processos comunicacionais, (Santos, 2020, p.09)

Na atualidade, o profissional que trabalha com a informação jornalística, e aqui se pode destacar a internet, está sujeito a lidar com as produções de outras pessoas, conforme salientou Santos (2020). A sociedade em rede favorece essa facilidade na produção e difusão de informações, muitas vezes incompletas ou até tratando-se de inverdades. O profissional da imprensa precisa realizar na maioria dos casos um verdadeiro trabalho de curadoria, separando as mentiras do que é de fato notícia.

A possibilidade de que mais pessoas possam produzir e difundir conteúdo democratiza a informação, contudo, torna as pessoas e a sociedade sujeitas às mentiras de indivíduos que usam de má fé para ludibriá-las e lucrar com isso. O jornalismo possui uma forma especial de produzir a informação, levando em conta a credibilidade e a ética.

Em Picos, no sertão-central do Piauí, a 307 km da capital Teresina, o webjornalismo já é uma realidade há mais de 20 anos, e o profissional da imprensa que trabalha nesse meio está sujeito às intempéries verificadas nos grandes meios de comunicação. Berti (2020) salienta os primeiros passos do webjornalismo no Piauí.

Por muito tempo o noticiar fatos na internet, como bem disse o jornalista Paulo Henrique Amorim, era como construir um aeroporto com o avião sobrevoando. Foi dessa forma que o webjornalismo no Piauí engatinhou. Metaforicamente, o avião era um monomotor e a pista de terra e bem estreita. Precisa-





va-se muito mais de astúcia que nos outros lugares do Brasil em que, inspirado pela profusão de notícias nos Estados Unidos e Europa via internet, davam muito mais valor a essa área jornalística nos anos 1990 (Berti, 24, 2020).

Destaca-se que o início e a difusão da internet pelo Piauí permitiram que as notícias chegassem a mais pessoas, tornando-se, na atualidade um dos principais meios de comunicação do estado. A região de Picos se tornou célebre pela grande quantidade de portais noticiosos mantidos principalmente com verbas públicas, uma vez que o poder público se mostra como o principal financiador.

Mesmo com o avançar dos anos, os sites de notícias ainda têm dificuldades de atrair verbas das empresas privadas que talvez não acreditem no potencial de divulgação desses meios. Contudo, a internet está bem presente no interior do Piauí conectando um número cada vez maior de pessoas.

Dessa forma, é interessante descobrir quais os critérios de noticiabilidade usados pelos jornalistas que trabalham na web para atualizar os seus portais na cidade de Picos.

Berti (2020) salienta ainda as modificações acarretadas para o jornalismo após o surgimento das novas tecnologias, que estão nas mãos de todos, desde crianças até idosos, provocando mudanças em todas as esferas da sociedade.

Bons tempos! Pois, apesar das tecnologias daquela época serem as avós e bisavós das de hoje, podíamos ainda conversar cara a cara, entender o jornalismo como uma prática que necessitava estar perto, conhecer os fatos nos locais que ocorriam. Os textos eram mais importantes. A credibilidade era o principal Instagram da época, (Berti, 2020, p. 25).





A revolução da informação foi bem além do jornalismo, mas este foi completamente impactado pelas novas tecnologias, produzindo uma nova dinâmica na produção noticiosa, tornando válido estudar como essa alteração se verifica na atualidade. Salienta-se que ferramentas como o WhatsApp não são mais utilizadas apenas para agendar entrevistas, mas para a realização das próprias entrevistas, seja através de texto, áudio, foto ou vídeo.

2. METODOLOGIA

Para a elaboração desse trabalho recorreu-se a metodologia da entrevista em profundidade semi-aberta com base em Duarte (2009), tendo em vista que foi necessário conversar com os jornalistas dos portais noticiosos para a coleta de dados. Duarte (2009) discorre sobre a utilização da entrevista como metodologia para obtenção de dados pelas ciências sociais, ganhando grandes destaque após a Segunda Guerra Mundial.

Duarte (2009) discorre sobre a utilização da entrevista em profundidade de forma individualizada, “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”, (Duarte, 2009, p.62).

A entrevista segue como uma conversa, permitindo ao entrevistador e ao entrevistado se adequarem a medida que as perguntas são feitas. A entrevista semi-aberta é ideal porque elabora-se um roteiro prévio das questões para a coleta das informações (Duarte, 2009). No decorrer da conversa, novas perguntas podem surgir à medida que o entrevistado for fornecendo as respostas. Com isso, podem-se conseguir mais dados para a redação do trabalho científico.





Para este trabalho foram entrevistados a jornalista Daniela Meneses de Carvalho, do portal Grande Picos (www.grandepicos.com); Pedro Sátiro de Araújo Neto, do Portal Tô de Olho (www.portaltodeolho.com); e Mateus Silva, do Portal RiachãoNet (www.riachaonet.com.br). Para os três jornalistas foram feitas as mesmas perguntas, tratando-se das seguintes: 1 - Quais os critérios para a seleção do que vai transformar em notícia? 2 - Como a tecnologia tem influenciado na produção da notícia? 3 - Você acha que as notícias que publica influenciam as pessoas? 4 - Como vocês planejam as pautas?

3. ANÁLISE DOS DADOS

Antes da análise dos dados, torna-se necessário uma breve informação sobre os portais nos quais trabalham os jornalistas entrevistados. A cidade de Picos é conhecida pela grande quantidade de portais noticiosos, como salienta Berti (2020). Muitos acadêmicos egressos das universidades existentes no município encontram trabalho no webjornalismo, fazendo com que este seja extremamente presente nas vidas da população picoense.

O portal RiachãoNet é o mais antigo dos três e um dos primeiros da região de Picos. Ele foi fundado pelo jornalista, professor e atual reitor da Universidade Estadual do Piauí (Uespi), Evandro Alberto de Sousa, no ano de 2001, no município de Monsenhor Hipólito, distante 377 quilômetros da capital Teresina.

No ano de 2005 a sede do portal foi transferida para Picos, tendo esta cidade como ponto de atuação desde então. O RiachãoNet cobre fatos referentes ao município onde possui sede e também de outras unidades da região.





O Portal Grande Picos, por sua vez, foi fundado no ano de 2013. Ele integra o Sistema de Comunicação de Picos (SCP) formado por duas rádios: Difusora AM e Grande Picos FM. O sistema foi fundado pelo senador Helvídio Nunes de Barros no ano de 1979, e se mantém presente na cidade e no interior desde então. O portal Grande Picos foca a sua cobertura nos acontecimentos ocorridos no município onde está sediado.

Já o portal Tô de Olho é o mais jovem dos três, fundado no ano 2019 pelo jornalista Pedro Neto, egresso do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (Faculdade R.Sá). Embora tenha por base o município de Picos, ele também faz cobertura jornalística em várias cidades da região.

É importante frisar que os três portais também estão presentes nas redes sociais com destaque para o Instagram, onde fazem o compartilhamento das notícias publicadas originalmente nos endereços eletrônicos. Para este trabalho, escolheu-se analisar as respostas dos entrevistados separadamente, fazendo o diálogo com os autores que serviram de base.

3.1 RiachãoNet

Nas suas respostas o jornalista Mateus Milton da Silva, do Portal RiachãoNet, tratou sobre algumas considerações importantes sobre o processo noticioso.

Na hora de definir o que vira notícia, costume levar em conta a proximidade com a comunidade, priorizando fatos e pessoas que tenham relevância local. Também considero o impacto da informação, ou seja, de que forma aquele acontecimento pode influenciar a vida das pessoas. Outros pontos importantes são a presença de figuras





conhecidas, a atualidade do fato, situações de conflito ou controvérsia, acontecimentos raros e histórias que despertem interesse humano (Silva, 2025).

Percebe-se pela resposta do jornalista o conhecimento sobre os critérios de noticiabilidade conforme descrito por Wolf (2008), procurando dar destaque àquilo que vai despertar o interesse do público. Pode-se notar também que a proeminência dos personagens por ser entrevistados também é um critério significativo para a produção noticiosa do RiachãoNet, além de critérios como o interesse humano.

Sobre como as novas tecnologias tem influenciado na produção das notícias, o jornalista respondeu:

A tecnologia tem ampliado bastante o nosso trabalho. Hoje contamos com ferramentas de inteligência artificial que ajudam na revisão e no aprimoramento de textos, além das redes sociais, que se tornaram fundamentais para disseminar conteúdos e alcançar um público muito maior em menos tempo (Silva, 2025).

Ressalta-se que o jornalista tratou sobre a utilização da Inteligência Artificial no processo de revisão textual, o que mostra que o portal onde trabalha tem acompanhado os avanços cada vez mais recentes referentes às novas tecnologias. O uso da Inteligência Artificial se tornou um debate marcante na sociedade nos últimos anos, uma vez que tem revolucionado cada vez mais os exercícios das profissões.

Deve-se notar também a menção de Mateus Milton às redes sociais utilizadas para propagar o conteúdo produzido pelo portal. Hoje, no interior do Piauí, está quase impossível





imaginar a produção noticiosa e sua consequente divulgação sem as redes sociais, com destaque para o WhatsApp e o Instagram por serem as mais utilizadas.

Ao ser indagado sobre a influência das notícias publicadas pelo RiachãoNet, o jornalista respondeu:

Acredito que, em muitos casos, a proximidade faz com que o leitor dê mais credibilidade às informações publicadas. Isso não significa que a notícia vá, necessariamente, influenciar sua opinião, mas certamente contribui para que ele tenha elementos sólidos na hora de formar seu próprio ponto de vista (Silva, 2025).

A resposta mostra que o jornalista entende que as notícias possuem um efeito limitado sobre as pessoas, exercendo uma influência mediana, ainda que possa contribuir nas tomadas de decisão de cada indivíduo.

Sobre a questão relacionado ao planejamento das pautas, a resposta foi a seguinte:

Nem sempre o planejamento de pautas é fixo. Muitas vezes, os acontecimentos do dia a dia vão definindo o que precisa ser noticiado. Já as pautas culturais e as chamadas “pautas frias” costumam ser planejadas com mais antecedência, justamente porque permitem uma apuração mais detalhada. Em qualquer caso, seguimos priorizando sempre a ética, a transparência e o interesse do leitor (Silva, 2025).

A resposta mostra que a produção noticiosa do RiachãoNet segue um caminho menos rígido, levando em consideração o surgimento dos fatos ao longo do dia. A exceção





fica por conta dos acontecimentos conhecidos previamente, caso esse dos eventos sociais, muito noticiados pelo portal. Nesse caso há uma preocupação para que a equipe possa se organizar e garantir a cobertura.

3.2. Grande Picos

Ao ser indagada sobre os critérios para transformar um fato em notícia, a jornalista Daniela Meneses de Carvalho destacou a relevância do acontecimento e o que vai impactar diretamente a vida das pessoas.

Então, aqui no Portal Grande Picos, a gente sempre avalia a relevância do fato para o público local, ou seja, o que realmente impacta a vida da nossa comunidade. Também levamos em conta a atualidade, a veracidade da informação, o interesse público e, claro, a urgência da pauta. Outra coisa que pesa muito é a proximidade com o leitor – quanto mais próximo de Picos ou da região, mais prioridade a gente dá (Carvalho, 2025).

Percebe-se pela fala da jornalista o entendimento dos critérios de noticiabilidade, conforme preconizado por Wolf (2005). Há uma padronização no processo de produção das notícias, uma vez que são destacados mais critérios como atualidade, veracidade e o interesse das pessoas. A veracidade é um fator de grande importância tendo em vista a desinformação que se alastra.

Sendo assim, a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas





de produção estáveis numa “matéria prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente viável e imprevisível (Wolf, 2008, p.196).

O autor salienta, portanto, que a existência de um método para a produção noticiosa é fundamental porque disciplinam o trabalho na redação jornalística, uma vez que o profissional da imprensa precisa lidar com muitas informações e deve selecionar aquelas consideradas mais importantes para chegar até o público.

Sobre a influência da tecnologia na produção da notícia, Daniela informou que ela está presente em todo o processo de produção jornalística na redação do Portal Grande Picos. Através das novas tecnologias se torna possível apurar informações mais rapidamente a fazer atualizações sobre os acontecimentos mais urgentes.

Demais! Hoje a tecnologia faz parte de todo o processo jornalístico. Desde a apuração (com redes sociais, e-mails, gravações no celular), até a produção (edição de vídeo, imagem, texto) e a distribuição da notícia. A gente consegue atualizar uma matéria em tempo real, fazer coberturas ao vivo e alcançar um público muito maior e mais rápido através das redes e do nosso site (Carvalho, 2025).

Pelas palavras da jornalista torna-se impossível imaginar a prática do jornalismo na atualidade sem as novas tecnologias, que facilitam o contato com as fontes de informação e até a realização de entrevistas através da internet. Santos (2020, p.09) trata sobre o uso das novas tecnologias, vinculadas a uma sociedade marcadamente capitalista, o que





propicia o surgimento de novas necessidades de se informar por parte da população.

O uso e adaptação do jornalismo a essas novas ferramentas informativas é uma questão de sobrevivência para o profissional da imprensa, com ênfase que a internet tornou possível uma comunicação rápida, ágil e fácil. Pinho (2003) salienta como a internet se distingue dos meios de comunicação convencionais: jornal impresso, rádio e televisão, inclusive com o custo de produção bem mais em conta do que os anteriores.

Sobre o poder de influenciar das notícias publicadas pelo Portal Grande Picos, a jornalista Daniela Meneses frisou conhecer o impacto das notícias nas vidas das pessoas e que estas devem trabalhadas da forma mais correta por possível tendo em vista ser a informação algo extremamente delicado.

Com certeza! Toda notícia tem um impacto, seja informando, alertando, conscientizando ou até mudando a forma como as pessoas enxergam certos temas. A gente tem uma responsabilidade enorme com isso, por isso sempre buscamos trabalhar com ética e compromisso com a verdade. A informação certa, no momento certo, pode até salvar vidas (Carvalho, 2025).

Por ser jornalista de formação, Daniela demonstra consciência ante o impacto que as notícias produzem nas pessoas e o cuidado como elas devem ser trabalhadas até chegar à população.

Sobre a indagação quanto ao planejamento das pautas, ela respondeu:





A gente faz reuniões de pauta com frequência, principalmente no início da semana e quando surge alguma demanda especial. Analisamos o que está acontecendo na cidade, ouvimos sugestões da equipe, do público, e também monitoramos redes sociais e órgãos públicos. Mas nem tudo é planejado, viu? Às vezes surgem pautas urgentes e a gente precisa correr para cobrir. O jornalismo é muito dinâmico! (Carvalho, 2025).

Sobre essa resposta é importante frisar o dinamismo do acontecimento. Mesmo havendo um planejamento prévio sobre o que será produzido ao longo do dia e da semana, o profissional está sujeito aos acontecimentos de última hora, os quais precisa noticiar. Pena (2005, p.129), salienta que a autonomia do profissional é, portanto, limitada, ainda que ele seja participante ativo na construção da realidade.

3.3 Tô de Olho

O estudo sobre os critérios de noticiabilidade do jornalismo online sob a luz da Teoria do Newsmaking parte de várias pesquisas de autores da área, sendo assim, foi realizado uma entrevista com o jornalista Pedro Neto do Portal Tô de Olho. A primeira pergunta foi sobre quais os critérios para a seleção do que vai transformar em notícia, assim, ele respondeu que,

Costumamos levar em consideração a relevância do fato, a atualidade, a veracidade das informações, e o interesse coletivo da notícia, e costumamos filtrar principalmente as notícias mais voltadas para a região de Picos, as cidades vizinhas e também a ques-





tão do estado do Piauí. Também avaliamos se o tema contribui para o debate público, oferecendo serviços de utilidade pública (Neto, 2025).

Neste sentido, a fala do entrevistado deixa claro que a delimitação geográfica da cobertura é um compromisso que o portal tem com a utilidade pública, além do debate público. A fala também mostra o alinhamento com os princípios éticos do jornalismo, como o compromisso com a verdade, a responsabilidade social e mediação de temas relevantes para coletividade. O foco na realidade local também é especialmente importante pois valoriza os acontecimentos e as demandas da comunidade. Isso demonstra o conhecimento dos valores/notícia conforme preconizado por Wolf (2008).

O segundo questionamento foi como a tecnologia tem influenciado na produção da notícia, o entrevistado respondeu que,

Sabemos que com as tecnologias digitais, o jornalismo passou por transformações profundas em suas rotinas produtivas, especialmente no ambiente online, que é o nosso caso, a tecnologia transformou profundamente o jornalismo, hoje temos acesso a dados em tempo real, a informação consegue chegar para nós muito mais rápido, e conseguimos também transmitir, não só apurar o fato, mas também transmitir com mais velocidade para o público (Neto, 2025).

A fala do entrevistado evidencia como as tecnologias digitais transformaram profundamente as rotinas do jornalismo, especialmente no ambiente online, ao possibilitar o acesso a dados em tempo real e a transmissão mais rápida das





informações. Essa percepção destaca a reconfiguração do fazer jornalístico, marcada pela agilidade na apuração e na difusão das notícias, o que amplia o alcance e a instantaneidade da informação. Ao reconhecer essas mudanças, o entrevistado aponta para um jornalismo mais dinâmico, conectado e responsivo às demandas de uma sociedade digital, reafirmando a importância da tecnologia como aliada na democratização da informação e na aproximação com o público.

Outro questionamento foi sobre se o entrevistado acha que as notícias que publica influenciam as pessoas, respondendo que,

Sobre a questão da influência, que publicamos para as pessoas, acredito que toda notícia tem o poder de informar, formar opinião e até mobilizar ações, por isso é essencial trabalhar com responsabilidade, com apuração do fato rigorosamente e o compromisso com a verdade, porque sabemos que hoje geramos opinião sim. Tudo que publicamos gera comentários, principalmente nas redes sociais (Neto, 2025).

A fala reflete uma compreensão consciente do poder que as notícias exercem sobre a sociedade, ao reconhecer que toda informação publicada pode informar, formar opinião e até mobilizar ações. Esse posicionamento demonstra responsabilidade ética, ao enfatizar a importância da apuração rigorosa e do compromisso com a verdade, sobretudo em um contexto em que as redes sociais amplificam o alcance das notícias e potencializam sua influência.

Segundo Wolff (1995), um dos elementos fundamentais da relevância da adoção de valores jornalísticos é a rotina





de produção, momento em que os profissionais de mídia e comunicação selecionam, investigam e apresentam pautas.

E por fim, foi perguntado como as pautas são planejadas, ao que respondeu que,

Na verdade, não temos um planejamento de pauta, planejamos as ações que vamos desenvolver, cobertura de eventos, ou de qualquer que seja outra ação. O próprio público também nos repassa informações do que está acontecendo e terminamos sendo pautados automaticamente com uma velocidade dos fatos, que é constante por todo o Brasil e não só na nossa cidade, e temos que estar acompanhado. Mas planejamento calendários de eventos, demandas do público, para discutir e tentar planejar o máximo e definir prioridades e distribuir as coberturas com base na atualidade do interesse do público (Neto, 2025).

A fala revela uma dinâmica de produção jornalística marcada pela flexibilidade e pela rapidez, evidenciando que muitas pautas surgem de forma espontânea, a partir da colaboração do público e da velocidade dos acontecimentos. Isso evidencia também que os internautas são presentes na produção jornalística do Portal Tò de Olho.

CONSIDERAÇÕES

Com base nos dados fornecidos pelos entrevistados, é possível constatar que os jornalistas, pela sua formação acadêmica, estão cientes dos critérios de noticiabilidade, conforme definidos por Wolf (2008) e Pena (2005). Eles procuram se basear em critérios como atualidade e proximidade para de-





cidir o que será noticiado, acreditando que esses fatores são de interesse dos leitores.

Outro fato constatado é a influência das novas tecnologias na produção das notícias, tornando-se indispensável na atual rotina produtiva dos profissionais do jornalismo online. Os comunicadores também demonstraram consciência quanto ao poder de influência das notícias por eles divulgadas, destacando-se que, embora haja reunião de pauta, eles estão sujeitos aos acontecimentos mais urgentes verificados na cidade.

O estudo, portanto, ajuda a compreender como as notícias são produzidas no jornalismo online em Picos, que se encontra em estágio bem avançado. Berti (2020) salientou um começo difícil para o jornalismo online no Piauí, mas na atualidade, destacando-se a região de Picos, nota-se o grande avanço desses meios de comunicação que é a internet.

As respostas aqui alcançadas ajudam a dar luz sobre a prática do jornalismo na região de Picos, além de mostrar o grau de profissionalismo dos jornalistas locais, cientes da prática jornalística como uma instituição que contribui para a construção da realidade, conforme o newsmaking (Wolf, 2008).

Um estudo mais abrangente, que englobe uma parcela maior de profissionais, feito de forma quantitativa, pode ajudar ainda mais no conhecimento das rotinas produtivas dos profissionais da comunicação picoenses, além de mostrar o quanto a formação acadêmica é importante para o fazer jornalismo.





REFERÊNCIAS

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Webjornalismo no Piauí**. Teresina: EDUespi, 2020.

CANTANHEDE, Ytalo Silva; ZANFORLIN, Sofia Cavalcanti. As definições do newsmaking: um estudo bibliográfico sobre as perspectivas do conceito. **Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 1-15, jan./jun. 2020.

Disponível em: <https://revistas.usp.br/anagrama/article/view/164265>. Acesso em: 20 set. 2025.

CARVALHO, Daniela Menses. **Entrevista concedida aos autores**. Picos (PI), maio de 2025.

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

GONTIJO, Silvana. **O livro de Ouro da Comunicação**. Rio De Janeiro: Ediouro, 2004.

NETO, Pedro Sátiro de Araújo. **Entrevista concedida aos autores**. Picos (PI), maio de 2025.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2023.





SANTOS, Marli dos. **Práticas de produção no webjornalismo**: estudo sobre portais e sites jornalísticos da grande mídia e da mídia independente. São Paulo: Editora Cásper Líbero, 2020.

SILVA, Mateus Milton. **Entrevista concedida aos autores**. Picos (PI), setembro de 2025.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Tradução de Karina Jannini. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.



A CREDIBILIDADE EM XEQUE: COMO A DESINFORMAÇÃO REDEFINE O JORNALISMO NO BRASIL E NO MUNDO.¹

Luan Cardoso Silva²
 Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

RESUMO

Esta pesquisa visa analisar como essa desinformação redefina a prática jornalística frente à crescente desconfiança pública, especialmente durante crises como a pandemia e eleições. A metodologia empregada baseou-se em uma revisão bibliográfica de estudos sobre *fake news* e *fact-checking*, utilizando dados de relatórios internacionais e nacionais. Os resultados demonstram a alta vulnerabilidade do Brasil, onde quase 90% da população admite ter acreditado em conteúdo falso, e apenas cerca de 4 em 10 brasileiros confiam no jornalismo. Conclui-se que o problema força o jornalismo a uma redefinição urgente, priorizando a transparência radical, o rigor ético, a adoção de técnicas de checagem e a promoção da educação midiática. A relevância do jornalismo profissional como antídoto democrático é, assim, reafirmada, exigindo um novo contrato social pautado pela informação verificada.

Palavras-Chave: Jornalismo. Desinformação. Credibilidade. Mídia Digital. Ética.

1. Trabalho apresentado no GT 01 – “Práticas Comunicacionais” do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, realizado de 23 a 24 de Outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Estudante do 5º período do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – Faculdade R.Sá, Bacharelado em Jornalismo. E-mail: luancardoso55@gmail.com.



INTRODUÇÃO

O advento das mídias digitais e das redes sociais, embora tenha democratizado o acesso à informação, desencadeou um cenário de proliferação massiva de conteúdos falsos, distorcidos ou fabricados, conhecidos genericamente como desinformação. Este fenômeno, que utiliza estratégias complexas e frequentemente financiadas, tem como um de seus principais alvos o jornalismo profissional, atacando sua credibilidade e minando sua função social. O presente artigo se propõe a analisar o impacto corrosivo da desinformação na confiança pública e a forma como o jornalismo no Brasil e no mundo está sendo forçado a se redefinir para sobreviver e manter sua relevância em um ecossistema comunicacional hostil.

O problema de pesquisa central que norteia este trabalho é: Como a desinformação, ao corroer a confiança pública e mimetizar a forma jornalística, redefine os processos, a ética e a relação com o público do jornalismo no Brasil e no mundo?

Para responder a essa questão, foram definidos os seguintes objetivos: a) Analisar a extensão da crise de credibilidade no jornalismo brasileiro e global a partir de dados e relatórios; b) Identificar as principais estratégias de desinformação utilizadas para atacar ou emular o jornalismo; c) Discutir as novas práticas e a necessária reorientação ética e de transparência do jornalismo profissional como mecanismo de defesa.

A justificativa deste estudo reside na urgência de proteger a esfera pública e a própria democracia, que dependem





fundamentalmente de um fluxo de informação confiável. Quando a sociedade perde a capacidade de distinguir fatos de ficção, a tomada de decisões é comprometida, seja em contextos eleitorais, seja em crises de saúde pública.

A estrutura do trabalho está organizada em três seções de desenvolvimento, que abordam a crise no Brasil, as táticas globais de desinformação e os caminhos de redefinição do jornalismo, seguidas pelas considerações finais.

1. O ATAQUE À CREDIBILIDADE: DESINFORMAÇÃO NO BRASIL E NO MUNDO

A crise de credibilidade do jornalismo não é um fenômeno isolado, mas uma consequência direta da ascensão da desinformação potencializada pela arquitetura das redes sociais e, mais recentemente, pela Inteligência Artificial.

1.1. O CENÁRIO DE VULNERABILIDADE BRASILEIRO

O Brasil tem se mostrado particularmente suscetível à desinformação, um problema reconhecido por organizações internacionais e pesquisas nacionais. Dados recentes apontam que a confiança no jornalismo é baixa, com apenas cerca de 42% dos brasileiros confiando em notícias, um patamar estagnado e preocupante. O risco é reforçado pelo fato de o brasileiro estar entre os que possuem maior dificuldade em identificar notícias falsas.

A dimensão do problema é agravada pela admissão quase universal de ter sido enganado: quase 90% da popu-





lação brasileira já deu credibilidade a conteúdos falsos. A desinformação atua no país não apenas com boatos simples, mas com *modus operandi* de natureza política e, por vezes, criminosa, onde células organizadas transformam mentiras em "verdades absolutas" visando segmentos específicos da população. Eventos como a pandemia de COVID-19 e a violência política mostraram o potencial destrutivo desse ecossistema desinformativo.

Tabela 1 – Plataformas mais utilizadas para compartilhamento de fake news (Brasil, 2024)

Plataforma	Percentual de usuários
WhatsApp	68%
Facebook	54%
Instagram	39%
TikTok	28%
Telegram	22%

Fonte: SaferNet Brasil (2024)

1.2. ESTRATÉGIAS DE ATAQUE E MIMETIZAÇÃO

A desinformação opera através de duas estratégias principais contra o jornalismo: o ataque direto e a mimetização.

A mimetização envolve a cópia das convenções do estilo jornalístico (formato, linguagem, títulos) para conferir





legitimidade a conteúdos fraudulentos, criando as chamadas *proto-fake news*. O objetivo é enganar o público ao simular uma qualidade instituída e desejada: a credibilidade jornalística.

O ataque aberto, por sua vez, busca demonizar o jornalismo, classificando-o como ideológico ou parcial. O Relatório do Fórum Econômico Mundial aponta a desinformação como o maior risco global, destacando que ela é frequentemente elaborada, bem financiada e acentuada pela tecnologia automatizada. A desregulamentação das plataformas digitais e os algoritmos que premiam o engajamento acima da veracidade criaram um ambiente propício para que *fake news* circulem com velocidade e alcance desproporcionais.

2. A REINVENÇÃO ÉTICA E PRÁTICA DO JORNALISMO

Em resposta à crise, o jornalismo é impelido a uma redefinição que passa pela retomada de seus fundamentos e pela inovação de seus processos.

2.1. O JORNALISMO COMO ANTÍDOTO E A TRANSPARÊNCIA

O jornalismo profissional é, em essência, o verdadeiro antídoto contra a desinformação. Para reverter a crise de confiança, a atividade precisa se centrar na transparência e na ética.

A transparência exige que os veículos sejam mais abertos sobre a metodologia de produção de notícias, fontes e pro-





cessos de checagem. A ênfase na ética e na responsabilidade é crucial para diferenciar o trabalho profissional dos veículos disseminadores de *fake news*. A crise exige que o jornalismo seja feito "com verdade, com empatia, com responsabilidade e com o público no centro de tudo".

2.2. FACT-CHECKING E EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

O método de checagem de fatos (*fact-checking*) é uma das inovações mais importantes. Ele permite a validação do conteúdo informacional, dando transparência ao método e às fontes consultadas. As agências de checagem, juntamente com o jornalismo profissional, atuam como um esforço de combate à desinformação.

Contudo, a solução de longo prazo reside na educação midiática. Promover o pensamento crítico e a capacidade de análise de fontes na sociedade é fundamental para que o público se torne menos vulnerável às táticas de manipulação e reconheça a importância do jornalismo de qualidade. O combate à desinformação não é só do jornalista, mas da sociedade em geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais deste trabalho ratificam que a desinformação não é apenas um desafio tecnológico, mas uma ameaça política e social que coloca a credibilidade jornalística em xeque em escala global, com particular intensidade no Brasil. A questão da pesquisa — como a desinformação





redefine o jornalismo — encontra resposta na urgência de uma reinvenção profunda.

Os resultados da pesquisa indicam que a desinformação força o jornalismo a abandonar a zona de conforto e a adotar uma postura de defesa ativa, centrada na transparência dos processos, no rigor ético e no engajamento com o público. A credibilidade não é mais um direito adquirido, mas uma conquista diária a ser demonstrada pelo *fact-checking* e pela clareza metodológica.

Como recomendações para trabalhos futuros, sugere-se aprofundar a análise sobre a eficácia da regulação das plataformas digitais (tema que o Brasil tem liderado em debates internacionais) e o desenvolvimento de modelos de negócios sustentáveis para o jornalismo de qualidade, que o protejam da crise econômica e da pressão da desinformação. O novo contrato social pela informação exige o jornalismo como sistema perito, transparente e indispensável à democracia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6028**: resumos. Rio de Janeiro, 2003b. 2 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: informação e documentação: citação em documentos. Rio de Janeiro, 2002b. 7 p.

INSTITUTO LOCOMOTIVA; AGÊNCIA BRASIL. **Quase 90% dos brasileiros admitem ter acreditado em fake news**. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil>.





ebc.com.br/geral/noticia/2024-04/quase-90-dos-brasileiros-admitem-ter-acreditado-em-fake-news. Acesso em: 01 out. 2025.

ITO, L. Credibilidade jornalística em debate: Entre o ataque e a mimetização como estratégias de desinformação. **Revista Eco-Pós**, v. 27, n. 1, p. 406–427, 2024. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28054. Acesso em: 01 out. 2025.

MOREIRA, F. Apenas 4 em cada 10 brasileiros confiam em notícias. Como retomar a credibilidade? **InfoMoney**, 25 jun. 2025. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/colunistas/flavio-moreira/apenas-4-em-cada-10-brasileiros-confiam-em-noticias-como-retomar-a-credibilidade/>. Acesso em: 01 out. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. 2018. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 01 out. 2025.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). Armas de desinformação em massa. **Jornal da USP**, 14 jul. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atuais/armas-de-desinformacao-em-massa/>. Acesso em: 01 out. 2025.





UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). Relatório da OCDE mostra que brasileiros são os piores em identificar notícias falsas. **Jornal da USP**, 19 jul. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/relatorio-da-ocde-mostra-que-brasileiros-sao-os-piores-em-identificar-noticias-falsas/>. Acesso em: 01 out. 2025.





10º FÓRUM DE JORNALISMO

COMUNICAR É FAZER HISTÓRIA.

20 ANOS DO CURSO DE JORNALISMO

GT 02

Cultura, Sociedade e Mídia

Coordenadoras:

Profa. Ma. Jackeline da Silva Moura

Profa. Dra. Mayara Sousa Ferreira



FACULDADE RSÁ
Desenvolvendo com educação



ANÁLISE CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) PELA SÉRIE "PRA ONDE, BRASIL", DO PROFISSÃO REPÓRTER¹

João Mikael dos Santos LOPES²
Ruthy Manuella de Costa BRITO³
Universidade Estadual do Piauí

RESUMO

O trabalho analisa criticamente a representação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) na série "Pra onde, Brasil", destacando a importância da inclusão do jornalismo de soluções em pautas ambientais. Para isso, foram estabelecidos os objetivos específicos: investigar as estratégias narrativas e visuais utilizadas pela produção ao abordar problemas ambientais e esforços para alcançar as metas da ONU; e examinar como a série equilibra a exposição de problemas com a apresentação de soluções e iniciativas locais relacionadas aos ODS. O estudo utiliza Girardi (2012) e Loose (2015) para fundamentar o jornalismo ambiental, e Simões (2022) para o jornalismo de soluções. Como abordagem metodológica, foi empregada a análise de conteúdo para codificação dos episódios, juntamente com análise crítica. Como resultados,

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Estudante do 7º período de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: jmikaeldosantos1@aluno.uespi.br.

3. Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). Mestre em Comunicação. E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br.



foi apontado que a série “Pra onde, Brasil” é um grande aliado do jornalismo ambiental e dos ODS, tendo em vista o seu empenho em expor os desafios e apontar soluções.

Palavras-Chave: Desenvolvimento sustentável. Reportagem ambiental. Soluções locais.

INTRODUÇÃO

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

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

Como afirma Clóvis Cavalcanti, ações de sustentabilidade são a forma de se obterem continuamente condições





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

Nesse sentido, a partir da observação dos desafios que os ODS enfrentam para alcançar suas metas até 2030, o programa jornalístico da emissora Globo, Profissão Repórter, estreia a temporada de 2023 percorrendo cinco regiões do Brasil com a série especial Pra onde, Brasil. O objetivo do especial é visitar, em cada episódio, a realidade do Centro-Oeste, Norte, Sul, Sudeste e Nordeste, retratando os desafios e as medidas adotadas em cada local para que sejam alcançados os ODS relacionados à saúde pública, ao ecossistema e à economia.

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

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





série equilibra a exposição de problemas com a apresentação de soluções e iniciativas locais relacionadas aos ODS.

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

Dada a natureza exploratória do objetivo estabelecido, a pesquisa adotará uma abordagem metodológica que inclui análise de conteúdo, com a codificação dos episódios lançados no respectivos dias: 11/04/2023 (Centro-oeste), 18/04/2023 (Norte), 23/05/2023 (Sul), 30/05/2023 (Sudeste) e 06/06/2023 (Nordeste), para identificar temas, enquadramentos e estratégias de narrativa relacionados aos ODS. Também será desenvolvida uma análise crítica, com a aplicação de teorias de crítica da mídia e jornalismo ambiental para interpretar os resultados da análise.

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





1. JORNALISMO AMBIENTAL E O COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

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

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

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





Bacchetta (2000) complementa que, para um jornalismo especializado na questão ambiental, é necessário fomentar a propagação de temáticas complexas, desenvolvendo uma visão sistêmica das relações entre meio ambiente, política, social, cultura e ética.

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

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

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





destaque midiático centrado na sustentabilidade fomenta o ponto de vista sistêmico e opinativo dos cidadãos.

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

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

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

Partindo dessa pontuação, essa capacidade de empoderamento através de dados conceituados fomenta mudança de perspectivas que podem estar sendo vistas de sem um conhecimento aprofundado ou invisibilizado. Diante desse princípio, pode-se fazer uma conexão da função social do jornalismo ambiental aliado aos desafios globais representados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), explanando





especificamente o 15° objetivo, centrado na Vida Terrestre , onde de acordo com a ONU Brasil busca “reforçar o apoio global para os esforços de combate à caça ilegal e ao tráfico de espécies protegidas, inclusive por meio do aumento da capacidade das comunidades locais para buscar oportunidades de subsistência sustentável”.

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

2. JORNALISMO DE SOLUÇÕES E A COBERTURA DE INICIATIVAS LOCAIS

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

A notícia se concentra no que está dando errado no mundo, mostrando problemas, mas muitas vezes omitindo respostas que





mostram resultados. Este modelo de feedback negativo não tem intenção, mas sérias consequências para a sociedade. A Rede de Jornalismo de Soluções (SJN) aborda isso, espalhando uma nova abordagem inovadora de jornalismo de soluções em busca de reverter esse cenário surge o jornalismo de soluções (*Solutions Journalism Network*, 2015).

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

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

É necessário entender que o JS, não pode ser reduzido ao conceito de um canal informativo que explana notícia positivas, o meio contribui para excelência do jornalismo e promove a inclusão dos cidadãos, segundo o autor Simões





(2022): “É uma alternativa que promete melhorar a qualidade do jornalismo e ajudá-lo a sair de uma crise que parece não ter fim, pois vai além do simples relato de problemas, foca no detalhamento das soluções e promove o engajamento da audiência.”

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

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

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





levaram a mudanças significativas (*Solutions Journalism Network*, 2025).

Portanto, ambos centram-se na resolução da ausência de moradias e mudanças climáticas, equilibrando a exposição de problemas e demonstrando perspectivas de conversão. O jornalismo de soluções, ao ter o discurso centrado na propagação de narrativas solutivas, pode dar visibilidade à realidade local e regional que as metas dos ODS buscam mudar para melhor.

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

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

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





3. OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) E A SÉRIE PRA ONDE, BRASIL, DO PROFISSÃO REPÓRTER

O programa dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, após um longo processo de articulações e negociações, foi iniciado oficialmente em setembro de 2015. Segundo as Nações Unidas do Brasil, as ODS “são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade”.

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

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





junto com o poder público e instituições estão adotando para atingir as metas.

Através disso, o Profissão Repórter produziu cinco episódios, com narrativas centradas respectivamente no Centro Oeste, Norte, Sul, Sudeste e Nordeste. Em cada local, é retratado algumas duras realidades que a localidade enfrenta, tendo como base os ODS, reportando os esforços do Brasil para atingir as metas das Nações Unidas. Como critério de análise de cada episódio, será identificado a narrativa jornalística, identificando como os ODS são apresentados, os recursos audiovisuais postos, relação entre reportagem e ODS, mencionando a sua conexão com os temas abordados, fontes e perspectivas apresentadas e como é feito a exposição de problemas e soluções

3.1. Centro-oeste

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

A série durante o seu episódio destaca a riqueza ambiental em torno da região, que possui áreas extensas de unidades ambientais, além de ser a residência de diversos povos originários. Entretanto, a preservação dos pontos possui desafios, devido a atuação de garimpos, que contaminam o solo, a água e ameaça os indígenas, além do massivo





desmatamento ilegal de diversas áreas ambientais, para a comercialização da madeira e transformação do locais em pastagem para a criação de gados. A utilização de recursos visuais como mapas da extensão da região e imagens aéreas para visualização do impacto dos locais desmatados permitem que o telespectador entenda as dimensões das áreas afetadas, o que desencadeia em um discurso alarmista sobre a situação.

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

Partindo deste cenário, as metas dos ODS que podem ser elencadas com esse cenário retratos, são especificamente a 8ª- trabalho decente e crescimento econômico, que busca promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos, tendo em vista que nitidamente a narrativa, textos e imagens apontam que a população, em grande parte, não deseja se submeter a serviços tão danosos para o ecossistema e para os mesmos, devido os riscos de trabalho especialmente em garimpos. Nessa perspectiva, é salientado que há uma ausência de políticas públicas que busquem incluir esses cidadãos em outros campos.

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





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

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

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

3.2. Norte

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

Com destino no Arquipélago do Bailique, a reportagem evidencia os vários problemas enfrentados pelos moradores da região, principalmente na ausência de saneamento básico, negligências governamentais, falta de energia e como esses pilares afetam o desenvolvimento econômico, social e comunicacional da população. Com uma construção visual





que permite uma imersão do telespectador nesses pontos, há gravações no período noturno que ressaltam a realidade dos moradores, além de registros de resíduos prejudiciais à saúde expostos sobre a água que é utilizada para o consumo.

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

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

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

Buscando apresentar caminhos que podem contribuir para o combate das problemáticas da região Norte, são





divulgados relatos de iniciativas que foram responsáveis pela melhoria da sua comunidade, como uma cooperativa de colheita sustentável de açaí, a atuação de uma empresa social em Macapá que fornece água tratada para pessoas que se encontram em vulnerabilidade e insalubridade, e iniciativas de populares que fazem reciclagem do lixo descartado em lagos. Como argumentado na base teórica, o compartilhamento de relatos nessa vertente pode fomentar uma maior participação de órgãos e cidadãos em meio a problemáticas. Vai além do simples relato de problemas, foca no detalhamento das soluções e promove o engajamento da audiência.

3.3. Sul

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

Inicialmente, é destacado como a região tem uma grande incidência de casos de câncer de pele, em destaque Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Como forma de fomentar essa realidade do Sul, recorre-se a dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Câncer (INCA), onde foi exposto que, na região, para cada 100 mil habitantes, são registrados 150 casos de câncer de pele, uma taxa quase 50% maior do que a média nacional. Tais números reforçam a importância da atuação do episódio no local, tendo em vista que, para ser atingidas as metas da ONU, relacionadas ao bem-estar, o Brasil teria que reduzir em $\frac{1}{3}$ a letalidade de doenças não transmissíveis, como o câncer.





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

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

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

Entre os episódios já analisados, este se faz com menos apresentações de soluções para os pontos. Contudo, uma forma de promover iniciativas locais relacionadas aos ODS e de amparo, está com divulgação do Instituto Camaleão, que tem como objetivo produzir próteses gratuitas para pacien-





tes que tiveram partes do corpo mutiladas devido ao câncer, devolvendo a autoestima e tornando a peça funcional para o corpo, juntamente com a conscientização massiva dos fatores causadores de câncer de pele.

3.4. Sudeste

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

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

Para entender os desafios enfrentados na região para que os ODS sejam atingidos, o episódio percorre a região em busca de moradores das cidades e comunidades quilombolas que tiveram sua vida afetada pelo rompimento das barragens. Sua principal estratégia narrativa é, notavelmente, apontar como era a vida dessas pessoas antes, durante e após o ocorrido. A partir disso, é desencadeado um discurso alarmista sobre





os perigos diante da negligência estrutural e fiscalizadora em projetos de barragem. A utilização de acervo de imagens feitas pelo próprio programa na época do rompimento das barragens é responsável por recapitular o ocorrido e fazer com que o telespectador entenda os impactos avassaladores no Sudeste.

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

Em meio aos impactos e problemas expostos, é relatado projetos e iniciativas que em torno das diversidades, estão ativamente buscando resoluções e direitos para a sua comunidade. Uma das ações positivas no sudeste é o Projeto Piloto, que tem como missão trazer seguridade alimentar e ser uma alternativa de renda. O projeto tem apoio, mesmo que às vezes falho, do Instituto Federal do Espírito Santo, como uma tentativa de reparação, já que o rio ficou inviável para o uso.

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





do que em outros locais atingidos pelo rompimento, o que fomenta a formação de associações como essa para o público.

3.5. Nordeste

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

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

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

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





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

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

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

4. Considerações

Assim, evidencia-se que a série "Pra Onde, Brasil", ao longo de seus cinco episódios, se consolida como um instrumento comunicacional e social de suma importância para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos pela ONU. Durante sua construção narrativa, o programa busca conscientizar o corpo social e o poder público





sobre as medidas que podem ser adotadas para mudar realidades árduas, como o desmatamento, a pobreza, a insegurança alimentar e a falta de dignidade trabalhista.

Tendo em vista a análise e codificação dos episódios, a série vai além da crítica e exposição de problemas, o protagonismo dos cidadãos e de projetos eficazes diante dos desafios fomenta a necessidade de uma comunicação que também aponte uma diversidade de perspectivas e soluções.

Em meio aos desafios e problemáticas na sociedade, o jornalismo de soluções se apresenta como uma alternativa de fortalecimento e legitimação do jornalismo ambiental. Entretanto, é preciso que haja uma vasta gama de estudos científicos e práticas sobre essa vertente, uma vez que é notável o baixo número de produções que têm o jornalismo de soluções como ponto de partida.

REFERÊNCIAS

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

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

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





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

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

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

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

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

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



REALITY SHOWS E INDÚSTRIA CULTURAL: O BIG BROTHER BRASIL E SEUS PERSONAGENS COMO FORMADOR DE CONSUMO E ESTILO DE VIDA¹

Márcio Ryan de Moraes Neri²
Jaqueline da Silva Torres Cardoso³
Universidade Estadual do Piauí

RESUMO:

Este presente artigo busca identificar de que forma participantes do BBB se transformam em influenciadores de consumo e estilos de vida do público brasileiro. A metodologia emprega uma abordagem qualitativa baseada em análise de conteúdo, realizando uma análise documental de postagens em redes sociais e campanhas publicitárias envolvendo os participantes estudados. Os resultados demonstram que a indústria cultural, ao padronizar o consumo e moldar comportamentos através de "espetáculos de tecnocultura", transforma os participantes do BBB em influenciadores digitais e ícones de estilo. Casos como o "Efeito Manu Gavassi" e o fenômeno de consumo impulsionado por Juliette Freire, que resultou no esgotamento imediato de produtos associados à sua imagem e em faturamento milionário para marcas,

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Graduando do 3º período do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí – Campus Professor Barros Araújo (Picos). E-mail: marcioneri@aluno.uespi.br.

3. Professora Adjunta II do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí – Campus Professor Barros Araújo (Picos). Doutora em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. E-mail: jaquelinesilva@pcs.uespi.br.



comprovam a capacidade do programa de ditar tendências e impulsionar o mercado. Conclui-se que o Big Brother Brasil opera como um "show de consumo", onde a vida dos participantes se torna uma vitrine que estabelece o que é desejável no mercado globalizado, consolidando-os como agentes ativos na propulsão do consumo.

Palavras-chave: BBB. Influenciador. Consumo. indústria cultural. reality show.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea caracteriza-se por uma profunda imersão em fluxos contínuos de informação e entretenimento, sendo significativamente moldada pela cultura da mídia. Nesse contexto, as novas multimídias, as quais sintetizam as formas de rádio, filme, noticiário televisivo e entretenimento e a ascensão do ciberespaço consolidam-se como “espetáculos de tecnocultura”. Tais espetáculos geram múltiplos sítios de informação e entretenimento, ao mesmo tempo em que intensificam a natureza espetacular da própria cultura midiática (Kellner, 2004).

Kellner (2004) enfatiza que, com a transição para um novo milênio, a mídia assume um papel central na vida cotidiana. Sob a influência de uma cultura imagética multimídia, os espetáculos sedutores fascinam e envolvem o público na “semiótica de um mundo novo de entretenimento, informação e consumo, que influencia profundamente o pensamento e a ação”. A complexidade dessa influência ecoa nas palavras de Debord, que destaca como, quando o mundo real se transforma em simples imagens, essas imagens, por sua vez, adquirem





o estatuto de seres reais e se tornam motivações eficientes para um comportamento hipnótico (Kellner, 2004). Consequentemente, ele diz que a experiência e a vida cotidianas são continuamente moldadas e mediadas pelos espetáculos da cultura da mídia e pela sociedade de consumo.

Dentro desse panorama, a indústria cultural emerge como um fenômeno de vastas proporções, exercendo um poder substancial sobre a formação de identidades e a padronização de comportamentos. Adorno (2002, p. 71) elucida que:

Infalivelmente, cada manifestação particular da indústria cultural reproduz os homens como aquilo que foi já produzido por toda a indústria cultural. Todos os seus agentes, desde o produtor até as associações femininas, estão atentos para impedir que a simples reprodução do espírito não conduza à sua ampliação.

Essa afirmação sublinha que todos os elementos e agentes desse sistema operam para assegurar que a reprodução do espírito não resulte em sua ampliação, mantendo um controle sobre o conteúdo veiculado e, subsequentemente, sobre o que é absorvido pela sociedade. O impacto é tão abrangente que, nas palavras de Adorno (2002, p. 71), “o mundo inteiro é forçado a passar pelo crivo da indústria cultural”, evidenciando a onipresença e a força desse sistema. Verbicaro e Soares (2017) complementam essa perspectiva, afirmando que a técnica, nesse contexto, transcende sua função original e se converte em “psicotécnica, em artifícios de manipulação típicos da aparência fetichista das sociedades de massas”, culminando na conformação dos indivíduos ao que o sistema os obriga a ser.





Nesse cenário de profunda interconexão entre mídia, entretenimento e consumo, os reality shows destacam-se como produtos da indústria cultural com considerável capacidade de reverberação social. O programa Big Brother Brasil (BBB), em particular, consolidou-se como um dos fenômenos mais emblemáticos da televisão brasileira, cativando a atenção de milhões de espectadores e elevando os participantes ao status de celebridades. Este estudo propõe-se a investigar a influência desse programa na formação de padrões de consumo e estilo de vida de seu público, com foco na ascensão de personagens como Manu Gavassi e Juliette.

Considerando a premissa de que a indústria cultural atua na reprodução de comportamentos e na ditadura de tendências, o problema de pesquisa deste artigo questiona: De que forma o Big Brother Brasil, enquanto produto da indústria cultural, influencia diretamente os padrões de consumo e comportamento do público através da exposição e consagração de participantes como Manu Gavassi e Juliette?

Diante dessa indagação, o objetivo é analisar como a indústria cultural utiliza o Big Brother Brasil como meio de reprodução de padrões de consumo e comportamento, a partir da consagração midiática de seus participantes. Para alcançar esse objetivo, serão perseguidos os seguintes objetivos específicos: compreender os conceitos de indústria cultural e cultura de massa; identificar como os participantes do BBB são transformados em influenciadores e produtos midiáticos; analisar comportamentos de moda e tendências associadas aos ex-BBBs como Manu Gavassi e Juliette.

A relevância deste estudo reside na compreensão de como a exposição de indivíduos na televisão pode transcender a esfera do entretenimento e moldar aspectos centrais da vida cotidiana, como o consumo e o estilo de vida. Verbicaro e





Soares (2017, p. 116) observam que:

Os padrões de vida, sucesso e beleza apresentados nas revistas e no cinema, nutrem-se da secreta satisfação de dispensar o esforço pela individuação, substituindo-o pelo esforço da imitação. Nesse sentido, a unicidade da subjetividade, bem como a liberdade e a autonomia individual não passam de um discurso retórico.

Isso demonstra que a aparente unicidade da subjetividade, liberdade e autonomia individual pode configurar-se como um discurso retórico, uma vez que a substituição “imposta” do individual pelo padrão estereotipado pode tornar-se insuportável para aqueles que não conseguem alcançar o modelo artificial projetado pela indústria cultural, gerando frustração e infelicidade (Verbicaro e Soares, 2017).

A metodologia empregada será de abordagem qualitativa, fundamentada na análise de conteúdo. No entanto, será realizada uma análise documental de postagens em redes sociais e campanhas publicitárias que envolvam os participantes estudados, buscando identificar e interpretar os impactos da consagração midiática dos ex-BBBs nos padrões de consumo e comportamento do público brasileiro.

1 PRODUÇÃO, CONSUMO E ALIENAÇÃO SOCIAL: INDÚSTRIA CULTURAL MOLDANDO COMPORTAMENTOS

A indústria cultural, termo cunhado por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, refere-se ao sistema de produção e distribuição de bens culturais em larga escala, seguindo a





lógica do mercado. Diferente de uma produção artística autônoma, os produtos da indústria cultural são concebidos com o objetivo primordial de serem consumidos massivamente, transformando a cultura em uma mercadoria. Essa característica não apenas padroniza o que é ofertado, mas também molda o modo como as pessoas interagem com esses bens e, por extensão, com o mundo.

Nesse cenário, o consumo desses produtos acontece muitas vezes de forma desatenta, quase automática, mas o que parece um mero lazer está intrinsecamente ligado a um sistema econômico complexo. Como aponta Adorno (2002, p. 10):

Os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração. Mas cada um destes é um modelo do gigantesco mecanismo econômico que desde o início mantém tudo sob pressão, tanto no trabalho quanto no lazer, que tanto se assemelha ao trabalho.

Essa constatação revela que o lazer proporcionado pela indústria cultural é, em sua essência, uma extensão da lógica do trabalho, reproduzindo a mesma pressão e mecanização que se encontram na esfera produtiva. A cultura, neste contexto, assume um caráter paradoxal, pois, embora sujeita à lei da troca, torna-se quase intragável, e seu uso tão cego que não permite mais a utilização em seu sentido pleno (Adorno, 2002). Tal paradoxo se funde com a propaganda, que se torna cada vez mais onipotente à medida que sua aparente irracionalidade aumenta, mascarando uma concorrência que é apenas superficial (ADORNO, 2002).





A cultura de massa emerge como um subproduto e, ao mesmo tempo, um motor da indústria cultural. Ela se caracteriza pela homogeneização dos conteúdos e pela sua difusão em larga escala, visando atingir o maior número possível de indivíduos. Ao invés de promover a diversidade e a crítica, a cultura de massa tende a simplificar complexidades e a reforçar o *status quo*. Nesse processo, as necessidades de consumo são artificialmente criadas, não em resposta a carências reais, mas a critérios de mercado. Verbicaro e Soares (2017, p. 113) destacam que a criação de necessidades “acaba por impor predileções e forjar padrões de comportamento uniformes, neutralizando o potencial crítico do indivíduo”.

A indústria cultural, portanto, opera como um mecanismo psicotécnico de manipulação das massas, dissolvendo a oposição entre cultura e mercado e intensificando seu uso como ferramenta de controle social (Verbicaro e Soares, 2017). Ao continuamente prometer algo e privar seus consumidores do que lhes é prometido, a indústria cultural estabelece um ciclo de desejo e insatisfação. Adorno (2002, p. 21) descreve esse ciclo como um “assalto ao prazer” que é “indefinidamente prorrogado”:

A indústria cultural continuamente priva seus consumidores do que continuamente lhes promete. O assalto ao prazer que ação e apresentação emitem é indefinidamente prorrogado: a promessa a que na realidade o espetáculo se reduz, malignamente significa que não se chega ao quid, que o hóspede há de se contentar com a leitura do menu. Ao desejo suscitado por todos os nomes e imagens esplêndidos serve-se, em suma, apenas o elogio da opaca rotina da qual se queria escapar.





Isso significa que, apesar do fascínio gerado por imagens e promessas, o que se obtém é apenas a reafirmação da rotina da qual se almejava fugir. A experiência humana, nesse contexto, torna-se esvaziada de sentido e marcada pela repetição. Verbicaro e Soares (2017) aprofundam essa ideia, afirmando que nessa realidade de aparência e mecanização, “dá-se uma total inversão da ideia de tempo como terreno do desenvolvimento humano”. O tempo não é mais visto como um espaço de construção e criação livre, mas como “uma instância infinita de instantes iguais que se equivalem, uma medida meramente quantitativa de horas que se esvaem no cronômetro”. O indivíduo é nulificado por esse tempo, tornando-se um sujeito historicamente condenado por um determinismo inexorável.

Além de moldar o consumo e a percepção do tempo, a indústria cultural também desempenha um papel crucial na consolidação das ideologias dominantes. Ao favorecer o mercado de consumo global de acordo com os interesses dos detentores dos meios de produção, ela forja o que Verbicaro e Soares (2017) chamam de “sujeitos genéricos”. Isso cria uma vulnerabilidade transnacional, sob o pretexto de simplificar conflitos e contradições sociais.

Essa dinâmica gera um imperativo social onde a não participação ou a resistência aos padrões de consumo ditados pela indústria cultural pode levar à marginalização. Verbicaro e Soares (2017) argumentam que “aquele que não participa ativamente da sociedade da informação e não cede às pressões psicológicas desse novo modelo consumista estaria fadado à marginalidade e à exclusão econômica”. Isso transforma o consumidor global em alguém em constante autoproteção, “vítima de uma espécie de bullying social e econômico”.

Em suma, a indústria cultural e a cultura de massa





operam em conjunto para moldar os comportamentos do público. Elas criam e impõem padrões de consumo, homogeneizam gostos e estilos de vida, e, em última instância, contribuem para a alienação social, limitando o potencial crítico do indivíduo e perpetuando um ciclo de desejo e insatisfação ditado pela lógica do mercado.

2 POR DENTRO DOS REALITYS SHOWS: O ESPETÁCULO DO CONSUMO

A ascensão dos reality shows no cenário midiático contemporâneo não podem ser compreendida apenas como uma forma de entretenimento; ela se configura como um verdadeiro espetáculo do consumo, onde a vida cotidiana dos participantes se torna uma vitrine para produtos, estilos de vida e tendências. Em um novo milênio, a mídia intensificou seu papel na vida diária, e sob a influência de uma cultura imagética multimídia, os espetáculos sedutores cativam a sociedade de consumo (Kellner, 2004). O autor ressalta que essa imersão ocorre de tal forma que o público é envolvido na “semiótica de um mundo novo de entretenimento, informação e consumo, que influencia profundamente o pensamento e a ação” (Kellner, 2004). A própria realidade se confunde com as imagens, que ganham autonomia e se tornam eficazes motivadores de comportamento, conforme a perspectiva de Debord (Kellner, 2004).

Dentro dos reality shows, essa dinâmica se intensifica. A estrutura desses programas, especialmente no caso do Big Brother Brasil (BBB), é desenhada para criar conteúdos dinâmicos que não apenas prendem a atenção do público, mas também potencializam o consumo. O capitalismo, como observa Kellner (2004), mostra-se "mais poderoso





do que nunca", e a mídia, em conjunto com a sociedade de consumo, "continuam a se reproduzir através do espetáculo". Isso significa que cada ação, cada ambiente e cada interação dentro de casa são passíveis de se transformar em gatilhos para o consumo.

A intersecção entre o entretenimento televisivo e a lógica capitalista fica evidente na forma como Kellner (2004, p. 12) descreve o cenário atual:

O capitalismo está hoje mais poderoso do que nunca, que a mídia e a sociedade de consumo continuam a se reproduzir através do espetáculo, e que uma sociedade de mercado floresce a partir das vicissitudes do espetáculo e das oscilações das várias corporações, personalidades e celebridades.

Essa citação destaca a íntima relação entre o poder do capitalismo, a reprodução da mídia via espetáculo e o florescimento de uma sociedade de mercado impulsionada por figuras públicas. As dinâmicas do BBB são exemplares de como o entretenimento se cruza com essa lógica mercadológica, gerando visibilidade e impulsionando tendências. Provas como a Prova do Líder e a Prova do Anjo não são apenas desafios que definem o poder dentro do jogo; elas frequentemente expõem marcas patrocinadoras de forma proeminente, integrando produtos ao cotidiano dos participantes e, por extensão, ao imaginário do público. O Bate e Volta e o Paredão, momentos de alta tensão e engajamento, também amplificam a exposição dos participantes e de seus estilos, gerando debates e identificação fora da casa.

A constante exposição dos participantes, suas escolhas de vestuário, maquiagem, acessórios e até mesmo seus hábitos





diários, transformam o programa em uma vasta plataforma de marketing de influência. As marcas aproveitam a visibilidade gerada por essas dinâmicas para associar seus produtos aos participantes, que, ao se tornarem celebridades, influenciam diretamente o consumo.

Assim, os reality shows, com suas dinâmicas cuidadosamente planejadas e sua capacidade de transformar vidas em espetáculos, funcionam como um poderoso motor de consumo. Eles não apenas refletem a sociedade de consumo, mas também a impulsionam, criando um ambiente onde a influência e a visibilidade dos participantes se traduzem diretamente em tendências de mercado.

3 IMAGENS MIDIÁTICAS: ESTRELAS QUE IMPULSIONAM O MERCADO

A televisão, desde sua emergência na década de 1940, tem sido um veículo fundamental para a promoção do consumo. Kellner (2004, p. 9) destaca que ela consistentemente "tem promovido o espetáculo de consumo, vendendo carros, moda, utilidades domésticas e outras mercadorias que acompanham o estilo de vida e os valores do consumidor". Essa capacidade de vincular produtos a aspirações e valores sociais foi aprimorada ao longo do tempo, culminando na figura central da celebridade e do influenciador digital na contemporaneidade.

O ambiente midiático atual é, de fato, um culto à celebridade. Essas figuras, que podem ascender de diversas esferas sociais do entretenimento à política, dos esportes aos negócios tornam-se os principais padrões e ícones de moda, visual e personalidade para o público (Kellner, 2004). No universo dos reality shows, como o *Big Brother Brasil*, a





transição de participantes anônimos para estrelas midiáticas é um fenômeno notável. Eles não apenas ganham fama, mas se transformam em influenciadores, capazes de ditar tendências e impulsionar mercados.

O poder de influência dessas imagens midiáticas é imenso e estratégico para o comércio em escala mundial. Verbicaro e Soares (2017, p. 118) salientam que "o comércio em escala mundial se despersonaliza e que os grandes grupos econômicos multinacionais desenvolveram ferramentas para forjar necessidades de consumo globais, estimular e vincular psicologicamente o consumidor a adquirir novos bens de consumo". Essa habilidade é aprimorada pela indústria cultural, que opera para moldar gostos, predileções, senso estético e o próprio modelo ideal de qualidade de vida e realização pessoal do consumidor no cenário globalizado.

A eficácia dessa estratégia é tal que a penetração dessa abordagem transnacional não faz distinção entre países ocidentais e orientais, desenvolvidos ou subdesenvolvidos, ou entre economias liberais e intervencionistas, gerando um "verdadeiro diálogo universal" (Verbicaro e Soares, 2017). No contexto dos reality shows, isso se manifesta na forma como os participantes, ao se tornarem celebridades, são utilizados como plataformas para a promoção de produtos e marcas. Eles endossam itens de vestuário, maquiagem, produtos de beleza, e até mesmo comportamentos, que rapidamente se tornam desejáveis para uma vasta audiência.

As influenciadoras, como as ex-BBBs Manu Gavassi e Juliette, exemplificam essa dinâmica. Suas trajetórias pós-programa demonstram como a exposição massiva e a construção de uma imagem carismática dentro do reality podem ser capitalizadas. Marcas buscam associar seus produtos a essas personalidades, cientes do poder de arrasto que





elas exercem sobre seus seguidores. O que vestem, usam e recomendam é replicado por milhões de fãs, transformando o consumo em um ato de identificação e pertencimento a uma tribo ou estilo de vida ditado por essas "estrelas". Desse modo, as imagens midiáticas dessas figuras não são apenas ícones de entretenimento, mas agentes ativos na propulsão do mercado de consumo.

4 REALITY SHOWS E O BIG BROTHER BRASIL COMO PRODUTOS MIDIÁTICOS

A análise dos reality shows, em especial o *Big Brother Brasil* (BBB), revela que esses programas transcendem a mera função de entretenimento, estabelecendo-se como complexos produtos midiáticos com significativo poder de influência sobre o consumo e os padrões de comportamento da sociedade. A moda, historicamente um aspecto central do espetáculo, encontra nesses programas um terreno fértil para sua manifestação e comercialização. Kellner (2004, p. 9) observa que "Os designers de moda são celebridades, como foi recentemente Gianni Versace: seu assassinato por um ex-amante homossexual em 1997 transformou-se no principal espetáculo daquela temporada." Isso demonstra a simbiose entre moda, celebridade e espetáculo, onde os próprios produtores e modelos se tornam produtos atraentes da indústria cultural, unindo diversos mundos em seus desfiles e lojas (Kellner, 2004).

No contexto atual, a moda é indiscutivelmente um espetáculo de consumo, caracterizado por "shows com raios laser, a participação de personalidades do rock e da música popular e de superestrelas, e, também, grande divulgação a cada nova estação, geram desfiles altamente elaborados e





espetaculares" (Kellner, 2004, p. 9). Essa descrição, embora se refira a desfiles de moda tradicionais, ecoa a forma como os reality shows, em particular o BBB, promovem a moda e o estilo. As estrelas da indústria do entretenimento se tornam ícones da moda e modelos de imitação e de concorrência (Kellner, 2004). Na cultura da imagem pós-moderna, o estilo e o visual adquirem uma importância crescente na construção da identidade e na apresentação do indivíduo na vida cotidiana, e os espetáculos da cultura da mídia "mostram e dizem às pessoas como devem se apresentar e se comportar" (Kellner, 2004, p. 9).

O BBB, ao expor seus participantes 24 horas por dia, oferece uma plataforma inigualável para a observação e a imitação de comportamentos, tendências e, sobretudo, de consumo. A escolha dos participantes, muitas vezes, não se limita ao perfil para o confinamento, mas considera seu potencial de se tornarem celebridades e, conseqüentemente, influenciadores digitais. Esses indivíduos, ao ganharem projeção nacional, são rapidamente cooptados por marcas que buscam alavancar vendas através de suas imagens e popularidade.

4.1 A Influência Midiática de Manu Gavassi e Juliette no Consumo

Os casos de Manu Gavassi e Juliette Freire ilustram de forma contundente o poder do BBB como catalisador de influência e consumo. Ambas as participantes, cada uma à sua maneira, utilizaram a plataforma do programa para solidificar suas imagens e, subsequentemente, impulsionar o mercado.

Apesar de sua participação no BBB 20 ter ocorrido no ano de 2020, o "EFEITO MANU GAVASSI" demonstra a longevidade e a profundidade de seu impacto. Seus vídeos e



estratégias de comunicação no programa continuam sendo uma referência significativa, não apenas para novos participantes, mas para o público em geral. A autenticidade e o estilo de Manu Gavassi no confinamento ressoam profundamente, transcendendo as telas e inspirando tendências de moda, maquiagem e até mesmo posicionamentos.

Sua influência duradoura sublinha como a construção de uma narrativa envolvente dentro de um reality show pode gerar um engajamento prolongado, transformando a participante em um ícone de estilo para uma geração. Essa identificação leva o público a buscar replicar seu visual e, conseqüentemente, seu consumo, validando a premissa de que "o espetáculo da mídia é, realmente, um culto à celebridade, que proporciona os principais padrões e ícones da moda, do visual e da personalidade" (Kellner, 2004, p. 7).

Imagem 1: Efeito Manu Gavassi



Fonte: Popline. Disponível em: [Instagram](#) Acesso: 01 jun. 2025.

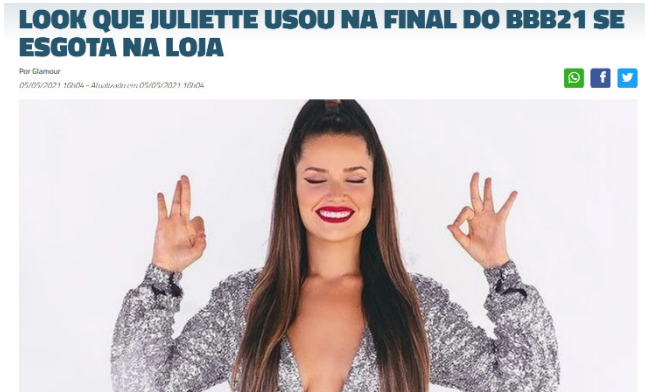
O caso de Juliette Freire, vencedora do BBB21, é um exemplo ainda mais notável da correlação direta entre exposição televisiva e consumo massivo. Sua trajetória no





programa a elevou ao patamar de um fenômeno cultural, e sua popularidade se traduziu em um poder de compra e influência sem precedentes no mercado.

Imagem 2: Look que Juliette usou na final do BBB21 se esgota na loja



Fonte: Já é Notícia, disponível em: [Look que Juliette usou na final do BBB21 se esgota na loja - Já é notícia](#) Acesso: 01 jun. 2025.

A notícia de que o "LOOK QUE JULIETTE USOU NA FINAL DO BBB21 SE ESGOTA NA LOJA" ilustra a velocidade e a escala com que produtos associados à sua imagem são rapidamente esgotados. O impacto de Juliette no consumo é multifacetado, abrangendo desde peças de vestuário até acessórios. A repercussão do "Vestido de Juliette avaliado em quase R\$ 3 mil se esgota em menos de 24 horas"⁴, demonstra o poder imediato de sua validação. Esse fenômeno reitera que "Na moda de hoje, indiscutivelmente um espetáculo de consumo, os shows [...] geram desfiles altamente elaborados e espetaculares" (Kellner, 2004, p. 9), e,

4. Disponível em: <https://contigo.com.br/noticias/bbb/e-o-poder-vestido-de-juliette-avaliado-em-quase-r-3-mil-se-esgota-em-menos-de-24-horas.phtml>. Acesso: 01 jun. 2025.





nesse caso, o reality show se torna o próprio palco para esse desfile cotidiano de tendências.

Além da venda de peças específicas, a influência de Juliette gerou um impacto financeiro direto e substancial para as marcas com as quais se associou. A notícia "Após vestir a ex-BBB Juliette, Amarante fatura 15 milhões em seis meses"⁵ evidencia o quão lucrativa pode ser a parceria com um influenciador de grande alcance. A aparição da ex-BBB com um vestido da marca Amarante resultou no esgotamento imediato das vendas da peça em poucas horas, culminando em um faturamento milionário em um curto período.

Portanto, o Big Brother Brasil e outros reality shows, ao selecionarem e catapultarem indivíduos ao status de celebridades e influenciadores digitais, atuam como plataformas eficazes para a indústria cultural. Eles não apenas oferecem entretenimento, mas promovem um "show de consumo" (Kellner, 2004), onde a moda e o estilo dos participantes se tornam parâmetros que estabelecem o que é válido e desejável no "agitado mundo dos estilos e das tendências" (Kellner, 2004, p. 9). Desse modo, o programa se configura como um produto midiático multifacetado, onde a vida em confinamento serve como um palco para a formação de influenciadores e, conseqüentemente, para o impulsionamento das vendas e a validação de marcas no mercado globalizado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a influência da indústria cultural, em particular dos reality shows como o Big Brother Brasil (BBB), na formação de padrões de consumo e

5. Disponível em: <https://exame.com/casual/apos-vestir-a-ex-bbb-juliette-amarante-fatura-15-milhoes-em-seis-meses/>. Acesso: 01 jun. 2025.





comportamento do público, a partir da consagração midiática de seus participantes. A questão central investigou de que forma o *BBB* molda diretamente esses padrões através da exposição e elevação de figuras como Manu Gavassi e Juliette.

Os resultados obtidos demonstram de forma contundente que o *BBB* transcende a mera função de entretenimento, atuando como uma plataforma estratégica para a indústria cultural. Foi observado que os participantes do programa são catapultados ao status de celebridades e influenciadores digitais, tornando-se veículos eficazes para a promoção de produtos e marcas. A análise revelou que o que é consumido e recomendado por essas personalidades é replicado por milhões de fãs, transformando o consumo em um ato de identificação e pertencimento a um estilo de vida ditado por essas "estrelas".

As evidências apresentadas, especialmente nos casos de Manu Gavassi e Juliette Freire, reforçam a hipótese de que a exposição televisiva tem uma correlação direta com o consumo massivo. O "Efeito Manu Gavassi" ilustra a longevidade da influência gerada pela construção de uma narrativa envolvente dentro do reality. Já o fenômeno de Juliette Freire, com o rápido esgotamento de peças de vestuário e o impacto financeiro em marcas como a Amarante, sublinha o poder imediato de validação de produtos e a transformação da moda em um espetáculo de consumo cotidiano.

As implicações teóricas deste trabalho residem no aprofundamento da compreensão sobre como a indústria cultural, por meio dos reality shows, reforça o controle social e a homogeneização de gostos e estilos de vida, limitando o potencial crítico do indivíduo e perpetuando um ciclo de desejo e insatisfação. A pesquisa contribui ao evidenciar a transformação da vida confinada em um palco para a formação





de influenciadores e o impulsionamento do mercado globalizado, caracterizando o BBB como um "show de consumo".

Para futuras direções de pesquisa, sugere-se a investigação aprofundada dos impactos psicológicos de longo prazo da exposição contínua a esses "modelos" de vida e consumo na saúde mental dos espectadores. Além disso, estudos comparativos com outros reality shows em diferentes contextos culturais poderiam oferecer uma perspectiva mais ampla sobre as dinâmicas da indústria cultural e da sociedade de consumo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor Wiesengrund. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CONTIGO. É o poder! vestido de Juliette avaliado em quase R\$ 3 mil se esgota em menos de 24 horas. [S. l.]: Redação Contigo, 14 jun. 2021. Disponível em: <https://contigo.com.br/noticias/bbb/e-o-poder-vestido-de-juliette-avaliado-em-quase-r-3-mil-se-esgota-em-menos-de-24-horas.phtml>

GLAMOUR (ed.). Look que Juliette usou na final do BBB21 se esgota na loja. [S. l.], 5 maio 2021. Disponível em: <https://www.jaenoticia.com.br/noticias/2021/05/05/84432-look-que-juliette-usou-na-final-do-bbb21-se-esgota-na-loja>. Acesso em: 1 jun. 2025.

GRANDE RIO FM. Influenciadora: tênis de R\$ 599 usado por Juliette esgota em minutos. [S. l.], 10 maio 2021. Disponível em: <https://granderiofm.com.br/influenciadora-tenis-de-r-599-usado-por-juliette-esgota-em-minutos/>. Acesso em: 1 jun. 2025.





KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. v.6, n.11. Líbero, São Paulo, v, 6, n. 11, 2004.

POPLINE. Efeito Manu Gavassi: Vídeos da artista continuam sendo referencia para a galera do BBB mesmo após 5 anos, veja!. [S. l.], 13 jan. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DExNp15xk9I/>. Acesso em: 1 jun. 2025.

STORCH, Julia. Após vestir a ex-BBB Juliette, Amarante fatura R\$ 15 milhões em seis meses. [S. l.]: Casual, 12 jan. 2022. Disponível em: <https://exame.com/casual/apos-vestir-a-ex-bbb-juliette-amarante-fatura-15-milhoes-em-seis-meses/>. Acesso em: 1 jun. 2025.

VERBICARO, Loiane da Ponte Souza Prado; SOARES, Dennis Verbicaro. A indústria cultural e o caráter fictício da individualidade na definição de consumidor-comunidade global. Revista Jurídica Cesumar-Mestrado, v. 17, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/5143>. Acesso em: 01 Jun. 2025.



SAUDOSISMO, CULTURA E MEMÓRIA: A VALORIZAÇÃO DA HISTÓRIA DO POVO DE PICOS EM FOTOGRAFIAS ANTIGAS.¹

Luan Cardoso Silva²

Isael de Sousa Pereira³

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel das fotografias antigas como instrumentos de preservação da memória cultural e valorização da identidade coletiva do povo de Picos, município localizado no interior do Piauí. Através da análise do saudosismo como fenômeno afetivo e social, investiga-se como as imagens do passado despertam sentimentos de pertencimento, orgulho e continuidade histórica. As fotografias, muitas vezes esquecidas em álbuns de família ou em arquivos pessoais, tornam-se pontes entre gerações, contribuindo para a construção de uma memória coletiva que resiste ao tempo e reforça os laços comunitários. O trabalho adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, dialogando com autores da antropologia da imagem, da memória e da cultura. Conclui-se que o resgate dessas imagens não é apenas um

1. Trabalho apresentado no GT 02 – Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, realizado de 23 a 24 de Outubro de 2025 em Picos-PI.

2. Estudante do 5º período do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – Faculdade R.Sá, Bacharelado em Jornalismo. E-mail: luancardoso55@gmail.com

3. Mestre em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos (UNEB). Especialista em Gestão de Marketing e Mídias Digitais (IESRSÁ). Bacharel em Jornalismo (IESRSÁ). Professor dos cursos de Jornalismo da Faculdade R.Sá e UESPI. E-mail: isael.sousa27@hotmail.com



exercício de nostalgia, mas um ato político e cultural de resistência, que reafirma a importância de conhecer e valorizar as raízes de um povo.

Palavras-chave: Memória. Saudosismo. Cultura. Identidade. Fotografias.

INTRODUÇÃO

A memória coletiva de um povo é um dos pilares fundamentais para a construção de sua identidade cultural. Em meio aos avanços tecnológicos e às constantes transformações sociais, há um movimento, muitas vezes silencioso, de retorno às origens. Esse retorno, que se manifesta em sentimentos de saudade e em práticas de valorização do passado, tem ganhado espaço nos mais diversos contextos, sobretudo nas comunidades do interior do Brasil. Nesse cenário, a cidade de Picos, localizada no semiárido piauiense, apresenta uma riqueza histórica e cultural que merece ser (re)descoberta, resgatada e preservada.

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a importância do saudosismo, da cultura e da memória na valorização da história do povo picoense, tendo como ponto central as fotografias antigas. Esses registros, muitas vezes esquecidos em álbuns familiares, gavetas ou arquivos, carregam em si fragmentos da vida cotidiana, tradições, festas, expressões religiosas, retratos de trabalhadores e imagens de um modo de vida que, embora distante no tempo, permanece vivo na memória afetiva da população.

O conceito de saudosismo aqui não será tratado de forma puramente melancólica ou nostálgica. Ao contrário, entende-se o saudosismo como uma forma legítima de conexão entre o passado e o presente, capaz de promover





o sentimento de pertencimento e de identidade. Através das imagens fotográficas, a memória coletiva é atualizada, recriada e ressignificada, permitindo que diferentes gerações conheçam e se orgulhem de suas raízes.

Além disso, as fotografias antigas funcionam como documentos culturais e históricos. Elas permitem vislumbrar aspectos que os documentos oficiais muitas vezes omitem: o cotidiano do povo comum, os espaços urbanos em transformação, as vestimentas típicas, as celebrações populares, os hábitos e valores que constituem a cultura local. Compreender esses elementos é essencial para que se possa, de fato, valorizar a história de uma cidade como Picos, marcada por sua diversidade cultural, religiosidade, tradições sertanejas e forte senso comunitário.

Este trabalho adota uma abordagem interdisciplinar, dialogando com os campos da história, da antropologia, da sociologia e da comunicação. A pesquisa parte de uma perspectiva qualitativa, utilizando como base a análise de fotografias antigas e relatos orais, com o objetivo de construir uma narrativa que seja, ao mesmo tempo, crítica e sensível ao valor simbólico que tais imagens representam para a população.

Num momento em que a cultura da imagem digital tende a acelerar o presente e apagar o passado, torna-se ainda mais urgente refletir sobre o papel das fotografias antigas como resistência ao esquecimento e como instrumentos de valorização da memória cultural. Ao trazer à tona o passado do povo de Picos através dessas imagens, o artigo propõe não apenas um exercício de rememoração, mas também um convite ao reconhecimento da importância de preservar, divulgar e celebrar as raízes culturais de uma cidade que, como tantas outras no interior do Brasil, possuem uma história rica, viva e profundamente humana.





1. REFERENCIAL TEÓRICO

A construção deste estudo se apoia em três eixos fundamentais: a memória e a identidade cultural como elementos estruturantes da história de um povo; o saudosismo enquanto fenômeno social e afetivo que contribui para a valorização do passado; e a fotografia como documento histórico e cultural, capaz de preservar e transmitir significados.

1.1. Memória e Identidade Cultural

A memória não é apenas um depósito de lembranças passadas; ela é, antes de tudo, um processo ativo de reconstrução, que ocorre dentro de contextos sociais e históricos específicos. Maurice Halbwachs (1990) foi um dos primeiros teóricos a sistematizar o conceito de memória coletiva, argumentando que aquilo que lembramos é sempre mediado pelo grupo social ao qual pertencemos. Para ele, “toda memória é social”, pois o sujeito se lembra de dentro de marcos coletivos que orientam sua percepção do passado.

A partir dessa perspectiva, é possível compreender que a identidade cultural de um povo não se forma apenas a partir de elementos tangíveis — como arquitetura, linguagem, roupas ou comidas — mas também por meio de narrativas que se perpetuam entre gerações. A memória, portanto, é um dos pilares centrais da construção identitária. Ela molda a maneira como um povo vê a si mesmo, suas origens e sua trajetória.

Stuart Hall (2006), ao tratar de identidade cultural, destaca que ela não é fixa ou essencialista, mas sim dinâmica e constantemente (re)construída a partir das experiências e representações coletivas. Nesse sentido, a história local, narrada por aqueles que vivenciaram diretamente os acon-





tecimentos, ganha um papel fundamental na constituição de uma identidade que é, ao mesmo tempo, histórica e afetiva.

Em comunidades como Picos, onde a oralidade ainda desempenha um papel central na transmissão de saberes, a memória funciona como um elo entre o passado e o presente. As lembranças familiares, as histórias contadas pelos mais velhos e os registros imagéticos (como as fotografias) se tornam fontes importantes para a constituição de uma cultura que valoriza suas raízes. Portanto, recuperar e preservar essas memórias são essenciais para a afirmação da identidade cultural local.

1.2. O Saudosismo como Fenômeno Sociocultural

O saudosismo é um sentimento complexo que vai além da simples nostalgia. Embora carregue uma carga emocional de melancolia, o saudosismo também pode ser um impulso criativo e transformador. Ele revela o desejo de reconexão com algo que se perdeu no tempo, funcionando como uma resposta ao ritmo acelerado da modernidade, à perda das referências comunitárias e à ruptura com o passado.

No contexto brasileiro, o saudosismo está intimamente ligado à cultura popular. Pode ser observado em músicas, festas, rituais religiosos e mesmo em práticas cotidianas que buscam resgatar tradições. Como afirma Michael Pollak (1989), “a memória é também um campo de disputas simbólicas”, onde diferentes grupos lutam para manter viva sua versão do passado. O saudosismo, nesse sentido, é uma forma de reivindicar a continuidade daquilo que a modernidade tenta apagar.

Em cidades do interior como Picos, o saudosismo aparece com frequência em manifestações culturais como as





festas de padroeiro, os reencontros familiares, os registros fotográficos antigos que circulam em redes sociais, e até mesmo nas conversas informais entre vizinhos. Ele está presente na saudade de um tempo em que a cidade era mais pacata, os laços entre as pessoas eram mais estreitos, e a cultura sertaneja se manifestava com mais intensidade.

A partir de uma perspectiva mais crítica, autores como Walter Benjamin (1994) alertam para o risco de um saudosismo que paralisa — aquele que idealiza o passado de forma acrítica, ignorando suas contradições e tensões. No entanto, quando o saudosismo é usado como ferramenta para resgatar e valorizar a história local, ele pode se tornar um instrumento de fortalecimento identitário e de resistência cultural.

Dessa forma, este estudo entende o saudosismo não como um sentimento passivo, mas como uma prática social que ativa a memória coletiva e contribui para a valorização do passado como patrimônio simbólico da comunidade.

1.3. A Fotografia como Documento Histórico e Afetivo

A fotografia, desde seu surgimento no século XIX, tem sido amplamente utilizada como meio de registro e documentação do real. No entanto, ela é muito mais do que isso: é também um artefato simbólico carregado de significados afetivos e culturais. Para Roland Barthes (1984), a fotografia tem o poder de “nos ferir”, de provocar emoções profundas, porque nos confronta com a evidência daquilo que foi e não é mais.

Susan Sontag (1981), ao refletir sobre a fotografia, observa que cada imagem congelada no tempo é, ao mesmo tempo, um testemunho da presença e da ausência. Ela afirma: “todas as fotografias são memento” — lembretes da morte, do





desaparecimento, da impermanência das coisas. No entanto, é justamente essa natureza efêmera que confere à fotografia seu valor enquanto objeto de memória.

Nas comunidades interioranas, a fotografia tem um papel singular. Ela é muitas vezes o único registro visual de determinadas fases da vida familiar ou da história comunitária. Uma imagem de uma festa junina da década de 1950, por exemplo, podem revelar muito sobre os trajes, as relações sociais e os valores culturais da época. Mais do que isso: ela pode despertar lembranças, reatar vínculos e inspirar novas formas de narrar a história.

A fotografia também tem o poder de democratizar a memória histórica. Em vez de depender exclusivamente dos relatos oficiais, muitas vezes elitizados e excludentes, as imagens populares — aquelas tiradas em casa, nas ruas, nos eventos locais — trazem à tona o olhar das pessoas comuns. São registros de trabalhadores, crianças, idosos, comerciantes, donas de casa: protagonistas muitas vezes esquecidos da história escrita.

No contexto de Picos, as fotografias antigas adquirem um valor inestimável. Elas são testemunhas de um tempo em que a cidade se construía, se transformava e se consolidava como centro regional. Resgatar essas imagens é, portanto, resgatar também a memória de um povo que contribuiu — com sua cultura, sua fé, seu trabalho — para o desenvolvimento da cidade.

2. METODOLOGIA

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, com o objetivo de compreender como a memória cultural e o saudosismo se manifestam





por meio de fotografias antigas na cidade de Picos-PI. A pesquisa foi construída a partir da análise de fontes documentais visuais (fotografias) disponibilizadas na Página do Instagram “Picos das Antigas”, de propriedade do Senhor Higor Meneses professor e historiador da rede pública de ensino do Piauí e bibliografia especializada nos campos da história cultural, antropologia da imagem e memória social.

Levantamento de fotografias antigas disponíveis em arquivos pessoais, grupos em redes sociais, álbuns de família e acervos públicos e privados relacionados à história de Picos. Essas imagens foram selecionadas a partir de critérios de representatividade cultural, temporalidade (fotos entre as décadas de 1940 a 1980) e diversidade de temas (eventos religiosos, familiares, vida urbana, cotidiano rural, etc.).

Análise interpretativa das imagens, baseada nos referenciais de Barthes (1984) e Sontag (1981), buscando compreender o valor simbólico e narrativo das fotografias, e como elas contribuem para a construção de uma memória coletiva. Trabalhamos também com a Pesquisa Bibliográfica, utilizando obras de autores como Halbwachs, Pollak, Hall e Geertz, que fornecem bases teóricas sobre memória, cultura e identidade.

A escolha por uma abordagem qualitativa se justifica pelo caráter subjetivo e simbólico das imagens e memórias trabalhadas. A intenção não é quantificar dados, mas compreender os significados atribuídos às fotografias antigas e como esses significados participam da construção da história local. Trata-se de uma pesquisa que valoriza o olhar sensível, e o respeito às vivências narrativas dos ajudaram a construir a cidade de Picos.





3. PICOS E SUA HISTÓRIA: UM OLHAR SOBRE O INTERIOR DO PIAUÍ

Situada na região centro-sul do Piauí, a cidade de Picos é conhecida como a “Capital do Mel” e destaca-se como um importante polo comercial e cultural do estado. Sua história está diretamente ligada à ocupação do interior nordestino, marcada por ciclos econômicos, religiosidade popular, migrações internas e resistência cultural.

A formação da cidade remonta ao século XIX, quando se tornou um ponto de parada para viajantes e comerciantes que transitavam entre o litoral e o interior. Com o tempo, Picos cresceu em importância econômica e tornou-se sede de um município em 1890. Desde então, desenvolveu-se como centro regional, especialmente a partir da década de 1950, com a intensificação do comércio e a construção de vias que ligavam a cidade a outras regiões do estado e do Nordeste.

A identidade picoense é fortemente marcada por elementos da cultura sertaneja: o vaqueiro, o forró, a religiosidade católica e a valorização das tradições familiares. A cidade abriga manifestações culturais que reforçam esses elementos, como as festas juninas, as romarias, as novenas e os encontros familiares que marcam o calendário social da população. Além disso, o comércio e o empreendedorismo local também fazem parte da memória social de Picos, revelando uma cidade que, embora interiorana, sempre esteve em movimento e em contato com outras regiões.

Nas últimas décadas, Picos passou por um processo acelerado de urbanização e modernização, o que provocou transformações significativas em sua paisagem urbana, relações sociais e práticas culturais. Muitos espaços que antes eram pontos de convivência e referência afetiva — como





praças, igrejas, escolas e feiras — foram reformulados ou desapareceram. Nesse processo, parte da memória coletiva também corre o risco de ser apagada ou esquecida.

É justamente nesse contexto de mudança que se torna fundamental recuperar e valorizar as fotografias antigas. Elas funcionam como testemunhas silenciosas de uma cidade que ainda pulsa nas lembranças de seus habitantes. Ao observar uma imagem de uma procissão nas ruas de barro da década de 1960, ou de um casamento realizado na zona rural nos anos 1950, é possível não apenas reconhecer rostos e lugares, mas reconstituir formas de viver, de celebrar e de existir que fazem parte da essência picoense.

A história de Picos, portanto, não se resume aos dados oficiais ou à linha cronológica de eventos políticos. Ela vive nas imagens capturadas por câmeras simples, nos registros de momentos cotidianos, nos rostos marcados pelo tempo e nas lembranças que essas fotografias despertam.

As fotografias antigas de Picos não são apenas imagens congeladas no tempo — elas são narrativas visuais que expressam modos de vida, formas de sociabilidade e marcas culturais profundas. Cada fotografia guarda, em sua composição silenciosa, histórias que falam mais do que mil palavras. Elas permitem acessar não só eventos do passado, mas também sentimentos, práticas, e valores que moldaram a identidade cultural da cidade.

Este estudo é de natureza qualitativa, com abordagem exploratória e descritiva, por buscar compreender os sentidos atribuídos às fotografias antigas da cidade de Picos-PI como elementos de valorização da memória e da cultura local. O objetivo não é mensurar dados, mas interpretar conteúdos simbólicos, afetivos e sociais a partir de imagens que revelam





camadas históricas do município, dialogando com o sentimento de saudosismo vivido pela população.

O caso específico escolhido é o do Açougue Municipal de Picos, situado na Av. Getúlio Vargas, que atualmente ocupa o prédio onde funcionava uma maternidade ou posto de puericultura, conforme revelado em registros antigos do acervo do IBGE.

A amostra foi composta por duas fotografias centrais: Imagem 1: Registro histórico do antigo prédio público, identificado como maternidade ou posto de puericultura, do acervo fotográfico do IBGE; Imagem 2: Registro atual do mesmo espaço, que hoje abriga o Açougue Municipal de Picos, fotografado por estudantes locais. Além disso, foram consideradas imagens adicionais de acervos pessoais e registros coletados em redes sociais da comunidade, embora o foco principal da análise esteja nas duas imagens selecionadas como estudo de caso representativo.

A coleta de dados foi realizada por meio de: Levantamento documental de imagens em acervos públicos e privados (como o IBGE); Acervo Cristino Varão e Acervo Museu Ozildo Albano e Fotografia de campo, feita por estudantes do ensino médio (1ªA e 1ªB – Instituto Monseñor Hipólito - IMH) que através do professor Historiador Cláudio Roberto na disciplina de história criou uma série de fotos intitulada Passado e presente através da fotografia uma oficina de memória e registros históricos realizada no mês de junho e julho do ano de 2022 dos dias 17 a 26, registrando o atual estado da construção analisada; Observação direta da paisagem urbana do entorno; publicadas na página do integram Picos das antigas: [@picosdasantigas](https://www.instagram.com/picosdasantigas).





3.1. Interpretação e Leitura das Imagens

Figura 01 - Maternidade ou Posto de Puericultura.



Fonte: Picos das Antigas

A primeira imagem, em preto e branco, carrega em sua estética o peso do tempo e a leveza da memória. O prédio simples, de linhas retas e arquitetura funcional, revela o cuidado social com a saúde materno-infantil em um período de carência estrutural no interior nordestino. A fachada sólida, cercada por um muro baixo e calçada de barro, revela não apenas um espaço físico, mas uma época em que os nascimentos aconteciam sob a assistência de parteiras, médicos locais ou mesmo religiosos — figuras centrais nas pequenas cidades do Brasil.

Essa imagem nos transporta para um tempo em que os equipamentos públicos, mesmo modestos, eram símbolos de esperança, de progresso e de cuidado coletivo. Em Picos, esse prédio foi, muito provavelmente, o cenário dos primeiros choros de muitos picoenses, guardando entre suas paredes histórias de vidas que ali começaram.

A aridez da paisagem ao redor, o céu aberto, a ausência de carros ou postes modernos são marcas de um cotidiano sertanejo que resistia com dignidade às dificuldades. A foto-





grafia, ao congelar esse momento, eterniza uma memória de acolhimento, de nascimento e de compromisso com o futuro.

A segunda imagem mostra o mesmo prédio, agora modificado pelo tempo, pelas reformas, pelas necessidades sociais e econômicas da cidade. Onde antes funcionava uma unidade de saúde, hoje está o Açougue Municipal, um espaço de abastecimento e comércio popular — igualmente essencial à vida cotidiana, mas com outros significados.

As cores vivas da pintura atual — azul e branco — contrastam com o tom sépia da memória. Os muros foram rebaixados, a estrutura adaptada para a nova função, e a paisagem urbana se transformou: postes, fios, fachadas comerciais, tudo denota um tempo novo, mais urbano e acelerado. Ainda assim, algo permanece: a estrutura central do prédio continua de pé, como testemunha silenciosa da história que ali foi escrita.

O açougue, nesse contexto, representa não apenas um novo uso, mas a reutilização simbólica do espaço público, ressignificando o passado para atender às necessidades do presente. No entanto, também provoca uma reflexão crítica: o que foi feito da memória daquele lugar? Quantos moradores sabem que ali, décadas atrás, nasciam crianças ou eram atendidas mães em situação de vulnerabilidade?

Essa imagem atual convida à redescoberta. Ao lado da memória viva dos que se lembram, está a possibilidade de educar as novas gerações sobre a importância dos espaços públicos como depositários de histórias e afetos.





Figura 02: Av. Getúlio Vargas



Fonte: Picos das Antigas

A fotografia em preto e branco retrata uma rua de paralelepípedos em uma cidade, possivelmente no interior do Brasil, com construções simples e telhados de barro. A legenda indica que se trata da Avenida Getúlio Vargas, em Picos/PI, no passado.

A cena é composta por edificações de um andar, com fachadas claras e janelas retangulares, alinhadas ao longo da rua. Alguns moradores aparecem na imagem, em atividades cotidianas, como um homem em pé na calçada, crianças brincando e pessoas próximas a veículos. Um caminhão antigo e um carro também são visíveis, indicando a época em que a foto foi tirada.

Ao fundo, uma paisagem montanhosa com vegetação escassa sugere o clima semiárido característico da região. Um poste de luz com fios atravessa a rua, adicionando um elemento urbano à paisagem.

A foto, com o crédito ao Acervo Cristina Varão, evoca uma sensação de nostalgia e preserva um registro histórico da cidade de Picos, mostrando como era a Avenida Getúlio Vargas em um tempo anterior. A atmosfera geral é de tranquilidade e simplicidade, contrastando com a agitação das cidades modernas.





Esta imagem captura uma cena de rua em Picos, Piauí, Brasil, especificamente na Avenida Getúlio Vargas. A fotografia é apresentada com uma borda azul e um título na parte superior que diz "APRESENTE: Av. Getúlio Vargas (Picos/PI)". Abaixo da imagem, há uma legenda creditando a foto a "Layla Maria de Sousa Jericó e José Victor de Araújo Barbosa (1°B – IMH)".

A cena retrata uma rua urbana típica com prédios alinhados em ambos os lados da via. A arquitetura sugere uma área comercial, com diversas lojas e negócios visíveis. À esquerda, destaca-se um edifício proeminente com fachada laranja brilhante, com a palavra "Brasil" em sua placa e persianas retráteis. Adjacentes a ele, encontram-se outros edifícios com uma paleta de cores mais discreta, alguns aparentando ser mais antigos e com sinais de desgaste.

A rua em si é pavimentada e parece ser uma via principal, com veículos, incluindo carros e uma van, circulando por ela. Há postes de luz visíveis, indicando que se trata de uma via pública. O céu está limpo e azul, sugerindo um dia ensolarado.

Do lado direito da rua, há uma grande placa amarela com os dizeres "MERCADÃO DOS IMPORTADOS", indicando um mercado especializado em produtos importados. Outras lojas com diversas placas e vitrines também se alinham neste lado. A impressão geral é de um movimentado distrito comercial, provavelmente uma parte central da cidade.

O crédito da foto sugere que esta imagem faz parte de um projeto ou coleção, possivelmente educacional, dada a notação "(1°B – IMH)", que pode se referir a uma turma ou instituição. A qualidade da imagem é boa, permitindo uma visão clara dos detalhes da rua e dos estabelecimentos comerciais.





Figura 03: Largo da Prefeitura Municipal de Picos/PI



Fonte: Picos das Antigas

A imagem é uma fotografia em preto e branco que retrata uma rua em Picos, Piauí, no passado. A legenda indica que se trata do "Largo da Prefeitura Municipal de Picos/PI". A foto é creditada ao Acervo Museu Ozildo Albano.

Na imagem, observa-se uma rua de terra batida, com edificações em ambos os lados. À esquerda, destaca-se um prédio com características arquitetônicas mais elaboradas, possivelmente a prefeitura mencionada na legenda. Há algumas pessoas caminhando na rua, e ao fundo, é possível distinguir algumas árvores e outras construções. A atmosfera geral da foto remete a um período mais antigo, com a ausência de veículos modernos e a presença de elementos que sugerem um ambiente mais rural ou de cidade pequena.

A qualidade da imagem, embora em preto e branco e com alguns sinais de desgaste do tempo, permite identificar detalhes da arquitetura e do cenário urbano da época. A legenda e a fonte da foto são importantes para contextualizar a imagem historicamente e culturalmente.

A imagem mostra uma vista da rua em frente ao "Center Hotel" em Picos, Piauí, Brasil. O texto na parte superior identifica o local como "Praça Josino Ferreira (Av. Nossa Sr.ª de Fátima - Picos/PI)".





Em primeiro plano, há várias mesas e cadeiras de plástico branco dispostas na calçada, sugerindo uma área externa para um estabelecimento comercial. As mesas estão vazias e as cadeiras estão organizadas de forma organizada.

Além da área de estar, há uma rua com carros estacionados. Um carro, de cor clara com o porta-malas aberto, é destaque. Dois jovens interagem com o carro. Um está em pé ao lado do porta-malas aberto e o outro está debruçado sobre uma grade de metal.

Mais adiante na rua, há vários prédios. O "Center Hotel" é um prédio amarelo proeminente com "CENTER HOTEL" escrito verticalmente em letras azuis. Outros estabelecimentos comerciais com placas são visíveis, incluindo o que parece ser um restaurante fast-food com logotipo vermelho e branco.

Uma placa de estacionamento com a letra "E" (provavelmente indicando estacionamento) é visível em um poste. O céu está azul com algumas nuvens esparsas, indicando um dia claro. A parte inferior da imagem contém o crédito da foto: "Crédito da foto: Ludmilla Fontes Gonçalves e Isadora Custódio Barbosa (1ª A – IMH)".

4. CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo central investigar como o saudosismo, manifestado por meio de fotografias antigas, contribui para a valorização da memória coletiva e da cultura do povo de Picos. Buscou-se compreender de que maneira essas imagens, além de retratarem momentos históricos, desempenham um papel ativo na preservação das identidades locais, reforçando laços comunitários e despertando reflexões sobre o passado e o presente da cidade.

Os principais achados revelam que as fotografias antigas exercem forte apelo emocional e simbólico, funcionando





como pontes entre gerações. Elas despertam o saudosismo não apenas como sentimento nostálgico, mas como instrumento de ressignificação da história e reforço da identidade cultural.

Os relatos obtidos ao longo da pesquisa demonstram que muitos moradores veem nas imagens um espelho de suas próprias trajetórias familiares e comunitárias, além de perceberem nelas um recurso fundamental para manter viva a memória social de Picos.

Como contribuição, este trabalho amplia a discussão sobre o papel da imagem fotográfica na constituição da memória coletiva, especialmente em contextos locais ainda pouco explorados pela academia. Ao lançar luz sobre a realidade picoense, o estudo valoriza saberes e experiências populares que frequentemente ficam à margem das narrativas oficiais da história.

Entretanto, algumas limitações foram enfrentadas, como a escassez de acervos digitalizados, a dificuldade na identificação de datas e personagens nas imagens analisadas e a limitação no número de entrevistados. Tais fatores restringem a abrangência da análise, embora não comprometam a relevância dos resultados obtidos.

Sugere-se que futuras pesquisas possam aprofundar a coleta de depoimentos orais associados às fotografias, expandir o levantamento de acervos públicos e privados, e empregar recursos tecnológicos para a catalogação, preservação e divulgação desses registros visuais. Estudos comparativos com outras cidades do interior também podem enriquecer a compreensão do papel da memória visual na construção das identidades locais.





REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

ECO, Umberto. **As formas do conteúdo,** São Paulo: Perspectiva, 1974.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 1978.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Centauro, 1990.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LE GOFF, Jacques, 1924 **História e memória/** Jacques Le Goff; tradução Bernardo

Leitão ..[et al.] -- Campinas, SP Editora da UNICAMP, 1990..

POLLAK, Michael. **Memória, esquecimento, silêncio.** Estudos Históricos, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

SONTAG, Susan. **Sobre a fotografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 1981.



ABERTURAS QUE MARCAM: FRAMING E MOBILIZAÇÃO EDITORIAL NAS SEQUÊNCIAS INICIAIS DE "OS PINGOS NOS I" (JOVEM PAN) E "ESTÚDIO I" (GLOBO NEWS), UM ESTUDO-PILOTO¹

Maria Clara de Moura Leal²
 Ruthy Manuella de Brito Costa³
 Universidade Estadual do Piauí

RESUMO: Este artigo investiga o papel das aberturas e monólogos iniciais de programas televisivos opinativos como dispositivos de enquadramento e mobilização discursiva, responsáveis por orientar interpretações e favorecer a formação de opiniões rápidas. O problema de pesquisa buscou compreender como Estúdio I (GloboNews) e Os Pingos nos Is (Jovem Pan) introduzem pautas políticas e sinalizam posicionamentos editoriais. O objetivo geral consistiu em analisar como esses segmentos inaugurais estruturam narrativas políticas e reforçam identidades ideológicas. Para isso, adotou-se abordagem qualitativa e comparativa, baseada na análise de oito episódios exibidos em setembro de 2025. As aberturas e monólogos foram transcritos e examinados segundo categorias teóricas de gatekeeping (Shoemaker; Vos, 2011), framing (Entman, 1993) e jornalismo opinativo (Motta, 2010; Porto, 2012). Os resultados indicam que o Estúdio I

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Graduanda do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí. E-mail: marialeal2004@aluno.uespi.br

3. Orientadora do artigo. Professora da Universidade Estadual do Piauí. Mestra em Comunicação (PPGCOM UFPI) e Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br





constrói uma narrativa institucional e mediadora, enfatizando a legitimidade democrática e crítica à radicalização, enquanto Os Pingos nos Is adota tom polarizado, centrado no apresentador e marcado por adjetivações enfáticas. Conclui-se que as aberturas não se restringem a funções estéticas, mas configuram rituais midiáticos de posicionamento ideológico e de orientação interpretativa, exercendo papel estratégico na disputa simbólica pela opinião pública.

Palavras-Chave: Jornalismo Opinativo. Framing. Gate-keeping. Abertura Televisiva. Polarização Política.

INTRODUÇÃO

A televisão permanece como um dos principais espaços de mediação simbólica e disputa interpretativa na esfera pública contemporânea, mesmo em um cenário marcado pela expansão das mídias digitais e pela circulação descentralizada de informações. Em contextos de polarização política, a forma como programas televisivos enquadram e apresentam os acontecimentos exerce forte impacto sobre a formação de opiniões rápidas e sobre a predisposição do público a aderir a determinadas visões de mundo (Gomes, 2004; Maia; Choucair; Sanglard, 2021). Nesse sentido, as sequências de abertura dos noticiários televisivos, compostas por vinhetas, trilhas sonoras, imagens e monólogos iniciais, não constituem apenas introduções formais, mas dispositivos editoriais que antecipam diagnósticos, definem agendas e sinalizam posicionamentos ideológicos.

O problema que orienta este estudo é: Como as aberturas e os discursos iniciais em Estúdio I (GloboNews) e Os Pingos nos Is (Jovem Pan) introduzem e enquadram





pautas políticas, estabelecendo orientações interpretativas que favorecem a formação de opiniões rápidas?. Parte-se da hipótese de que esses openers funcionam como instâncias de gatekeeping e framing (Shoemaker; Vos, 2011; Entman, 1993), ao mesmo tempo em que mobilizam recursos performativos e retóricos típicos do jornalismo opinativo (Melo, 2003; Porto, 2012), contribuindo para consolidar identidades editoriais distintas e disputar sentidos no espaço público (Motta, 2010).

O objetivo geral é investigar como as sequências de abertura e os monólogos iniciais dos dois programas atuam como dispositivos de enquadramento e mobilização discursiva, sinalizando posição editorial e orientando a recepção do público. Para tanto, definiram-se três objetivos específicos: descrever os elementos recorrentes nas sequências de abertura, como forma, duração, música, linguagem e presença de imagens ou legendas; identificar recursos retóricos e estratégicos, enquadramentos, adjetivações, chamadas imperativas e pautas privilegiadas, presentes nos discursos iniciais; e, por fim, produzir um quadro comparativo que permita apontar semelhanças e diferenças entre os programas quanto ao papel das aberturas na construção do debate político.

A metodologia adotada combina análise qualitativa e abordagem comparativa, com inspiração na Análise de Conteúdo e na Análise Crítica do Discurso (ACD), a fim de apreender tanto padrões formais quanto estratégias discursivas. O corpus é composto por oito episódios, sendo quatro de cada programa, exibidos em setembro de 2025 (dias 05, 12, 16 e 23), escolhidos por tratarem de pautas políticas centrais e por possibilitarem comparabilidade temática e temporal. Cada episódio foi segmentado em duas partes analíticas: a sequência de abertura, delimitada entre a vinheta inicial e a





primeira transição para o bloco informativo, e o monólogo inicial do apresentador, entendido como discurso de abertura do programa.

Os procedimentos metodológicos seguiram três etapas principais. A primeira foi a coleta e arquivamento dos episódios, com extração das aberturas, através das plataformas Youtube para Os pingos nos Is e Globoplay para o Estúdio i, e dos monólogos em arquivos digitais próprios. Em seguida, realizou-se a transcrição literal das falas, com marcações prosódicas e paralinguísticas relevantes para a análise retórica. Por fim, aplicou-se uma pauta de codificação baseada na literatura de framing (Entman, 1993), gatekeeping (Shoemaker; VOS, 2011) e jornalismo opinativo (Motta, 2007; Porto, 2012), contemplando dimensões formais (duração, trilha, ritmo, presença de imagens/legendas) e discursivas (adjetivação avaliativa, metáforas, apelos diretos à audiência, atribuição de culpados, diagnósticos causais). A interpretação buscou identificar padrões em cada programa e traçar comparações, confrontando os achados empíricos com as contribuições teóricas.

Dessa forma, a pesquisa contribui para a compreensão das aberturas televisivas não como meras formalidades estéticas, mas como rituais midiáticos de enquadramento e posicionamento ideológico, nos quais se condensam estilos editoriais e se antecipam leituras preferenciais. O artigo organiza-se, portanto, em quatro eixos teóricos que fundamentam a análise: aberturas e gatekeeping editorial, framing e efeitos interpretativos, jornalismo opinativo e performatividade, e aberturas como marcação ideológica. Em seguida, apresenta a análise comparativa dos programas e, por fim, as considerações finais, nas quais se discutem as implicações dos resultados e possíveis caminhos para pesquisas futuras.





1. AERTURAS E GATEKEEPING EDITORIAL

O conceito de gatekeeping tem sido amplamente discutido nos estudos em jornalismo, descrevendo o processo de seleção e filtragem de informações que determina quais acontecimentos ou perspectivas ganham visibilidade na mídia. Shoemaker e Vos (2011, p. 31) definem o gatekeeping como “o processo de selecionar, moldar, exhibir, canalizar e controlar o fluxo de informação”. Assim, a mediação jornalística não se limita à escolha de fatos noticiáveis, mas envolve também enquadramentos, hierarquias e estilos de apresentação que sinalizam ao público a orientação editorial de determinado veículo. No contexto televisivo, esse papel ganha relevo nos primeiros minutos de cada programa, em especial nas vinhetas e aberturas, que funcionam como marcadores de identidade editorial e antecipam a forma como as pautas serão tratadas.

No Brasil, a relevância da teoria do gatekeeping ainda se mantém para compreender a prática jornalística em ambientes marcados por disputas políticas e pela centralidade da mídia na vida pública. Como observa Kondlatsch (2021, p. 5), embora redes sociais e algoritmos tenham ampliado a circulação de conteúdos, “os veículos jornalísticos tradicionais continuam a desempenhar papel de filtro simbólico, definindo a relevância de temas e enquadramentos”. Isso significa que, mesmo em ecossistemas digitais, a abertura de programas de televisão, sejam noticiosos ou opinativos, permanece como instância decisiva de filtragem e orientação.

As vinhetas e aberturas televisivas, tradicionalmente associadas a funções estéticas e identitárias, cumprem também uma função editorial. Elas não apenas introduzem o programa, mas criam expectativas quanto ao tom, ao posicionamento e às perspectivas a serem apresentadas. De acordo





com Mendonça e Simões (2012), “Os elementos formais da abertura como a música, ritmo, imagens e linguagem verbal, produzem um horizonte interpretativo que guia o espectador antes mesmo do conteúdo noticioso” (p. 89). Dessa forma, os primeiros minutos podem ser compreendidos como dispositivos de framing inicial, isto é, de definição de quadros de sentido.

O conceito de framing ou enquadramento, bastante consolidado na comunicação política, ajuda a compreender como programas opinativos estruturam seus discursos iniciais. Para Maia, Choucair e Sanglard (2021, p. 122), enquadramentos são “quadros de interpretação que organizam a experiência de recepção e orientam a compreensão do público sobre o que é comunicado”. Essa orientação pode ser mais ou menos explícita, mas nos monólogos de abertura costuma assumir caráter diretivo, ao estabelecer diagnósticos, apontar culpados e sugerir soluções. Em estudo comparativo, Gomes e Maia (2008) já haviam destacado que a seleção de ângulos interpretativos pelos meios de comunicação é uma das formas mais sutis de intervenção editorial na esfera pública.

No campo do jornalismo opinativo, a performatividade dos apresentadores é central. A abertura de programas desse gênero, muitas vezes em formato de monólogo, mobiliza recursos retóricos que combinam informação e convocação. Expressões de certeza, adjetivações avaliativas, apelos diretos à audiência e tom de urgência são estratégias recorrentes. Como argumenta Porto (2012), A opinião jornalística televisiva opera menos pela neutralidade informativa e mais pela mobilização discursiva que convida o público a aderir a perspectivas previamente delineadas (p. 77). Nessa lógica, a abertura não é apenas uma introdução, mas um ato de engajamento político e ideológico.





Cabe ainda destacar a dimensão ideológica das aberturas. Ao escolher determinados temas, tons e recursos formais, os programas reafirmam identidades editoriais e se posicionam na disputa pelo espaço público. Motta (2010, p. 45) argumenta que “os modos de abertura de telejornais e programas opinativos expressam não apenas estilos de comunicação, mas concepções de jornalismo e projetos ideológicos”. Essa observação reforça a pertinência de analisar, comparativamente, como programas distintos utilizam suas aberturas para marcar fronteiras editoriais e disputar interpretações políticas.

2. FRAMING E ORIENTAÇÃO INTERPRETATIVA

O conceito de framing ou enquadramento informativo ocupa posição central nos estudos de jornalismo e comunicação política, sendo fundamental para compreender como a mídia seleciona, organiza e enfatiza determinados aspectos da realidade. Entman (1993, p. 52), em definição já consagrada, afirma que enquadrar significa “Selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de modo a promover uma definição do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento”. Essa formulação destaca que a atividade jornalística não se limita à descrição de fatos, mas também atribui sentidos e orientações interpretativas.

No contexto brasileiro, diversos pesquisadores incorporaram o conceito de framing como ferramenta de análise das práticas midiáticas. Porto (2004), por exemplo, mostra como diferentes enquadramentos nas coberturas políticas moldam percepções públicas, revelando que escolhas narrati-





vas não são neutras, mas carregam intencionalidade. De modo semelhante, Gomes (2004) enfatiza que os enquadramentos ajudam a definir não apenas o que é relevante, mas também “os modos legítimos de discutir a política em público” (Gomes, 2004, p. 37), ressaltando sua dimensão normativa na construção da esfera pública.

Motta (2010) amplia esse debate ao destacar que os enquadramentos não apenas informam, mas também mobilizam afetos, crenças e predisposições, contribuindo para a disputa simbólica no espaço midiático. Em suas palavras, “o enquadramento não se limita a um exercício descritivo, mas organiza narrativas políticas de modo a tornar plausíveis determinadas visões de mundo” (Motta, 2010, p. 46). Essa observação torna-se particularmente relevante em programas televisivos opinativos, nos quais as aberturas condensam diagnósticos, avaliações e convocações dirigidas ao público.

Para Maia, Choucair e Sanglard (2021, p. 122), os enquadramentos funcionam como “quadros de interpretação que organizam a experiência da recepção e orientam a compreensão do público sobre o que é comunicado”. Esse papel se intensifica em contextos de polarização política, nos quais os enquadramentos atuam como filtros cognitivos e afetivos, predispondo a audiência a aderir a interpretações específicas. Assim, recursos discursivos como metáforas, adjetivações valorativas e simplificações causais contribuem para a construção de sentidos preferenciais, reforçando a orientação interpretativa dos conteúdos midiáticos.

Em síntese, a perspectiva do framing permite compreender como os discursos iniciais de programas televisivos não apenas apresentam informações, mas oferecem esquemas de leitura que influenciam de maneira decisiva a recepção pública. Nesse sentido, a abertura de um programa não pode





ser considerada neutra, pois já antecipa diagnósticos e sugere linhas de interpretação que moldam o debate político e simbólico no espaço público.

3. JORNALISMO OPINATIVO, PERFORMATIVIDADE E MOBILIZAÇÃO DISCURSIVA

O jornalismo opinativo tem como característica central a valorização da interpretação e da argumentação, diferindo do jornalismo informativo clássico, que privilegia a objetividade e a descrição factual. Segundo Melo (2003, p. 54), o jornalismo opinativo “procura intervir no debate público não apenas fornecendo informações, mas estabelecendo juízos de valor, diagnósticos e prescrições de conduta”. Essa dimensão avaliativa é fundamental em programas televisivos que se estruturam em torno de comentaristas ou apresentadores, cuja performance desempenha papel decisivo na mobilização da audiência.

A dimensão performativa do jornalismo opinativo televisivo está associada ao modo como os apresentadores encenam o discurso, utilizando recursos retóricos, corporais e vocais para conferir ênfase às interpretações. Motta (2007, p. 65) observa que: “A força do discurso opinativo televisivo reside tanto no conteúdo argumentativo quanto na performance, que busca aproximar-se do espectador e conquistar adesão emocional e cognitiva”. Dessa forma, os monólogos iniciais dos programas podem ser compreendidos como atos performativos, nos quais se condensam diagnósticos e convocações direcionados ao público. Além disso, a performatividade se conecta à noção de mobilização discursiva, entendida como a capacidade do discurso de convocar a audiência a partilhar de determinadas interpretações ou posicionamentos. Para Porto





(2012, p. 79), a opinião jornalística “opera não apenas como narrativa avaliativa, mas como dispositivo de mobilização política, sugerindo leituras preferenciais e orientando a ação do público”. Essa mobilização é frequentemente alcançada por meio de apelos diretos, uso de adjetivações valorativas, expressões de certeza e tom de urgência, elementos que reforçam o caráter engajado do discurso.

No contexto brasileiro, estudos sobre jornalismo opinativo destacam a forte presença de subjetividade e a intencionalidade de influenciar a formação de opiniões. Motta (2010) enfatiza que a narrativa opinativa não é apenas uma interpretação de fatos, mas um processo de disputa simbólica, no qual diferentes atores buscam legitimar visões de mundo. Em programas de televisão, essa disputa se materializa nos primeiros minutos de fala, que funcionam como espaço de demarcação ideológica e de construção de vínculos com a audiência.

Portanto, a análise da performatividade e da mobilização discursiva nos programas televisivos opinativos permite compreender como as aberturas atuam não apenas como introduções informativas, mas como momentos de engajamento estratégico. Ao convocar a audiência a compartilhar valores, indignações ou entusiasmos, os apresentadores transformam os discursos iniciais em instrumentos de persuasão e de orientação política.

4. ABERTURAS COMO MARCAÇÃO IDEOLÓGICA

As aberturas de programas televisivos, embora frequentemente associadas a elementos técnicos e estéticos, como vinhetas, trilhas sonoras e chamadas de destaque, cumprem também uma função ideológica central. Elas não





apenas apresentam o programa, mas delimitam o espaço de enunciação e sinalizam a identidade editorial da emissora ou do grupo de comunicadores. Segundo Motta (2010, p. 45), “os modos de abertura de telejornais e programas opinativos expressam não apenas estilos de comunicação, mas concepções de jornalismo e projetos ideológicos”. Desse modo, as aberturas podem ser compreendidas como rituais midiáticos de posicionamento político e simbólico.

A construção dessa marcação ideológica se dá pela seleção de temas, pela escolha de imagens, pela musicalidade e pelo tom discursivo que inauguram a narrativa do programa. Mendonça e Simões (2012, p. 92) destacam que as aberturas de telejornais “funcionam como um cartão de visita editorial, sintetizando em poucos segundos a identidade discursiva e os valores da emissora”. Esse processo é intensificado em programas opinativos, nos quais a abertura não se limita a informar sobre os assuntos da pauta, mas orienta o espectador para uma interpretação específica, carregada de intencionalidade política.

No Brasil, estudos sobre jornalismo e ideologia enfatizam que a mídia desempenha papel ativo na construção de hegemonias simbólicas, reforçando determinados valores e marginalizando outros. Para Gomes (2004, p. 41), “a mídia não é um espelho da realidade, mas um ator que disputa, organiza e distribui visões de mundo no espaço público”. Nesse sentido, as aberturas são espaços privilegiados para a expressão dessa disputa, pois condensam símbolos, discursos e enquadramentos que funcionam como marca registrada de cada programa.

Além disso, a ideologia se manifesta nas escolhas discursivas que marcam os monólogos iniciais: a designação de culpados, a seleção de heróis e vilões políticos, o uso de





metáforas bélicas ou moralizantes. Como afirma Motta (2007, p. 70), “o discurso jornalístico opinativo cria narrativas de conflito e de antagonismo, estabelecendo fronteiras simbólicas que orientam a identificação do público”. Assim, as aberturas não apenas informam, mas posicionam, produzindo adesão a um determinado universo de valores.

Porto (2012) também ressalta que, na televisão, a força simbólica das aberturas é ampliada pelo efeito de repetição, já que os formatos visuais e sonoros reiterados ao longo do tempo consolidam a identidade editorial. Essa repetição ritualística reforça a marca ideológica do programa e cria um horizonte de expectativas no público, que passa a associar determinados símbolos e tons a uma linha editorial específica.

Portanto, compreender as aberturas como marcação ideológica implica reconhecer que esses momentos inaugurais dos programas opinativos não são neutros nem meramente formais. Pelo contrário, constituem espaços estratégicos de disputa simbólica e política, nos quais se explicitam valores, se orienta a recepção e se fortalece a identidade editorial perante a audiência.

5. ANÁLISE COMPARATIVA: ABERTURAS DOS PROGRAMAS ESTÚDIO I E PINGOS NOS IS

Para contextualizar o corpus empírico, apresenta-se a seguir o conjunto de episódios selecionados para a análise. Os programas foram escolhidos de modo a garantir comparabilidade temática e temporal, concentrando-se em edições exibidas ao longo de setembro de 2025, período em que pautas políticas de alta visibilidade dominaram o debate público. A seleção abrange quatro episódios de cada programa, contem-





plando tanto variações de conteúdo quanto de desempenho discursivo e performativo dos apresentadores.

O quadro a seguir reúne as edições utilizadas, indicando a data de exibição e os links de acesso às gravações nas respectivas plataformas (Globoplay e YouTube). Essa organização tem o objetivo de assegurar transparência metodológica e possibilitar replicabilidade futura da análise, permitindo que outros pesquisadores acessem integralmente o material examinado.

Quadro 01: Episódios analisados e fontes de acesso:

Programa	Data de exibição	Link de acesso
Estúdio I	05/09/2025	Globoplay
Estúdio I	12/09/2025	Globoplay
Estúdio I	16/09/2025	Globoplay
Estúdio I	23/09/2025	Globoplay
Os Pingos nos Is	05/09/2025	Youtube
Os Pingos nos Is	12/09/2025	Youtube
Os Pingos nos Is	16/09/2025	Youtube
Os Pingos nos Is	23/09/2025	Youtube

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras

A análise considerou oito edições recentes dos programas, sendo quatro episódios de Estúdio I e quatro de Os Pingos nos Is, todos exibidos ao longo de setembro de 2025, selecionados a partir da presença de pautas políticas de alta visibilidade e disputa do debate público.

As aberturas dos programas confirmam o papel decisivo dos primeiros minutos televisivos na sinalização editorial e na orientação interpretativa. Conforme observam Shoemaker e Vos (2011), o gatekeeping não se limita à seleção de fatos,





mas envolve também os modos de apresentação que direcionam o olhar do público. Nos dois programas, a vinheta e a sequência inicial cumprem precisamente essa função, atuando como filtros simbólicos que definem quais problemas serão destacados e como serão interpretados.

No caso do Estúdio I, a abertura é marcada pela saudação acolhedora e pela promessa de bastidores políticos: “Olá, boa tarde. Seja muito bem-vinda, muito bem-vindo ao Estúdio I. [...] você vai ver as principais notícias do dia e, claro, os bastidores da política” (05/09/2025). Esse tom performa proximidade e credibilidade, ancorando o ethos jornalístico do programa. Em seguida, os discursos iniciais frequentemente contextualizam acontecimentos com referências institucionais, como no caso da ministra Gleisi Hoff, anunciada já na abertura como entrevistada (05/09/2025), reforçando a autoridade institucional como fonte de legitimidade.

Nos episódios de 12/09 e 16/09/2025, o programa mobiliza gatekeeping ao priorizar, logo na abertura, a questão da inelegibilidade de Jair Bolsonaro e, em seguida, a votação da PEC que blinda parlamentares. Esses temas, embora coexistam com outros acontecimentos de relevância internacional, são posicionados como centrais na narrativa, indicando a filtragem simbólica descrita por Kondratsch (2021). A escolha de dar visibilidade ampliada a esses tópicos projeta o enquadramento da política nacional como palco prioritário, em detrimento de pautas secundárias.

Já em 23/09/2025, a abertura dedica-se ao discurso de Donald Trump na ONU, mas rapidamente o relaciona ao presidente Lula e à votação da anistia, deslocando o foco internacional para a arena doméstica. Esse movimento confirma a ideia de que as aberturas funcionam como rituais de gatekeeping, nos quais não apenas se seleciona, mas se hie-





rarquiza e se conecta acontecimentos distintos para antecipar diagnósticos interpretativos.

Em *Os Pingos nos Is*, o gatekeeping se expressa de modo ainda mais claro pela filtragem seletiva de pautas em função de sua utilidade política. No episódio de 16/09/2025, por exemplo, a abertura anuncia: “A oposição anuncia votação do projeto da anistia na Câmara dos Deputados e pede que a população pressione os parlamentares a aprovarem o perdão”. A escolha de iniciar a edição com essa chamada, ao invés da notícia sobre a saúde de Jair Bolsonaro (também presente na abertura), indica uma hierarquização de relevância: a mobilização pela anistia é definida como prioridade narrativa e política. Assim, o gatekeeping não apenas seleciona fatos, mas articula uma ordem de importância que reforça a posição editorial do programa.

O framing, por sua vez, aparece de maneira consistente nos dois programas. Em *Estúdio I*, observa-se o esforço de enquadrar as notícias sob uma chave de institucionalidade, ainda que com uso frequente de ironias. Quando Octávio Guedes (Comentarista) comenta o projeto de anistia como o “programa Golpistinha do Futuro” (05/09/2025), ele não apenas noticia, mas enquadra o tema como absurdo e politicamente inviável. No episódio de 23/09, Thomas Traumann (Comentarista) interpreta o discurso de Lula na ONU como um “recado muito forte para o Congresso” sobre a anistia, reforçando que a interpretação institucional prevalece sobre leituras alarmistas ou conspiratórias.

Em *Os Pingos nos Is*, o framing opera pela lógica da dramatização e do antagonismo. No episódio de 23/09/2025, a abertura afirma: “Apesar de elogios a Lula, Trump humilha o Brasil diante de várias nações e dispara críticas, afirmando que o país promove censura, reprime a liberdade e persegue





opositores”. Aqui, a seleção lexical (“humilha”, “persegue”) já enquadra o governo brasileiro como culpado por práticas autoritárias, reforçando a polarização. Essa estrutura ecoa a definição de Entman (1993, apud Porto, 2004), na qual o enquadramento envolve diagnóstico, atribuição de causalidade e avaliação moral.

A dimensão da performatividade também se evidencia nas aberturas. Em Estúdio I, a performance de Andreia Sadi (Apresentadora) é marcada pelo acolhimento, pela cadência calma e pela transição fluida entre temas, com distribuição das falas entre comentaristas que introduzem tons diversos. O estilo performativo reforça a imagem de mediação jornalística e pluralidade, conectando-se à ideia de que a abertura é espaço de acolhimento à diversidade de interpretações. Já em Os Pingos nos Is, a performatividade é ritualística e concentrada no apresentador Daniel Caniato. O início de cada programa, marcado pela expressão repetida “seis em ponto, horário oficial de Brasília”, não é apenas informativo, mas performa autoridade e pontualidade. A entonação assertiva e a repetição dos mesmos elementos discursivos funcionam como atos performativos de autoridade editorial, aproximando-se do que Motta (2007) descreve como “a força da performance na legitimação do discurso opinativo”.

A marcação ideológica, em ambos os programas, é clara, mas de formas distintas. O Estúdio I reforça a legitimidade das instituições democráticas, criticando a radicalização e ironizando tentativas de desestabilização. Já o Os Pingos nos Is legitima a visão de perseguição política, projetando o STF como vilão e Bolsonaro como vítima. Essa diferença confirma o argumento de Motta (2010), segundo o qual os modos de abertura expressam não apenas estilos narrativos, mas projetos ideológicos.





Por fim, a recepção e os efeitos das aberturas merecem destaque. Embora não tenhamos acesso direto às reações do público, os próprios programas orientam a recepção ao convocar a audiência. No Estúdio I, a frase “o principal, claro, sempre, que é você” (16/09/2025) indica uma convocação à participação crítica e mediada. No Pingos nos Is, por outro lado, o apelo é mais explícito e combativo, como quando a oposição é apresentada pedindo que a população pressione parlamentares (16/09/2025). Nesse sentido, os discursos inaugurais não apenas informam, mas predispoem a audiência a adotar posições rápidas, polarizadas e alinhadas à identidade editorial de cada programa, reforçando o papel das aberturas como filtros cognitivos e afetivos (Gomes, 2004; Maia; Choucair; Sanglard, 2021).

Assim, a análise ampliada confirma que as aberturas de Estúdio I e Os Pingos nos Is não são meras introduções formais, mas rituais midiáticos que condensam gatekeeping, framing, performatividade e marcação ideológica, predispondo a recepção do público a determinados esquemas interpretativos. Em um contexto de polarização política, esses elementos tornam-se ainda mais decisivos na disputa simbólica pela opinião pública.

Para sintetizar os padrões identificados nas oito edições analisadas, apresenta-se a seguir um quadro comparativo que destaca diferenças e semelhanças quanto ao tom discursivo, recursos retóricos, orientação interpretativa, performatividade e marcação ideológica.





Quadro 02: Comparação das aberturas de Estúdio I e Os Pingos nos Is:

Aspectos	Estúdio I	Os Pingos nos Is
Tom discursivo	Institucional, irônico, mediador	Contundente, diretivo, dramático
Recursos retóricos	Convites à participação (“chega mais”), entrevistas com autoridades, ironia crítica	Adjetivações valorativas (“excessivas”, “desproporcionais”), metáforas de antagonismo, tom de denúncia
Orientação interpretativa	Reforço da institucionalidade democrática e crítica à radicalização	Legitimação da visão de perseguição política e mobilização do público em defesa de aliados
Performidade	Voz distribuída entre comentaristas, diversidade de análises	Centralidade no apresentador
Marcação ideológica	Identidade editorial alinhada à defesa das instituições	Identidade editorial vinculada à crítica às instituições e à polarização

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras

A comparação sintetizada no quadro evidencia que, embora ambos os programas utilizem as aberturas como dispositivos de framing e mobilização discursiva, os modos de operação diferem de forma significativa. Enquanto o Estúdio I aposta na pluralidade de vozes e na valorização da institucionalidade como eixo central de interpretação, o Os Pingos nos Is reforça a narrativa de confronto e antagonismo, estruturada em torno de adjetivações e da centralidade do apresentador. Assim, a divergência entre os dois formatos não está apenas no estilo narrativo, mas na própria lógica de construção da esfera pública televisiva.





Nesse sentido, o quadro sintetiza como as aberturas funcionam como arenas rituais de posicionamento ideológico, em que a repetição de fórmulas discursivas e formais consolida identidades editoriais distintas. O Estúdio I reforça a ideia de bastidor político institucionalizado e de crítica moderada, enquanto o Pingos nos Is mobiliza seus espectadores em torno de uma visão polarizada e de oposição direta às instituições. Dessa forma, fica claro que as aberturas não são apenas introduções, mas instrumentos estratégicos de disputa simbólica, capazes de orientar percepções e predispor opiniões de maneira rápida e eficaz.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada permitiu verificar de que modo as aberturas e os discursos iniciais dos programas Estúdio I e Os Pingos nos Is configuram-se como momentos estratégicos de filtragem simbólica e enquadramento, atuando diretamente na orientação interpretativa do público. O problema de pesquisa, centrado na compreensão de como essas aberturas introduzem pautas políticas e favorecem a formação de opiniões rápidas, mostrou-se pertinente ao evidenciar o papel performativo, retórico e ideológico desses momentos inaugurais.

Os resultados demonstram que as sequências de abertura apresentam elementos recorrentes que funcionam como marcadores editoriais, tais como vinhetas, trilhas sonoras, saudações iniciais e uso de legendas, reforçando a identidade discursiva de cada programa. Verificou-se também que os discursos iniciais mobilizam recursos retóricos como adjetivações valorativas, metáforas de antagonismo, convites diretos à audiência e tom de urgência, confirmando o uso





do framing como estratégia de interpretação. Além disso, o quadro comparativo elaborado evidenciou que, enquanto o Estúdio I privilegia uma narrativa institucional, mediadora e plural, o Os Pingos nos Is enfatiza um discurso mais dramático, polarizado e centrado no apresentador, revelando divergências significativas na construção do debate político televisivo.

Conclui-se, portanto, que as aberturas não constituem apenas introduções formais, mas instâncias decisivas de disputa simbólica e ideológica, capazes de predispor a audiência a determinadas interpretações e posicionamentos. Recomenda-se, para pesquisas futuras, a ampliação do corpus de análise para outras emissoras e formatos, bem como a investigação empírica sobre os efeitos dessas aberturas na recepção do público, considerando a centralidade da mídia televisiva em contextos de polarização política.

REFERÊNCIAS

ENTMAN, Robert M. **Framing:** toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e democracia:** problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

KONDLATSCH, Rafael. **Gatekeeping no século XXI:** o controle sobre a informação em tempos de redes sociais. *Revista Famecos*, v. 28, n. 1, p. 1-18, 2021.





MAIA, Rousiley; CHOUCAIR, Nadja; SANGLARD, Rafael. Análise de enquadramentos. In: MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson (org.). **Análise de discurso e comunicação política**. Belo Horizonte: UFMG, 2021. p. 121-148.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENDONÇA, Ricardo; SIMÕES, Paula. **Televisão e identidade editorial**: vinhetas e abertura de programas jornalísticos. Revista Famecos, v. 19, n. 2, p. 87-99, 2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 14, n. 27, p. 64-78, 2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jornalismo e poder**: a lógica das narrativas políticas. Florianópolis: Insular, 2010.

PORTO, Mauro P. **Enquadramentos da mídia e política**: a cobertura das eleições de 2002. Opinião Pública, Campinas, v. 10, n. 1, p. 72-95, 2004.

PORTO, Mauro P. **Televisão e política no Brasil**: mediações de poder e visibilidade pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Timothy P. **Gatekeeping theory**. New York: Routledge, 2011.



ATAQUES EM ESCOLAS E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS COBERTURAS MIDIÁTICAS DA G1 E EBC DE SUZANO (2019) E BLUMENAU (2023)¹

Maria Clara de Moura Leal²
 Vanessa Cristina Ferreira de Alencar³
 Ruthy Manuella de Brito Costa⁴
 Universidade Estadual do Piauí

RESUMO: O artigo analisa comparativamente as coberturas jornalísticas da Agência Brasil (EBC) e do G1 sobre os ataques escolares de Suzano (2019) e Blumenau (2023), discutindo os enquadramentos éticos e narrativos da mídia. O objetivo geral é compreender como esses enquadramentos refletem transformações éticas no jornalismo brasileiro; os específicos envolvem identificar frames, princípios éticos e padrões discursivos entre mídia pública e privada. A pesquisa, de abordagem qualitativa, combina revisão bibliográfica e análise de conteúdo, fundamentando-se em Goffman (1974), Entman (1993), Van Dijk (2008), Jaramillo (2009) e Fígaro (2008). Os resultados apontam amadurecimento ético da imprensa, com foco crescente na dignidade das vítimas e na prevenção da violência.

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Graduanda do 5º período do curso de Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí, e-mail: marialcal2004@aluno.uespi.br

3. Graduanda do 5º período do curso de Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí, e-mail: vanessaalencar@aluno.uespi.br

4. Orientadora do artigo. Professora da Universidade Estadual do Piauí. Mestra em Comunicação (PPGCOM UFPI) e Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br



Palavras-chave: Violência escolar. Ataque em Blumenau. Massacre em Suzano. Ética jornalística. Cobertura midiática.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o Brasil tem enfrentado um preocupante crescimento nos episódios de violência escolar, com ataques a instituições de ensino que não apenas chocam a sociedade, mas também mobilizam a cobertura intensiva da mídia. Tais eventos, como o massacre ocorrido na Escola Estadual Raul Brasil, em Suzano (SP), em 2019, e o ataque à creche Cantinho Bom Pastor, em Blumenau (SC), em 2023, tornaram-se marcos trágicos na memória coletiva do país. Além das repercussões sociais e políticas desses atos, destaca-se o papel central da imprensa na construção do sentido público sobre tais tragédias. A maneira como esses episódios são noticiados impacta diretamente na percepção da violência, na resposta institucional e na sensibilidade ética da sociedade diante do sofrimento alheio.

Este artigo propõe uma análise comparativa das coberturas jornalísticas realizadas pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e pela Rede Globo nos casos de Suzano (2019) e Blumenau (2023), com ênfase nas mudanças editoriais ocorridas ao longo do período. A comparação se justifica tanto pela relevância dos veículos analisados, um público e um privado, com diferentes missões editoriais, quanto pela constatação de uma virada ética no jornalismo brasileiro a partir de 2023, com a adoção de diretrizes mais restritivas quanto à exposição de agressores e à espetacularização da violência. Dessa forma, o estudo busca responder à seguinte questão de pesquisa: em que medida a cobertura midiática





dos ataques escolares no Brasil revela uma mudança ética e narrativa na imprensa entre 2019 e 2023?

O objetivo geral deste estudo é analisar os enquadramentos jornalísticos adotados pela EBC e pela G1 nas coberturas dos ataques escolares em questão, observando como os veículos construíram suas narrativas, que aspectos priorizaram ou silenciaram, e de que forma tais escolhas refletem transformações editoriais e éticas na abordagem midiática da violência escolar. Para isso, três objetivos específicos orientam a análise: Examinar os elementos de enquadramento presentes nas coberturas, com foco na linguagem, seleção temática e uso de fontes; analisar criticamente os princípios éticos aplicados pelos veículos, com atenção à presença de vítimas, agressores e políticas públicas; e comparar os padrões narrativos e estratégias discursivas utilizadas pela EBC e pelo G1 nos anos de 2019 e 2023.

A metodologia adotada combina revisão bibliográfica e análise qualitativa de conteúdo. Primeiramente, fundamenta-se teoricamente na teoria do enquadramento de Erving Goffman (1974) e Robert Entman (1993), na análise crítica do discurso de Teun A. van Dijk (2008), e na discussão ética sobre cobertura jornalística de tragédias proposta por María Immaculada Jaramillo (2009). Em seguida, realiza-se um mapeamento e exame de reportagens publicadas nos portais da EBC e da Globo sobre os casos de Suzano e Blumenau, observando critérios como: foco narrativo (agressor, vítimas ou contexto), uso de imagens, presença de especialistas, contextualização e adesão a protocolos éticos.

A escolha por abordar dois momentos específicos, antes e depois da mudança editorial de 2023, permite não apenas refletir sobre como a imprensa brasileira tem lidado com a cobertura de eventos extremos, mas também identificar





avanços e limitações nos compromissos éticos do jornalismo. Ao contrastar veículos distintos e temporalidades diversas, o estudo busca contribuir para o debate sobre a responsabilidade midiática diante da violência nas escolas e sobre o papel social do jornalismo na construção de uma cultura de paz e memória sensível.

1. TEORIA DO ENQUADRAMENTO E A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

A teoria do enquadramento (*framing*) é uma das abordagens mais relevantes para entender como a notícia é construída e apresentada ao público. Introduzida por Erving Goffman em *Frame Analysis* (1974), essa teoria parte da ideia de que as pessoas interpretam o mundo a partir de estruturas cognitivas chamadas *frames*, que funcionam como molduras simbólicas capazes de organizar a experiência cotidiana. No jornalismo, esses enquadramentos guiam tanto a produção quanto a recepção das mensagens midiáticas.

Como explica Goffman (1974, p. 21), “Os indivíduos localizam, percebem, identificam e rotulam as ocorrências dentro de suas experiências, tornando-as significativas por meio de esquemas de interpretação estruturados”

Ou seja, a notícia não é um espelho da realidade, mas o resultado de escolhas editoriais que estruturam os fatos, destacando certos aspectos e silenciando outros. No caso do jornalismo, o *frame* se manifesta na seleção de temas, na escolha das fontes, nas imagens utilizadas, nos títulos e até mesmo na disposição do conteúdo.

Robert Entman (1993), ao ampliar a teoria do enquadramento para o campo da comunicação de massa, define o enquadramento como o processo de selecionar certos aspectos





da realidade percebida e destacá-los em um conteúdo comunicativo, com o objetivo de promover uma definição específica do problema, uma interpretação de suas causas, uma avaliação moral e/ou uma proposta de solução.

Esse processo, portanto, não é neutro: ele influencia diretamente a forma como o público interpreta os fatos. Ao destacar determinados elementos e minimizar outros, o enquadramento atua como um filtro simbólico e ideológico que molda o sentido do acontecimento.

Nos ambientes digitais, esses enquadramentos se tornam ainda mais evidentes. Títulos, subtítulos, imagens de capa, palavras-chave e links internos conduzem a navegação e moldam a leitura. Como destaca Reis (2010, p.63), no jornalismo online, o conteúdo não segue uma lógica linear, mas sim uma organização estratégica de visibilidade “os portais utilizam estruturas hipertextuais e recursos gráficos para hierarquizar a informação e conduzir o olhar do leitor, favorecendo determinados enfoques, temas e sujeitos”.

Essa lógica de visibilidade tende a privilegiar o que gera mais cliques, nem sempre o que é mais relevante do ponto de vista social, o que pode reforçar sentidos hegemônicos e favorecer o sensacionalismo.

Nos casos de violência escolar, os enquadramentos adotados pelos veículos são decisivos. Quando a narrativa se concentra na figura do agressor, há o risco de glamorização da violência e reforço do efeito contágio. Por outro lado, ao priorizar as vítimas, as causas sociais e as estratégias de prevenção, o jornalismo cumpre seu papel social e ético. Como Jaramillo (2009) analisa que o enquadramento dos episódios violentos influencia diretamente a forma como os envolvidos são simbolicamente posicionados e determina qual tipo de resposta a sociedade será levada a adotar, podendo variar entre





reações baseadas no medo e na punição ou em ações voltadas ao acolhimento e à prevenção.

Assim, o enquadramento vai além da técnica: ele é também um ato moral e político, pois decide o que será visível e o que será descartado na arena pública.

Nesse sentido, Gitlin (1980, p. 7) reforça que os frames são instrumentos de poder simbólico. Eles não apenas organizam o discurso, mas delimitam o próprio campo do que é possível dizer, “Os enquadramentos são rotinas de mídia que legitimam certas interpretações enquanto excluem outras, funcionando como formas invisíveis de poder cultural”.

Diante disso, observar os enquadramentos adotados por veículos como a EBC e o G1 na cobertura dos ataques de 2019 (Suzano) e 2023 (Blumenau) é essencial para compreender as mudanças editoriais nesse período. Enquanto em 2019 predominou uma abordagem centrada nos atiradores, com foco na violência e na reconstituição do crime, em 2023 houve um deslocamento importante do foco para as vítimas e para o contexto social, revelando um novo enquadramento mais responsável e preventivo.

A teoria do enquadramento, portanto, oferece as ferramentas necessárias para identificar e analisar os elementos discursivos, visuais e estruturais que compõem a narrativa midiática sobre a violência escolar. Por meio dela, é possível compreender como a mídia não apenas noticia os fatos, mas participa ativamente da construção simbólica da realidade.

2. DISCURSO, PODER E RESPONSABILIDADE ÉTICA

A mídia, mais do que uma fonte de informação, é um agente de produção simbólica. Em casos de comoção pública,





como os ataques às escolas de Suzano (2019) e Blumenau (2023), o jornalismo ocupa um papel essencial no intermédio desses eventos. Ele não apenas comunica os fatos, mas organiza as formas pelas quais a sociedade os entende.

Conforme afirma Muniz Sodré (2006), o jornalismo não reproduz a realidade tal como ela é, mas organiza as informações de acordo com formas de pensar e valores que fazem parte da cultura e dos interesses das instituições:

O jornalismo não apenas reporta fatos. Ele os organiza, os hierarquiza e os traduz em uma narrativa que faz sentido dentro de um universo simbólico compartilhado. A notícia não é o fato em si, mas um discurso sobre o fato, e como todo discurso, carrega escolhas, silenciamentos e intencionalidades (Sodré, 2006, p. 143).

Essas escolhas feitas pela mídia não são neutras nem acontecem por acaso. Elas fazem parte de disputas por poder e por controle do que é considerado verdade. Michel Foucault (1996) explica que o discurso, ou seja, a maneira como falamos sobre algo tem força real, pois determina o que pode ser dito, quem pode dizer e com qual autoridade. Nessa mesma linha de pensamento, Margarida Kunsch (2003) mostra que a mídia tem um papel central na construção da hegemonia, já que decide quais assuntos serão divulgados, como serão tratados e quem poderá se expressar. Com isso, reforça algumas visões de mundo e apaga outras, atuando como um agente político na formação da opinião pública.

Uma das estratégias mais comuns que o jornalismo usa para parecer confiável é a ideia de objetividade. No entanto, essa objetividade não é algo neutro ou natural, mas sim criada. Como explica Claudia Lago (2007, p. 16), “a





objetividade funciona como uma estratégia discursiva que sustenta a credibilidade da informação e do próprio veículo, mesmo quando está a serviço de interesses específicos”. Mais do que separar fato e opinião, esse conceito funciona como uma forma de discurso usada para dar credibilidade ao que está sendo dito.

Quando o jornalismo cobre tragédias, não basta ter técnica é preciso ter responsabilidade ética. Usar sensacionalismo, explorar o medo ou mostrar imagens e nomes dos agressores pode piorar ainda mais a situação, alimentando a violência e deixando marcas negativas na memória das pessoas. Por isso, a ética deve estar no centro da prática jornalística. Como destaca Roseli Fígaro (2008), “O jornalismo ético é aquele que se compromete com o interesse público, mas também com a dignidade dos sujeitos envolvidos na notícia” (Fígaro, 2008, p. 34). Assim o jornalismo deve se comprometer não só com a informação, mas também com o respeito à dignidade das pessoas envolvidas.

A função da mídia vai além de só passar informação: ela também influencia a opinião das pessoas, ajuda a formar valores e pode tanto ajudar a espalhar a violência quanto a combatê-la.

3. VIOLÊNCIA ESCOLAR, MÍDIA E O EFEITO CONTÁGIO

A violência em escolas tem crescido em vários países, e no Brasil isso ficou muito evidente em ataques como o ocorrido na Escola Estadual Raul Brasil, em Suzano (SP), em 13 de março de 2019, e na creche Cantinho Bom Pastor, em Blumenau (SC), em 5 de abril de 2023. Apesar das diferenças nas motivações, esses casos tiveram grande impacto na mídia,





que muitas vezes ultrapassa seu papel de informar e passa a explorar o sensacionalismo, causando efeitos sociais, emocionais e comportamentais que vão muito além do fato em si.

Nesse contexto, a mídia assume um papel equivocados. Ela tem o dever de informar e explicar o que acontece, mas pode acabar, mesmo sem querer, ajudando a propagar o chamado efeito contágio, quando a divulgação dos ataques inspira outras pessoas a cometerem atos semelhantes. Como alerta o relatório da UNESCO (2021):

Ataques em ambientes escolares provocam medo generalizado e desestabilizam as comunidades. A forma como esses ataques são noticiados influencia diretamente a percepção social do problema e pode estimular a reprodução de atos violentos por indivíduos vulneráveis, que buscam notoriedade ou se identificam com narrativas distorcidas de vingança ou heroísmo (UNESCO, 2021, p. 12).

Esse fenômeno, também conhecido como copycat effect, já foi estudado por diversos autores, como Newman et al. (2004), que destacam o risco da ampla divulgação de detalhes violentos inspirar ações similares.

No Brasil, a cobertura do ataque em Suzano (2019) foi marcada pela exposição intensa dos agressores, com a divulgação de vídeos, imagens e até motivações pessoais, além de detalhes logísticos do crime. Bock (2022, p.45) destaca que essa prática contribui para a construção de mitos em torno dos agressores, reforçando a centralidade deles na narrativa: “Ao focar repetidamente nos perfis e histórias dos autores, a mídia cria uma mitologia da violência que glorifica





ou centraliza esses indivíduos, alimentando uma cultura do medo e da tragédia que atende aos interesses da audiência”.

Essa abordagem era comum naquele período e seguia uma lógica de apelo ao sensacionalismo e realismo trágico, onde o horror e o choque dominam a narrativa jornalística (Sodré, 2009). Entretanto, entre 2019 e 2023, houve uma mudança importante no tratamento midiático desses casos. Pressionados por críticas públicas e por orientações técnicas de órgãos como a Associação Brasileira de Psiquiatria e o Ministério da Saúde, os veículos começaram a adotar medidas para reduzir os riscos do efeito contágio.

No ataque de Blumenau (2023), por exemplo, os principais meios de comunicação optaram por ocultar a identidade do agressor, dando maior destaque às vítimas e incluindo especialistas para explicar o contexto do fenômeno, relacionando-o a questões como saúde mental, exclusão social e prevenção da violência (G1, 2023; EBC, 2023).

Essa mudança não foi apenas uma decisão isolada, mas representa uma evolução ética no jornalismo brasileiro. Como ressalta Christofolletti (2011), o jornalismo deve ir além da simples reprodução da realidade e contribuir para uma esfera pública mais responsável e segura: “O jornalismo ético não se limita a informar, mas deve ser um agente ativo na construção de um espaço público que promova a responsabilidade social, evitando práticas que possam incentivar a violência e o medo” (Christofolletti, 2011, p. 78).

Além disso, estudos recentes mostram que motivações para esses ataques frequentemente envolvem ressentimentos, exclusão social, masculinidade tóxica e identificação com subculturas extremistas na internet, alimentadas por fóruns anônimos e redes sociais (Oliveira; Pinto, 2023). A mídia tem papel fundamental na forma como esses discursos são





retratados, podendo reforçá-los ou enfraquecê-los.

Assim, a decisão estratégica de silenciar o agressor, adotada por veículos como Globo e EBC em 2023, visa justamente interromper a busca por reconhecimento simbólico, que é um dos fatores que motivam esses crimes (Muschert, 2007).

Dessa forma, analisar a cobertura midiática dos casos de Suzano e Blumenau exige não só um olhar técnico para as estratégias narrativas, mas também uma reflexão ética sobre os limites e responsabilidades do jornalismo diante da violência escolar. Ao proteger a identidade dos agressores, focar nas vítimas e apresentar o fenômeno como um problema complexo e coletivo, a mídia pode ajudar a quebrar o ciclo de destaque e colaborar para a prevenção de novas tragédias.

4. ANÁLISE COMPARATIVA DOS ENQUADRAMENTOS ÉTICOS DA EBC E G1:

A cobertura midiática de tragédias em instituições educacionais no Brasil passou por uma significativa inflexão editorial entre os anos de 2019 e 2023, com impactos importantes na forma como a sociedade compreende e reage a episódios de violência extrema. O presente texto tem como objetivo realizar uma análise comparativa das abordagens adotadas pelos veículos Agência Brasil de Comunicação (EBC), vinculada à Empresa Brasil de Comunicação, e Globo, especificamente por meio de sua plataforma G1, durante a cobertura dos atentados ocorridos na Escola Estadual Raul Brasil, em Suzano (SP), no ano de 2019, e na creche Cantinho Bom Pastor, em Blumenau (SC), em 2023.

A comparação tem como ponto de partida quatro matérias de cada veículo, sendo duas da EBC e duas do G1





para o caso de Suzano, e três do G1 e apenas uma da EBC para o caso de Blumenau. O recorte busca observar tanto a estrutura narrativa das reportagens quanto os critérios éticos de divulgação, com especial atenção à exposição de vítimas, identificação de agressores e uso de imagens ou linguagem de impacto. Importa, aqui, ressaltar que o viés analítico atribuído à EBC considera sua natureza pública e seu compromisso com o interesse coletivo, o que pode ter contribuído para a adoção de uma linha editorial mais ética desde os primeiros registros de tais episódios, diferentemente da Globo, cuja mudança de postura parece ter se consolidado apenas após 2020, impulsionada por pressões sociais e evidências científicas sobre os riscos da superexposição midiática desses eventos.

No caso de Suzano, a primeira matéria da EBC intitulada “Tiroteio em escola deixa pelo menos oito mortos na Grande São Paulo” (Agência Brasil, 2019a) apresenta uma cobertura direta, com foco nas vítimas e na confirmação dos fatos, sem explorar elementos gráficos ou narrativas que possam potencializar o pânico ou a comoção. A linguagem é informativa, centrada em dados verificados e fontes oficiais, como o Corpo de Bombeiros e a Polícia Militar, e não há menção aos autores do ataque de forma identificável. A matéria seguinte, “Tragédia em Suzano provoca consternação; autoridades se manifestam” (Agência Brasil, 2019b), reforça essa linha editorial, ao dar protagonismo às reações institucionais e políticas frente ao evento, destacando o luto nacional e os esforços de amparo às famílias.

Esse modo de organizar a narrativa está em consonância com o que Goffman (1974) define como enquadramento: uma estrutura interpretativa que orienta o olhar e confere sentido à experiência social. Ao privilegiar as vítimas e as





instituições, a EBC constrói um frame que convida à empatia e à ação coletiva, em vez de à curiosidade mórbida.

Já no caso da cobertura da Globo (G1), observa-se uma abordagem significativamente distinta em 2019. A matéria “Cronologia: massacre em Suzano” (G1, 2019a) organiza os eventos em uma linha do tempo detalhada, incluindo os passos dos agressores antes, durante e após o ataque. A narrativa apresenta um alto grau de minúcia operacional, o que, embora possa se justificar por critérios jornalísticos de apuração, favorece a criação de uma memória detalhada dos criminosos. A matéria “Tiros deixam feridos em escola de Suzano” (G1, 2019b), por sua vez, emprega linguagem sensorial e emocional, descrevendo gritos, sons de disparos e reações em cadeia que ampliam o efeito de choque. Ambas as matérias também fazem uso de imagens e vídeos colhidos em redes sociais ou no local, o que contribui para a espetacularização do episódio.

Essa escolha discursiva reflete o que Van Dijk (2008) identifica como prática de poder simbólico no discurso: a capacidade da mídia de determinar quais aspectos dos fatos ganham centralidade e quais são silenciados. Nesse caso, ao centralizar o agressor e a violência, o G1 reforça uma hierarquia de sentidos que transforma a tragédia em espetáculo, fenômeno que Sodré (2006) descreve como a comunicação do grotesco, em que o horror é mobilizado para sustentar o interesse narrativo.

Esse contraste inicial permite uma primeira constatação: a EBC, mesmo em 2019, já demonstrava maior cautela editorial ao tratar tragédias escolares, enquanto a Globo ainda se mantinha dentro de um paradigma de cobertura tradicional, marcado por forte carga emocional e apelo visual. O quadro comparativo abaixo sintetiza esses elementos:





Quadro 1 – Comparativo editorial entre EBC e Globo (Suzano, 2019)

CRITÉRIOS	EBC	G1
Foco narrativo	Vítimas, autoridades, contexto social	Agressor, linha do tempo do ataque
Exposição de agressores	Mínima, sem nome ou foto	Identificação completa, com histórico
Linguagem	Objetiva, respeitosa, contida	Emocional, sensorial, com detalhamento
Fontes	Oficiais, institucionais	Oficiais + populares (redes sociais)
Imagens e Vídeos	Sem imagens explícitas	Uso de Imagens e vídeos explícitos

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras

Essa diferença de abordagem, contudo, começa a se atenuar significativamente a partir de 2023, com a cobertura do atentado em Blumenau. O caso teve ampla repercussão nacional e internacional, e, à semelhança de Suzano, envolveu vítimas em idade escolar, com grande comoção social. Contudo, tanto a EBC quanto a Globo adotaram abordagens visivelmente mais éticas, centradas na dignidade das vítimas e na necessidade de prevenção.

A única matéria publicada pela Agência Brasil, “Homem invade creche em Blumenau e mata quatro crianças” (Agência Brasil, 2023), mantém sua tradicional objetividade e brevidade. Não há menção ao nome do agressor, tampouco à sua trajetória pessoal. A narrativa prioriza o impacto do evento sobre a comunidade, o trabalho de assistência psicológica às famílias e as respostas institucionais, o que remete ao princípio ético apontado por Fígaro (2008), segundo o qual





o jornalismo responsável deve equilibrar o dever de informar e o respeito à dignidade dos sujeitos noticiados.

Na cobertura do G1, observa-se uma virada editorial significativa. As matérias “Ataque à creche em Blumenau: o que se sabe e o que falta esclarecer” (G1, 2023a) e “Ataque à creche de Blumenau” (G1, 2023b) seguem um roteiro informativo mais sóbrio, destacando apenas os fatos confirmados, explicando o contexto do crime sem glorificar o autor e evitando termos sensacionalistas. Também se nota o esforço em trazer especialistas da área da saúde mental e segurança pública, ampliando o escopo da análise e deslocando o foco do criminoso para a rede de apoio às vítimas e as medidas preventivas.

Essa reformulação de frames jornalísticos corresponde ao que Entman (1993) descreve como redefinição da narrativa midiática: selecionar e salientar certos aspectos da realidade para promover interpretações e soluções específicas. O deslocamento do foco do agressor para as vítimas evidencia um novo enquadramento ético, alinhado ao que Jaramillo (2009) denomina cobertura humanizada, aquela que prioriza a empatia e evita a revitimização.

Essa convergência de postura entre EBC e Globo em 2023 reflete não apenas uma mudança editorial pontual, mas uma transformação estrutural na maneira como tragédias escolares passaram a ser abordadas pela imprensa. Essa evolução também pode ser lida à luz de Foucault (1996), para quem o discurso é uma prática de poder: ao escolher o que dizer (e o que calar), o jornalismo redefine os limites do aceitável e reorganiza as relações entre saber e autoridade.

Se em 2019 havia uma clara dissonância entre a abordagem da imprensa pública e da privada, em 2023 nota-se uma aproximação substancial, com um padrão comum de





cautela e responsabilidade, ainda que a cobertura da EBC permaneça mais enxuta e objetiva, e a da Globo, mesmo comedida, continue com maior volume de informações.

Dessa forma, a análise das duas coberturas permite evidenciar o amadurecimento da mídia brasileira no trato de eventos traumáticos em espaços escolares. A EBC, por sua configuração institucional, desponta como precursora de práticas jornalísticas mais cuidadosas, enquanto a Globo, embora inicialmente mais sensacionalista, adere gradualmente a um novo código de ética informativa, alinhando-se às melhores práticas internacionais. Essa mudança vai ao encontro do que Christofolletti (2011) propõe como função ética do jornalismo: atuar como mediador social capaz de construir um espaço público de responsabilidade e segurança simbólica.

A convergência entre ambos é não apenas desejável, mas indispensável em um cenário marcado por crescente violência simbólica e real, em que a mídia pode funcionar tanto como catalisador de traumas quanto como agente de proteção social.

5. CONSIDERAÇÕES

A presente análise evidenciou transformações significativas no modo como a mídia brasileira, especialmente os veículos Globo (G1) e EBC (Agência Brasil), têm tratado tragédias ocorridas em ambientes escolares. Por meio do co-tejamento entre as coberturas de dois eventos traumáticos, o massacre em Suzano (2019) e o ataque à creche em Blumenau (2023), foi possível identificar não apenas diferenças estruturais nas abordagens jornalísticas desses veículos, mas também uma evolução geral no entendimento ético sobre o papel da mídia diante de eventos violentos de repercussão nacional.





Em resposta ao problema de pesquisa proposto, em que medida a cobertura midiática dos ataques escolares no Brasil revela uma mudança ética e narrativa na imprensa entre 2019 e 2023, conclui-se que essa transformação foi profunda e representou uma inflexão no modo como a violência escolar passou a ser narrada e enquadrada pelo jornalismo nacional. Enquanto em 2019 a cobertura ainda se baseava, em grande parte, em estratégias sensacionalistas e em uma narrativa centrada nos agressores, em 2023 observa-se uma mudança expressiva: a cobertura torna-se mais ética, empática e informativa, priorizando as vítimas, o contexto social e as medidas de prevenção.

Enquanto em 2019 a Globo ainda operava sob uma lógica editorial pautada pelo sensacionalismo, com foco narrativo na figura dos agressores e uso expressivo de imagens impactantes, a EBC demonstrava, já naquele momento, um cuidado maior com a dignidade das vítimas e a contenção narrativa, postura condizente com seu papel institucional como mídia pública. Tal precocidade ética da Agência Brasil contribui para consolidar sua credibilidade como veículo comprometido com o interesse coletivo e a integridade social.

Contudo, o que se observa de forma particularmente relevante é a virada editorial da Globo a partir de 2023, em especial na cobertura do ataque em Blumenau, onde predominou uma narrativa mais contida, informativa e empática, voltada à reconstrução coletiva e à prevenção de novos episódios. Essa inflexão pode ser atribuída a múltiplos fatores, entre eles a pressão de entidades da sociedade civil, avanços nas pesquisas acadêmicas sobre os efeitos nocivos da exposição midiática de crimes violentos e o amadurecimento institucional dos próprios meios de comunicação.





Neste cenário, é essencial reconhecer que a imprensa ocupa um lugar estratégico na mediação entre o fato e sua interpretação pública. Isso implica responsabilidades amplas, que vão muito além da apuração dos fatos. Ao narrar uma tragédia escolar, o jornalismo não apenas informa: ele molda a memória coletiva, influencia políticas públicas e pode, inclusive, impactar diretamente a segurança futura das escolas, ao estimular (ou não) comportamentos imitativos por parte de indivíduos vulneráveis.

Diante disso, o presente estudo aponta algumas direções para futuras pesquisas sobre o tema, que podem ampliar a compreensão crítica acerca do papel da mídia: investigar a recepção das coberturas jornalísticas pelo público; analisar a atuação das redes sociais na disseminação de conteúdos sobre atentados escolares; propor diretrizes éticas jornalísticas específicas para tragédias escolares; e estudar o impacto psicológico da cobertura midiática sobre estudantes e profissionais da educação.

Para pesquisadores, comunicadores e gestores de políticas públicas, a mensagem que permanece é clara: cobrir não é apenas relatar; é também cuidar. O jornalismo, como prática social, deve caminhar na direção de uma ética da responsabilidade, na qual a precisão da informação seja acompanhada pela sensibilidade diante do sofrimento humano. Em tempos de crescente polarização e banalização da violência, a escolha entre informar e proteger não pode ser vista como dilema, mas como dever complementar.

Por fim, destaca-se que este tipo de análise, que contrapõe veículos públicos e privados em contextos de cobertura traumática, é uma ferramenta fundamental para se pensar um jornalismo cada vez mais ético, plural e orientado ao bem comum. A mudança observada entre 2019 e 2023 confirma que





a imprensa brasileira está em processo de amadurecimento ético e discursivo, um avanço que não apenas responde ao problema de pesquisa aqui proposto, mas também aponta para a consolidação de uma cultura jornalística mais responsável e comprometida com a construção de uma sociedade menos violenta e mais empática.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Homem invade creche em Blumenau e mata quatro crianças.** Agência Brasil, Brasília, 5 abr. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-04/homem-invade-creche-em-blumenau-e-mata-quatro-criancas>. Acesso em: 26 jun. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. **Tiroteio em escola deixa pelo menos oito mortos na Grande São Paulo.** Agência Brasil, Brasília, 13 mar. 2019a. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-03/tiroteio-em-escola-deixa-pelo-menos-oito-mortos-na-grande-sao-paulo>. Acesso em: 26 jun. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. **Tragédia em Suzano provoca consternação; autoridades se manifestam.** Agência Brasil, Brasília, 13 mar. 2019b. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-03/tragedia-em-suzano-provoca-consternacao-autoridades-se-manifestam>. Acesso em: 26 jun. 2025.

ENTMAN, Robert M. **Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.** *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.





FÍGARO, Roseli. **Comunicação e trabalho: um olhar sobre o jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

G1. **Ataque à creche de Blumenau**. G1, Santa Catarina, 5 abr. 2023b. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2023/04/05/ataque-creche-blumenau.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2025.

G1. **Ataque à creche em Blumenau: o que se sabe e o que falta esclarecer**. G1, Santa Catarina, 5 abr. 2023a. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2023/04/05/ataque-a-creche-em-blumenau-o-que-se-sabe-e-o-que-falta-esclarecer.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2025.

G1. **Cronologia: massacre em Suzano**. G1, São Paulo, 13 mar. 2019a. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2019/03/13/cronologia-massacre-em-suzano.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2025.

G1. **Tiros deixam feridos em escola de Suzano**. G1, São Paulo, 13 mar. 2019b. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2019/03/13/tiros-deixam-feridos-em-escola-de-suzano.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2025.

GITLIN, Todd. **The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left**. Berkeley: University of California Press, 1980.





GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. New York: Harper & Row, 1974.

JARAMILLO, María Immaculada. **Ética na cobertura de tragédias: um desafio permanente para o jornalismo**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BRITTOS, Valério Cruz (org.). **Mídia e violência: ensaios da realidade brasileira**. São Paulo: Intercom, 2009. p. 201–212.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LAGO, Claudia. **Jornalismo e discurso: sentidos atribuídos às coberturas de acontecimentos de grande impacto**. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marlene (org.). **Jornalismo: modelos de produção e recepção**. São Paulo: Contexto, 2007. p. 13–27.

REIS, Liliane Dutra. **Notícia online: os desafios da produção jornalística na internet**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a mídia**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.



JORNALISMO EM 60 SEGUNDOS: A RECEPÇÃO DOS VÍDEOS CURTOS NO TIKTOK¹

Vanessa Cristina Ferreira de Alencar²
 Ruthy Manuella de Brito Costa³
 Universidade Estadual do Piauí

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar de que forma os vídeos curtos no TikTok influenciam a percepção de credibilidade e a compreensão das notícias entre jovens. Para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, baseada em um grupo focal composto por 13 estudantes que avaliaram dois vídeos jornalísticos com duração de 59 segundos cada, um produzido pelo G1, com narração e contextualização, e outro publicado por O Tempo, estruturado apenas com imagens e legendas. As discussões revelaram que os participantes reconhecem o potencial do formato curto como uma forma rápida e acessível de se informar, mas apontaram a importância da narração e da clareza para a segurança da credibilidade. O vídeo do G1 foi apontado como mais confiável e eficiente para se manter informado, sendo avaliado positivamente por 92% dos jovens, enquanto o de O Tempo foi considerado superficial e pouco confiável, devido à ausência de narração e à dificuldade de compreensão apenas pelas legendas. Os resultados mostram que os vídeos curtos podem atrair e engajar o público, mas não substituem

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Graduanda do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí. E-mail: vanessaalencar@aluno.uespi.br.

3. Orientadora do artigo. Professora da Universidade Estadual do Piauí. Mestra em Comunicação (PPGCOM UFPI) e Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br





conteúdos mais aprofundados, funcionando como um ponto inicial para o interesse em notícias. Conclui-se que o TikTok pode ser explorado como espaço jornalístico, desde que adaptado de forma crítica e responsável, sem abrir mão da clareza, da contextualização e da verificação da informação.

Palavras-Chave: TikTok; Jornalismo digital; Consumo de notícias; O Tempo; G1.

INTRODUÇÃO

O jornalismo moderno enfrenta o desafio de se adaptar a novas formas de circulação da informação em um cenário marcado pela popularização das plataformas digitais. Entre os jovens, essas mudanças são ainda mais significativas, pois eles cresceram em um ambiente de múltiplas telas e conectividade constante (Palfrey; Gasser, 2008; Tapscott, 2010). Nesse contexto, o TikTok se consolidou como uma das principais redes sociais utilizadas para o consumo de notícias, ainda que seu funcionamento esteja atrelado a uma lógica de vídeos rápidos, dinâmicos e, que muitas das vezes são superficiais.

Esse novo ambiente comunicacional exige uma reflexão sobre como os jovens recebem conteúdos jornalísticos nesse formato, e de que forma avaliam a credibilidade, clareza e profundidade. Henry Jenkins (2009), ao falar sobre a convergência cultural, lembra que os jovens não são apenas consumidores, mas agora produtores que moldam práticas culturais e informativas. Já Kovach e Rosenstiel (2003) destacam que, independentemente da plataforma, o jornalismo só mantém sua relevância quando preserva a verificação e o compromisso com a verdade.





Esses pontos se tornam ainda mais complexos no ambiente das redes, marcado pela chamada plataformização do jornalismo (Longhi, 2021), já que veículos precisam adaptar conteúdos à lógica de ambientes criados para o entretenimento. Ao mesmo tempo, isso exige do público uma postura mais crítica e reflexiva. Como é apontado por Spinelli e Portas (2025) a literacia midiática é essencial para o exercício da cidadania pois permite que os indivíduos compreendam, analisem e até mesmo produzam conteúdo midiático de forma crítica, não sendo limitado a consumir informações de maneira passiva.

Nesse cenário, este estudo tem como problema de pesquisa: como o formato de vídeos curtos no TikTok impacta a percepção de credibilidade e a compreensão das informações jornalísticas por parte do público jovem?. O objetivo geral deste artigo é investigar os efeitos desse formato na recepção de conteúdos jornalísticos, com foco nos vídeos do G1 e de O Tempo. Os objetivos específicos são: Identificar como os jovens avaliam a credibilidade dos vídeos jornalísticos no TikTok; examinar sua percepção sobre a profundidade e a clareza da informação apresentada; e analisar se os vídeos curtos estimulam o engajamento com conteúdos jornalísticos mais longos.

A metodologia adotada foi de abordagem qualitativa exploratória, por meio da realização de um grupo focal com 13 jovens. Os participantes assistiram a dois vídeos de 59 segundos cada, um do G1, que utilizava narração e contextualização, e outro do O Tempo, com estrutura de apenas imagens e legendas. Após a exibição, responderam a questões sobre credibilidade, clareza e profundidade. As respostas foram registradas em formulário e analisadas com ponto de partida da literatura discutida na fundamentação teórica. De forma





geral, os resultados apontaram que os jovens consideram os vídeos curtos uma forma rápida e acessível de notícias, mas apontam a importância da narração e da contextualização para a garantia da clareza e credibilidade.

1. JOVENS E O CONSUMO DE NOTÍCIAS NO AMBIENTE DIGITAL

O consumo de notícias entre os jovens tem se transformado nas últimas décadas, em especial a partir da popularização das tecnologias digitais. Essa geração, muitas vezes chamada de “nativa digital” (Palfrey; Gasser, 2008; Tapscott, 2010), cresceu em um ambiente marcado pelas múltiplas telas e pela conectividade constante. O que acaba influenciando diretamente a forma como buscam informações e se relacionam com o jornalismo. Henry Jenkins (2009a, p. 343) explica esse fenômeno a partir do conceito de convergência cultural: “Onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

O autor destaca que os jovens são protagonistas desse processo, pois “eles são os guardiões das práticas culturais”. Em outras palavras, são eles que ditam tendências e moldam o consumo midiático, adaptando as práticas jornalísticas ao seu cotidiano digital.

Janet Kolodzy (2006) ressalta que a forma como os jovens consomem notícias hoje influenciará a maneira como se manterão informados futuramente. Isso reforça a importância de compreender esse público e de investigar como ele enxerga a credibilidade e a relevância do jornalismo. Isso mostra que o consumo de informação entre jovens não pode





ser entendido apenas de maneira instrumental, mas também como prática cultural e social, já que o acesso à notícia circula em meio às interações em redes sociais digitais.

Do ponto de vista jornalístico, Nelson Traquina (2005, p.223) lembra que “a informação é essencial para o exercício da cidadania. O jornalismo, ao fornecer relatos sobre a atualidade, desempenha um papel central na formação da opinião pública e no fortalecimento da democracia”. O pensamento de Traquina evidencia que o jornalismo não se limita a relatar fatos, mas cumpre um papel social ao fortalecer a cidadania e a democracia. Isso destaca a importância de produzir informação clara e confiável, especialmente no ambiente digital.

Por outro lado, estudos mostram que os jovens muitas vezes priorizam a agilidade e a praticidade no consumo de informações. Silva (2021) aponta que o jornalismo nas plataformas digitais vive com o desafio de equilibrar atratividade e profundidade, o que muitas vezes acaba gerando uma simplificação exagerada de assuntos complexos. Nos vídeos curtos, isso fica ainda mais evidente, já que as limitações técnicas e a pressão por conteúdos chamativos reduzem o espaço de maior detalhamento. Ainda assim, como é lembrado por Dantas e Barbosa (2022), esses formatos, quando bem pensados, podem ser um primeiro passo para despertar o interesse do público e levá-lo a buscar informações mais completas depois.

O desafio que se coloca ao jornalismo, portanto, é equilibrar a busca por formatos mais rápidos e acessíveis, como os vídeos curtos no Tik Tok. Com a necessidade de garantir profundidade, clareza e credibilidade. Como afirmam Kovach e Rosenstiel (2003), a essência do jornalismo está no compromisso com a verificação, independentemente da plataforma em que a informação circula.





2. PLATAFORMAS DIGITAIS E CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

O ambiente digital transformou a prática jornalística e abriu novos espaços de circulação da informação. As plataformas digitais, especialmente as redes sociais, passaram a mediar a relação entre veículos e público, funcionando não só como canais de distribuição, mas também como lugares de disputa pela atenção e pela confiança. Como destaca Jorge Ribeiro (2003):

A Internet vem oferecer um novo ambiente para a construção do discurso jornalístico. Diferente do rádio, da televisão ou do impresso, a Internet é o somatório de todos eles e, ainda por cima, com uma capacidade de interação muito maior e real (Ribeiro, 2003, p. 6).

Nesse cenário, o TikTok, que começou como um espaço voltado ao entretenimento, passou a ser usado também para a divulgação de notícias, e isso abriu espaço para novas linguagens e formatos.

Segundo Longhi (2021), existe uma tendência de “plataformização do jornalismo”, ou seja, os veículos precisam se adaptar às lógicas de ambientes que não foram criados para informar, mas que passaram a ser usados com esse fim. Essa adaptação, no entanto, levanta um questionamento importante: até que ponto a simplificação da linguagem pode comprometer a profundidade e a confiança no conteúdo?

Oliveira (2023) observa que o tiktok estabelece novas formas de narrar e exige que os jornalistas adequem suas práticas às expectativas do público. Para a autora, o desafio





é justamente equilibrar a atratividade da linguagem rápida e visual com os princípios éticos do jornalismo.

Kovach e Rosenstiel (2003) reforçam que a essência do jornalismo está no compromisso com a verificação e com a confiança que o público deposita na informação. Mas, no meio digital, a credibilidade não depende apenas do conteúdo produzido, e sim da forma como ele circula e é percebido dentro das plataformas.

Kimberlin Valerio (2023) lembra que muitas vezes, os veículos ainda não criam conteúdos originais para o TikTok, mas apenas adaptam materiais feitos para outras redes. Essa escolha, por mais prática que seja, pode interferir na forma como o público enxerga a confiabilidade da informação.

3. RECEPÇÃO E LITERACIA MIDIÁTICA EM AMBIENTES DIGITAIS

Diferente da lógica tradicional, em que a audiência recebia conteúdos sem interferência, no ambiente digital o público participa, interage e até produz respostas. Hoje já não faz sentido pensar no público como alguém que apenas recebe a informação de forma passiva. Como é apontado por Manuel Castells (2009), o receptor se torna também produtor. Isso muda a lógica da comunicação, que antes era quase toda do emissor para a audiência. Nesse novo cenário, o jornalismo enfrenta o desafio de reconhecer e dialogar com essa audiência ativa.

Nesse cenário, a literacia midiática surge como um aliado, não apenas para consumir conteúdos de forma consciente, mas também para entender e interagir com diferentes tipos de mídias. Ela envolve olhar para as informações com atenção, questionar o que é apresentado e até mesmo criar





conteúdos de forma crítica. Como é destacado por Spinelli e Portas (2025, p. 80), “A literacia midiática é essencial para o exercício da cidadania, pois permite que os indivíduos compreendam, analisem e criem conteúdo midiático de forma crítica e informada”.

No caso dos jovens que usam o TikTok, essa habilidade se torna ainda mais importante, já que eles navegam por uma rede de vídeos curtos e muitas das vezes atrativos, para assim filtrar e interpretar informações de acordo com suas próprias necessidades. Esse apontamento reforça a importância de unir jornalismo de qualidade com educação midiática, ajudando o público a se tornar mais consciente e crítico no consumo da informação.

Mônica Fantin (2018) complementa essa discussão ao mostrar que literacia midiática é resumida ao lado técnico. Para a autora, educar midiaticamente significa também formar sujeitos reflexivos e capazes de lidar com a enxurrada de informações que circulam diariamente.

Para os jovens, que transitam entre diferentes plataformas, essa capacidade é essencial, é ela que vai determinar se a notícia será mais um conteúdo consumido rapidamente ou se será entendida de maneira consciente. Henry Jenkins (2009) lembra que vivemos em uma cultura participativa, em que os jovens não apenas consomem, mas também compartilham e reproduzem informações.

Assim, discutir recepção e literacia midiática em ambientes digitais é pensar em um público mais ativo e crítico, mas que esteja preparado para lidar com a complexidade do jornalismo moderno. O que reforça a importância de unir práticas jornalísticas responsáveis com educação midiática, para assim formar cidadãos capazes de interagir com a informação de maneira consciente.





4. CLAREZA E CONFIABILIDADE EM CONTRASTE: A RECEPÇÃO DOS VÍDEOS JORNALÍSTICOS NO TIKTOK

A análise do grupo focal contou com a participação de 13 jovens universitários, sendo 7 homens e 6 mulheres, com idades entre 18 e 27 anos. Os participantes foram selecionados por conveniência, todos estudantes do ensino superior e usuários ativos da plataforma TikTok, o que garante que sejam nativos digitais e consumidores regulares do formato de vídeos curtos. Essa escolha teve como objetivo reunir um grupo que representasse o público jovem contemporâneo, no qual a rotina informativa está fortemente associada ao ambiente digital.

A coleta dos dados ocorreu entre os dias 25 e 26 de setembro de 2025, por meio de formulário eletrônico, no qual continha 11 perguntas, sendo 10 de múltipla escolha e 1 aberta. As perguntas tinham caráter qualitativo e exploratório, buscando compreender como os elementos de narração, legendas e edição influenciavam a percepção dos participantes sobre a clareza, credibilidade e a profundidade das informações apresentadas nos vídeos jornalísticos.

O grupo focal foi estruturado em três principais etapas:

1. Discussão inicial sobre hábitos de consumo de notícias e as plataformas mais utilizadas para esse fim.
2. Exibição dos dois vídeos-estímulo, apresentados de forma sequencial, um produzido pelo G1⁴, com narração e contextualização, e outro do O Tempo⁵, com foco em imagens e legendas;

4. <https://vt.tiktok.com/ZSD447Akm/>

5. <https://vt.tiktok.com/ZSD44VNVM/>





3. Discussão comparativa das percepções dos participantes, levando em consideração clareza, credibilidade, profundidade e interesse em buscar informações complementares.

Essa metodologia permitiu compreender de que forma os jovens interpretam e avaliam o jornalismo em formatos curtos, evidenciando as relações entre linguagem, confiança e engajamento com o conteúdo noticioso.

A análise das respostas do grupo focal evidencia percepções distintas sobre a clareza, a profundidade e a credibilidade dos vídeos jornalísticos curtos no TikTok. De modo geral, os jovens participantes demonstraram reconhecer a importância do formato como meio de acesso rápido à informação, mas também levantaram críticas relacionadas à superficialidade e à forma de apresentação. Outro ponto relevante dessa análise é que ambos os vídeos analisados possuem praticamente a mesma duração, cerca de 59 segundos. Esse tempo reduzido evidencia a lógica das plataformas digitais, que priorizam formatos rápidos e diretos, mas também reforça a percepção dos participantes de que a profundidade das informações fica limitada. Essa limitação temporal ajuda a compreender as críticas e os elogios apontados em seguida: enquanto alguns elementos de linguagem conseguem facilitar a compreensão, outros acabam dificultando a experiência do público.

Os resultados da pesquisa conversam diretamente com o apontamento feito por Longhi (2021) sobre os riscos da plataforma do jornalismo ao se adaptar as lógicas de redes, como o TikTok, em que os veículos tendem a simplificar os conteúdos, priorizando formatos rápidos em detrimento da profundidade. Esse resultado explica, em parte, que apenas





30,8% dos participantes acreditam que os vídeos analisados abordam o tema com profundidade suficiente, enquanto a maioria, 53,8%, considera que isso acontece apenas parcialmente, e outros 15,4% consideraram que a abordagem é rasa. Isso mostra que, embora os formatos curtos consigam atrair e prender a atenção, eles ainda deixam lacunas quando o público espera mais contexto e detalhamento. O desafio, portanto, não está em escolher entre ser rápido ou profundo, mas em encontrar um ponto de equilíbrio.

Os participantes afirmaram que a narração do G1 ajudou a deixar a mensagem mais compreensível, enquanto no caso de O Tempo o uso da legenda longa foi criticado, pois dificultava o acompanhamento das imagens. Um participante afirmou: “No G1 me chamou muita atenção que eles narrem e traduziram o que as pessoas estavam dizendo e isso traz muito mais clareza para o telespectador”. Nas respostas encontradas, observou-se que muitos valorizaram a narração presente no vídeo do G1, entendendo-a como um recurso que facilita a compreensão do conteúdo. E cerca de 92% afirmaram que o formato do G1 com narração e explicação é mais eficiente para se informar. Esse fala conversa com Jenkins (2009), quando destaca que o público jovem atua como protagonista da convergência cultural, demandando narrativas mais acessíveis e interativas. A narração, nesse sentido, não apenas transmite a informação, mas também cria pontes de compreensão.

Enquanto outros, apontaram limitações no vídeo de O Tempo, principalmente pela legenda longa e a ausência de narração. Um dos participantes comentou que “na correria do dia um vídeo sem narração pode terminar prejudicando a informação e colocando até mesmo descrédito nela”. Esse apontamento reforça a preocupação trazida por Oliveira





(2023), que pontua que a linguagem rápida e visual precisa ser equilibrada com princípios éticos e de clareza jornalística. Quando esse equilíbrio não ocorre, a credibilidade é afetada.

Outro aspecto destacado foi a diferença na escolha do enfoque noticioso: enquanto O Tempo utilizou imagens mais impactantes do desastre em Taiwan, o G1 preferiu contextualizar os estragos em Hong Kong. Essa diferença de estratégias mostra como a busca por atratividade pode influenciar a percepção da credibilidade por parte do público. Como foi observado nas respostas, enquanto o vídeo de O Tempo foi avaliado majoritariamente como “confiável” (53,8%) e “pouco confiável” (46,2%), não recebendo nenhuma avaliação como “muito confiável”, o vídeo do G1 adquiriu índices mais positivos, com classificação de 61,5% como “confiável” e 38,5% como “muito confiável”. Essa diferença mostra que, embora ambos os veículos tenham alcançado determinado nível de confiança, o G1 conseguiu transmitir maior credibilidade, reforçando a ideia de que a narração e a contextualização das informações proporciona uma recepção mais positiva em comparação a conteúdos baseados apenas em imagens e legendas.

Além disso, confirmam a análise de Kovach e Rosenstiel (2003), de que a confiança do público depende diretamente do compromisso com a clareza e a verificação, independentemente da plataforma. Nesse sentido, um participante apontou que o que mais chamou sua atenção foi “a dinâmica de trazer notícias voltadas a vídeos rápidos seguindo o que o algoritmo da plataforma pede, ou seja, vídeos curtos mas com informações que são relativamente completas”. Essa impressão acrescenta a análise pois revela que para os jovens, a credibilidade está associada à capacidade do jornalismo de





se adaptar à lógica das plataformas, sem perder a qualidade e a complexidade da informação.

Entre as interpretações destacadas pelos jovens, em fala um participante afirmou ter gostado da profundidade que o G1 deu ao assunto, que “tenta informar sobre o que está acontecendo e, se a pessoa se interessar, vai lá e procura”. Essa observação revela um ponto importante, o papel do vídeo curto como ponto de inicial, funcionando como um estímulo para que o público, caso queira, busque informações mais aprofundadas em outras fontes noticiosas. Essa percepção se relaciona diretamente com a literacia midiática destacada por Spinelli e Portas (2025) que evidenciam que os jovens não apenas consomem informações de forma passiva, mas também reconhecem os limites dos formatos curtos e entende a necessidade de buscar complementos para construir uma participação crítica.

No âmbito da recepção e da literacia midiática, percebe-se que os participantes do estudo demonstraram consciência de que os vídeos rápidos podem servir apenas como um primeiro contato com o tema, e que não substituem conteúdos mais aprofundados. Spinelli e Portas reforçam que a literacia midiática é fundamental para o exercício da cidadania, pois habilita os indivíduos a questionar, refletir e aumentar seus conhecimentos sobre a informação recebida.

Por fim os jovens reconhecem que formatos rápidos podem informar, mas tendem a confiar mais quando o conteúdo apresenta narração, contextualização e clareza. O que confirma o apontamento de Traquina (2005), de que a informação jornalística é essencial para a cidadania, desde que seja transmitida de modo que fortaleça a compreensão crítica.





CONSIDERAÇÕES

O objetivo deste artigo foi entender de que forma os vídeos curtos no TikTok influenciam a percepção de credibilidade e a compreensão das notícias entre jovens. A partir da pesquisa em um grupo focal, ficou evidente que, apesar dos vídeos atenderem à busca por praticidade, os vídeos rápidos em sua maioria só são valorizados quando oferecem clareza, contextualização e narração.

Nesse sentido, o vídeo do G1, que trazia narração e explicação complementar, foi considerado mais confiável e com mais clareza em comparação ao do O Tempo, no qual era limitado a vídeo e legenda longa. Isso demonstra que para os jovens a credibilidade não depende apenas da rapidez do formato, e sim da forma como a informação é repassada.

A análise deste artigo indica que o TikTok pode servir como espaço para o jornalismo, desde que não abra mão de princípios básicos, como clareza e verificação da informação como é destacada por Kovach e Rosenstiel (2003). Se confirma também o papel dos jovens na recepção, como apontado por Jenkins (2009), já que não apenas consomem, mas sim interpretam criticamente a maneira como as notícias chegam.

Além disso, os resultados reforçam a importância da literacia midiática (Spinelli; Portas), já que os participantes reconheceram tanto as limitações quanto às potencialidades dos vídeos curtos, os enxergando muitas vezes como um ponto de partida para buscar informações mais completas. Em resposta ao problema da pesquisa, concluiu-se que esse formato impacta os jovens de maneira ambivalente: enquanto facilita o acesso rápido à informação, também traz riscos de superficialidade. O grande desafio é equilibrar agilidade, cla-





reza e rigor, para assim garantir que o jornalismo mantenha sua credibilidade e relevância nas plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

KOLODZY, Janet. **Convergence journalism: writing and reporting across the news media**. Lanham: Rowman & Littlefield, 2006.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LIVINGSTONE, Sonia. **Media literacy and the challenge of new information and communication technologies**. London: LSE Research Online, 2004.

LONGHI, Raquel Ritter. **Por que o jornalismo tem que começar a considerar o TikTok?** Medium, 2021. Acesso em: 25 set. 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

OLIVEIRA, C. C. de. **O jornalismo que se faz no aplicativo TikTok**. 2023. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2023.

OROZCO, Guillermo. **Recepción televisiva: tres aproxima-**



ciones y una razón para su estudio. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1997.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Born digital:** understanding the first generation of digital natives. New York: Basic Books, 2008.

RIBEIRO, Jorge. **Jornalismo online:** o novo ambiente do discurso informativo. Revista Digital de Comunicação, v. 2, n. 1, p. 5-12, 2003.

SILVA, Renata de Almeida. **Jornalismo e redes sociais:** análise crítica da produção de conteúdo informativo em ambientes digitais. Revista Organicom, v. 17, n. 33, p. 42-56, 2020. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/167192>. Acesso em: 25 setembro 2025.

SPINELLI, Egle Muller; PORTAS, Isabela Afonso. **Estudos de literacia midiática:** uma evolução no campo da comunicação nas pesquisas brasileiras. Revista Eco-Pós, Rio de Janeiro, v. 28, n. 1, p. 65–85, 2025. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28477. Acesso em: 28 set. 2025.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. 2. ed. p. 223. Florianópolis: Insular, 2005.

VALERIO, Kimberlin. **A produção da informação jornalística no TikTok:** um estudo sobre o perfil do Estadão. 2023. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal do Pampa, São Borja, 2023.



NARRATIVAS EM DISPUTA: A REPRESENTAÇÃO DOS ANDARILHOS NA MÍDIA TELEVISIVA BRASILEIRA¹

Riquelmo Miranda Rodrigues²
 João Gabriel Esteves Chaves³
 Ruthy Manuella de Brito Costa⁴
 Universidade Estadual do Piauí

RESUMO: O artigo compara duas reportagens televisivas sobre andarilhos: o episódio *Pelas Estradas do Brasil*, de Fernando Gabeira (GloboNews), e a matéria do *Domingo Espectacular* (Record TV). Com abordagem qualitativa e estudo de caso, a análise se organiza em quatro eixos recursos narrativos, enquadramento, escuta ativa e responsabilidade ética para compreender como diferentes abordagens constroem sentidos sobre sujeitos em vulnerabilidade. Conclui-se que Gabeira adota uma narrativa humanizada e escuta ativa, enquanto a Record reforça estigmas pela espetacularização, evidenciando a necessidade de maior compromisso ético do jornalismo.

Palavras-Chave: jornalismo televisivo; andarilhos; escuta ativa; enquadramento; ética jornalística.

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Estudante do 5º período do Curso Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI - Picos) e-mail: riquelmorodrigues@aluno.uespi.br.

3. Estudante do 5º período do Curso Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI - Picos) e-mail: jgabrielechaves@aluno.uespi.br.

4. Orientadora do artigo. Professora da Universidade Estadual do Piauí. Mestra em Comunicação (PPGCOM UFPI) e Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br.





INTRODUÇÃO

A representação midiática de grupos sociais em situação de vulnerabilidade é um tema central para a reflexão sobre o papel do jornalismo na sociedade. No caso dos andarilhos, sujeitos que percorrem itinerários invisíveis às políticas públicas e à atenção social, as narrativas televisivas contribuem para a construção de percepções sobre sua realidade e podem tanto reforçar estigmas quanto promover compreensão e empatia. Nesse contexto, compreender como diferentes abordagens jornalísticas representam esses sujeitos é essencial para avaliar o compromisso ético da mídia.

Diante dessa problemática, o presente estudo propõe analisar comparativamente duas reportagens televisivas que abordam a figura dos andarilhos: o episódio da série *Pelas Estradas do Brasil*, apresentado por Fernando Gabeira na GloboNews, e a matéria exibida pelo *Domingo Espetacular*, da Record TV. O objetivo é investigar como elementos narrativos, visuais e éticos influenciam a construção de sentidos sobre esses sujeitos, considerando o enquadramento editorial, a presença ou ausência de escuta ativa e o protagonismo dos próprios andarilhos.

A metodologia adotada é qualitativa e interpretativa, inspirada no pensamento de Eugênio Bucci (2000), que concebe o jornalismo como prática ética de escuta. Para Bucci, o jornalismo deve ouvir o outro com respeito, reconhecendo que toda narrativa informativa carrega implicações simbólicas e sociais sobre os representados. Assim, ao tratar de sujeitos em situação de vulnerabilidade, como os andarilhos, o compromisso ético se torna ainda mais urgente, uma vez que os recursos visuais, sonoros e narrativos empregados podem





reforçar estigmas ou promover compreensões humanizadas e complexas.

A análise está organizada em quatro eixos principais: (1) recursos narrativos e visuais; (2) enquadramento (framing) das trajetórias; (3) escuta ativa e protagonismo dos sujeitos; e (4) responsabilidade ética na construção das representações. Esse recorte metodológico permite observar como cada produção traduz ou distorce a realidade desses caminhantes, revelando o impacto das escolhas jornalísticas na visibilidade e dignidade de sujeitos historicamente marginalizados.

1. AS REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DE POPULAÇÕES EM SITUAÇÃO DE ITINERÂNCIA: NARRATIVAS, ENQUADRAMENTOS E ÉTICA JORNALÍSTICA

A mídia exerce papel central na construção das representações sociais, sobretudo quando se trata de grupos historicamente marginalizados, como os andarilhos. Conforme Moscovici (2003), as representações sociais são formas de conhecimento socialmente construídas, que orientam práticas e interações cotidianas. Nesse sentido, o jornalismo, enquanto principal mediador do discurso público, contribui tanto para a visibilização quanto para a estigmatização desses sujeitos.

A construção das narrativas jornalísticas não é um ato neutro ou meramente descritivo da realidade, mas envolve escolhas editoriais que determinam os contornos dos sentidos atribuídos aos fatos e às pessoas. Berger e Luckmann (2004) afirmam que “a realidade social é construída por meio da linguagem e das interações cotidianas, nas quais o jornalismo desempenha papel central na legitimação dos significados” (Berger; Luckmann, 2004, p. 34).





O conceito de enquadramento (framing) é essencial para compreender como a mídia organiza suas narrativas e direciona a percepção pública. Goffman (1986) define os frames como “princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento neles” (Goffman, 1986, p. 10). De modo complementar, Entman (1993) ressalta que:

O enquadramento implica selecionar certos aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de modo a promover uma interpretação específica do problema, suas causas e implicações morais (Entman, 1993, p. 52).

No caso dos andarilhos, essas escolhas editoriais frequentemente os posicionam entre polos narrativos recorrentes, o da vitimização e o da patologização. Hall (1997; 2003) observa que a mídia opera segundo regimes de representação que fixam significados e reforçam estereótipos, construindo “o outro” como sujeito de desvio, carência ou perigo. O estereótipo, segundo o autor, funciona para reduzir, fixar e naturalizar a diferença, transformando-a em algo permanente e imutável. Ele opera nas práticas discursivas para manter as relações de poder e exclusão. (Hall, 1997, p. 258)

No jornalismo televisivo, essas construções simbólicas são amplificadas por recursos audiovisuais que reforçam a dimensão emocional das reportagens. Para Karam (2004), a televisão opera sob uma estética da espetacularização, priorizando o impacto dramático e a personalização das histórias em detrimento da análise social. Closes dramáticos, trilhas sonoras melancólicas e depoimentos fragmentados contribuem para a construção de narrativas centradas no sensacionalismo, muitas vezes sem escuta ativa dos sujeitos retratados.





Essa ausência de escuta ativa é também um problema ético central. Bourdieu (1997) critica a lógica televisiva por privilegiar os “porta-vozes oficiais” e marginalizar as vozes subalternas: A televisão, ao favorecer o imediato, o visual e o sensacional, tende a privilegiar os especialistas consagrados, marginalizando as vozes alternativas e limitando a pluralidade de pontos de vista. (Bourdieu, 1997, p. 29)

A consequência é a limitação da pluralidade e o apagamento simbólico dos grupos dominados. Kovach e Rosenstiel (2010) enfatizam que “a primeira lealdade do jornalismo deve ser com o cidadão” (p. 48), e que seu compromisso maior é com a verdade e a dignidade humana. Quando a lógica da audiência e do entretenimento se sobrepõe à ética informativa, o jornalismo corre o risco de reforçar desigualdades e preconceitos. Silverstone (2007) complementa essa discussão ao tratar da “mediação moral”: A obrigação da mídia está em possibilitar o reconhecimento do outro em sua plena humanidade, evitando reduções simplificadoras ou sensacionalistas que negam a complexidade das existências retratadas. (Silverstone, 2007, p. 51)

Essas representações não ocorrem em um vazio social, mas dialogam com estruturas históricas de exclusão. Jessé Souza (2009) destaca que os andarilhos integram o que denomina de “ralé brasileira”, sujeitos cronicamente excluídos do acesso a direitos e oportunidades, resultado de um processo estrutural de marginalização. Nesse contexto, o jornalismo não apenas narra as desigualdades, mas participa ativamente da produção simbólica que pode tanto reforçar quanto contestar tais estruturas.

Assim, a análise das reportagens do *Fantástico* e do *Domingo Espetacular* permite compreender como diferentes abordagens narrativas e éticas constroem sentidos diversos





sobre os andarilhos, evidenciando os limites e as potencialidades do jornalismo televisivo na mediação de trajetórias humanas complexas e na promoção de um olhar ético, sensível e socialmente responsável.

2. REPRESENTAÇÃO, PROTAGONISMO E ÉTICA NA NARRATIVA JORNALÍSTICA SOBRE SUJEITOS EM VULNERABILIDADE SOCIAL

O jornalismo é mais do que um dispositivo de informação: é um campo de disputa de sentidos e de representação social. Quando se trata da cobertura de populações em situação de vulnerabilidade, como andarilhos, pessoas em situação de rua ou itinerantes, o modo como esses sujeitos são narrados ganha uma dimensão ética profunda. A maneira como suas histórias são contadas, o lugar que ocupam no discurso e o direito à palavra estão diretamente ligados à possibilidade de reconhecimento social.

Na perspectiva de Honneth (2003), o reconhecimento é condição essencial para o desenvolvimento da identidade e da dignidade humana. Negar visibilidade ou reduzir o outro a um estereótipo é também negar sua condição de sujeito. O jornalismo, nesse contexto, pode atuar como agente de visibilidade ou como vetor de silenciamento. A escuta ativa, entendida como o exercício de ouvir com abertura, respeito e atenção real à fala do outro, é uma das principais ferramentas para construir narrativas éticas e responsáveis. Como afirma Kucinski (1996), "a escuta é, talvez, a atividade mais política do jornalismo. Escutar é reconhecer a existência do outro, é abrir-se à alteridade" (Kucinski, 1996, p. 28).

Entretanto, a lógica da mídia hegemônica muitas vezes opera em sentido contrário. O imediatismo, a busca por





audiência e a espetacularização da dor tendem a desumanizar os sujeitos retratados. Para Machado (2003), o jornalismo corre o risco de se tornar um "produtor de efeitos simbólicos de exclusão", ao classificar, hierarquizar e dramatizar a miséria social como se fosse uma mercadoria sensacionalista (MACHADO, 2003). O excesso de sentimentalismo, que, à primeira vista, parece gerar empatia, pode, paradoxalmente, reforçar a passividade dos retratados, apagando sua agência e autonomia.

Como alerta Rosental Calmon Alves (2004), o jornalismo deve se guiar por um compromisso público com a democracia e os direitos humanos. Isso implica ir além da denúncia pontual e buscar a escuta qualificada, o aprofundamento das causas estruturais e a construção de um espaço narrativo onde os sujeitos possam exercer protagonismo. Nas palavras do autor:

O jornalismo responsável é aquele que não apenas informa, mas forma. Que contribui para que o público compreenda os processos sociais e reconheça a humanidade do outro, especialmente daqueles cuja existência é constantemente invisibilizada. (Alves, 2004, p. 91).

Do ponto de vista técnico, o jornalismo possui dispositivos para possibilitar esse protagonismo narrativo. A escolha das fontes, a forma de edição, a presença ou ausência de contexto histórico, a linguagem visual e sonora, tudo isso compõe o que Fairclough (2001) chama de "ordem do discurso", ou seja, o conjunto de práticas que molda as possibilidades de fala e escuta dentro de uma narrativa mediática. Segundo ele: As práticas discursivas da mídia não são neutras; elas





estruturam as posições sociais a partir das quais os sujeitos podem ser vistos, ouvidos e compreendidos. Isso inclui decidir quem pode falar, sobre o quê, e como será interpretado. (Fairclough, 2001, p. 42).

Portanto, quando o jornalismo retrata pessoas em situação de vulnerabilidade, ele não está apenas transmitindo informações: está operando simbolicamente sobre o lugar social desses sujeitos. Isso exige responsabilidade ética, sensibilidade narrativa e uma postura que vá além do olhar voyeurístico ou salvacionista. Segundo Gomes (2017), é necessário substituir a lógica do "falar sobre o outro" pela do "falar com o outro", promovendo uma comunicação horizontal e respeitosa. A escuta ativa, nesse sentido, não é um recurso opcional, mas um imperativo ético do jornalismo comprometido com a justiça social.

Esse debate ganha ainda mais relevância em um contexto de hipereposição midiática, no qual as imagens de sofrimento circulam com velocidade e intensidade. Como aponta Sibilía (2008), vivemos em uma sociedade marcada pela "visibilidade compulsiva", onde o sofrimento é frequentemente estetizado e consumido como espetáculo. Cabe ao jornalismo romper com essa lógica e construir alternativas éticas que respeitem a complexidade dos sujeitos e a dignidade de suas histórias.

3. REPRESENTAÇÕES CONTRASTANTES: O ANDARILHO NAS TELAS DA GLOBONEWS E DA RECORD

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar comparativamente as representações dos andarilhos nas reportagens "Fernando Gabeira - Pelas Estradas do Brasil:





conheça a vida dos andarilhos e trecheiros”, veiculada originalmente pela GloboNews, e a matéria do *Domingo Espetacular* (Record TV), publicada na íntegra no canal do YouTube *Jornalismo Verdade* sob o título “Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil”. Essas duas reportagens foram escolhidas por representarem modelos editoriais distintos: enquanto a produção de Gabeira se aproxima do jornalismo documentarista de autor, com narrativa reflexiva e humanizada, a reportagem do *Domingo Espetacular* se insere no formato de revista eletrônica, caracterizado pela espetacularização e pelo foco em impacto sensacional. A proposta é identificar os sentidos construídos sobre essas figuras sociais por meio de recursos narrativos, visuais e discursivos, avaliando ainda o enquadramento das histórias e os aspectos éticos envolvidos nas representações.

A metodologia adotada é a de estudo de caso comparativo, com base em análise qualitativa de conteúdo audiovisual. A investigação observa quatro eixos principais: (1) recursos narrativos e visuais; (2) enquadramento e construção de sentidos; (3) escuta ativa e protagonismo dos sujeitos; e (4) responsabilidade ética e social do jornalismo. A escolha dos produtos não se dá apenas por sua temática comum os andarilhos, mas também pela diferença significativa entre as abordagens e contextos históricos em que foram produzidos.

A reportagem conduzida por Fernando Gabeira foi exibida originalmente em 2025, em um período anterior à explosão das redes sociais e à era da hipervisibilidade digital. Trata-se de uma narrativa que se ancora na escuta atenta e na observação direta, com forte presença do campo jornalístico literário e documental. Já a reportagem do *Domingo Espetacular*, exibida e produzida em 2016, reflete as marcas de um jornalismo televisivo mais sensacionalista, com linguagem





acelerada, maior interferência do narrador e foco em tensão dramática. Essa diferença temporal permite observar não apenas transformações na estética jornalística, mas também nas formas de lidar com populações vulneráveis na televisão aberta.

Na reportagem *“Fernando Gabeira – Pelas Estradas do Brasil”*, a abordagem é marcada por uma postura respeitosa e reflexiva. Gabeira adota uma linguagem contida e contemplativa, com planos abertos e narração serena (eixo 1: recursos narrativos e visuais), o que confere à narrativa uma estética de proximidade e empatia. O enquadramento (eixo 2) evita tratar os andarilhos como figuras de miséria ou desvio, valorizando suas trajetórias e escolhas existenciais. Em uma das entrevistas, o andarilho Antônio Carlos afirma: “Eu ando porque gosto de ver o mundo mudando devagar. Cada dia é um caminho diferente, e a estrada me ensina mais do que qualquer escola” (*Fernando Gabeira – Pelas Estradas do Brasil*, GloboNews, 2014). Gabeira demonstra uma escuta paciente e respeitosa, sem interromper ou conduzir a fala, revelando uma postura de escuta ativa e protagonismo (eixo 3). Essa atitude, somada ao tom reflexivo da narração: “A estrada é um espelho. Nela cabem todos os caminhos do Brasil, os que levam para casa e os que nunca chegam”, evidencia a responsabilidade ética (eixo 4) de um jornalismo comprometido com a dignidade dos sujeitos retratados e com a construção de sentidos que humanizam, em vez de estigmatizar.

Um dos aspectos que mais chama atenção é a tentativa de compreender a complexidade da condição da andarilha. A reportagem evita categorias redutoras como “vagabundos”, “doentes” ou “perdidos”, frequentemente atribuídas a esse grupo social. Pelo contrário, constrói uma narrativa que reconhece tanto o sofrimento quanto a resistência presentes





nesses modos de vida. Os sujeitos são apresentados com nomes, histórias próprias e reflexões pessoais, sendo tratados como protagonistas e não apenas como ilustrações de um fenômeno social.

Visualmente, a reportagem investe em planos abertos das estradas, vilarejos e paisagens percorridas pelos andarilhos. A estética valoriza o tempo das imagens e permite que o silêncio, o cansaço e a presença dos corpos em movimento falem por si. Não há uso de trilhas sonoras dramáticas ou efeitos gráficos que encenem a miséria há, em vez disso, uma aposta na sobriedade estética como forma de respeito. O tom narrativo de Gabeira é de escuta e acolhimento, evitando julgamentos ou diagnósticos apressados.

Outro elemento relevante é a contextualização social e histórica do fenômeno. A reportagem aponta as razões estruturais que levam muitas pessoas a adotarem esse estilo de vida: desemprego, violência familiar, experiências traumáticas, mas também, em alguns casos, uma busca existencial por liberdade ou desapego material. Essa multiplicidade de causas complexifica a imagem do andarilho e impede que ele seja reduzido a um único rótulo.

Ao contrário do que ocorre em abordagens mais convencionais, Gabeira não recorre a autoridades institucionais para “validar” as falas dos sujeitos. São os próprios andarilhos que interpretam suas trajetórias e fornecem as chaves de leitura para o espectador. Isso configura uma narrativa horizontal, que contribui para romper com a tradição de silenciamento desses grupos na mídia.

Nos próximos tópicos, essa abordagem é contrastada com a do Domingo Espetacular, evidenciando as diferenças de construção narrativa, enquadramento e implicações éticas entre os dois produtos analisados.





Diferentemente da abordagem adotada por Fernando Gabeira, a reportagem *“Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil”*, exibida pelo *Domingo Espetacular* da Record TV em 2018, estrutura-se sob uma lógica narrativa centrada na dramatização e no suspense (eixo 1: recursos narrativos e visuais). Desde os primeiros segundos, a matéria utiliza trilha sonora intensa, cortes rápidos e uma narração em tom de mistério e alerta, criando uma atmosfera de tensão. O título já antecipa o enquadramento (eixo 2: enquadramento): *“Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil”* sugere a existência de algo oculto, enigmático ou perigoso, atribuindo aos sujeitos um caráter de exceção.

A câmera, frequentemente posicionada em ângulos de vigilância, de cima para baixo ou com zooms repentinos, reforça o olhar distanciado e controlado sobre os personagens, como se os andarilhos fossem objetos de investigação. Ao apresentar figuras como Seu Geraldo, Zé Maria e Dona Francisca, a reportagem alterna entre a curiosidade e a suspeita, descrevendo-os com expressões como “homens que vivem à margem”, “viajam sem rumo” e “guardam mistérios”. Em uma das falas, Zé Maria diz: “Tem gente que olha pra mim e atravessa a rua, mas eu só quero seguir meu caminho.”

Esse trecho revela o contraste entre a simplicidade e humanidade do personagem e o enquadramento sensacionalista que o cerca. A reportagem não aprofunda as razões que levam esses sujeitos a viver nas estradas, tampouco explora suas trajetórias com escuta e respeito, o que evidencia uma limitação no eixo 3: escuta ativa e protagonismo, já que as vozes dos andarilhos aparecem mais como ilustrações do discurso do narrador do que como agentes de suas próprias histórias.





Além disso, há uma clara desigualdade na relação de poder entre repórter e entrevistados. A narração, em tom de investigação, chega a questionar se “há perigos escondidos por trás dessas caminhadas sem destino”, o que reforça o estigma e a marginalização dos personagens. Essa escolha estética e discursiva problematiza a responsabilidade ética da narrativa (eixo 4), pois prioriza o impacto emocional e o espetáculo televisivo em detrimento de uma abordagem humanizada e reflexiva, como a que se observa no trabalho de Gabeira. Assim, enquanto o jornalista da GloboNews propõe uma escuta genuína e um retrato existencial dos andarilhos, o *Domingo Espetacular* recorre a recursos narrativos que reduzem os sujeitos à condição de enigma e risco, revelando a diferença entre um jornalismo de observação e um jornalismo de espetáculo.

Ao contrário da reportagem de Gabeira, em que os andarilhos são protagonistas de suas próprias narrativas, aqui eles aparecem majoritariamente como objetos de observação. A reportagem acompanha situações de abordagem feitas por policiais, motoristas e moradores, sugerindo uma constante vigilância sobre esses corpos em trânsito. Há um esforço em identificar padrões e perfis, mas sem escuta ativa os depoimentos dos andarilhos são breves, fragmentados e quase sempre mediados por uma autoridade (policial, médico ou repórter).

Um ponto relevante, no entanto, é mencionado de forma breve, mas significativa: a dificuldade de elaborar políticas públicas para essa população por falta de dados concretos. A matéria reconhece que o Brasil não possui números precisos sobre a quantidade de andarilhos e trecheiros no território nacional, o que inviabiliza diagnósticos e ações de governo. Esse dado revela a profundidade da exclusão a que esses sujeitos estão submetidos não apenas à margem do mercado e





dos direitos civis, mas também fora dos instrumentos básicos de contagem e reconhecimento do Estado. Como aponta Honneth (2003), a ausência de reconhecimento institucional é uma das formas mais graves de desrespeito, pois compromete a própria existência social do indivíduo.

Apesar disso, a reportagem não aprofunda as causas estruturais dessa invisibilidade. A falta de dados é mencionada, mas não explorada como um problema histórico ou político. Em vez disso, o foco retorna à curiosidade sobre o modo de vida andarilho, com destaque para cenas que acentuam o estranhamento, como um homem com objetos incomuns ou caminhando por longas distâncias em silêncio.

Visualmente, a estética da reportagem é marcada pela lógica do espetáculo: zooms rápidos, repetições de cenas em câmera lenta, uso de música dramática e iluminação de contraste. Esses elementos reforçam a ideia de excepcionalidade e alteridade os andarilhos aparecem como figuras à parte da sociedade, quase como personagens de ficção.

O discurso do narrador também se distancia da neutralidade. Frases como “ninguém sabe ao certo de onde vêm” ou “o que leva alguém a viver assim?” são formuladas de modo a alimentar o mistério em torno dessas pessoas, ao invés de buscar compreendê-las em sua complexidade humana e social. Isso evidencia o uso de frames interpretativos que tendem à estigmatização, conforme apontado por Hall (2003), quando afirma que a mídia frequentemente “fixa significados em torno de certos grupos sociais, reforçando estereótipos e hierarquias simbólicas” (Hall, 2003, p. 46).

Mesmo quando há tentativas de humanização como o relato de um andarilho que escreve cartas ou que expressa saudade da família, essas histórias são rapidamente encerra-





das, sem aprofundamento. A voz do sujeito aparece, mas não ecoa. Fala-se sobre ele, mais do que com ele.

Em termos éticos, a reportagem falha em oferecer contexto, diversidade de vozes e tempo narrativo suficiente para que os andarilhos sejam reconhecidos como sujeitos plenos. A estética da insegurança e do sensacionalismo se sobrepõe ao compromisso com a dignidade humana. Embora a matéria mencione aspectos importantes, como a invisibilidade nos censos e a dificuldade de políticas públicas, ela mesma reforça, em sua linguagem e estrutura, o apagamento simbólico desses indivíduos.

Essa comparação evidencia como as escolhas editoriais impactam diretamente na forma como um grupo social é representado. Enquanto a reportagem de Gabeira prioriza o tempo da escuta e o respeito às subjetividades, o *Domingo Espetacular* reforça uma lógica de alteridade, reforçando o andarilho como "o outro estranho", e não como um cidadão.

Diferentemente da abordagem adotada por Fernando Gabeira, a reportagem exibida pelo *Domingo Espetacular*, da Record TV, adota uma lógica narrativa centrada na dramatização e no suspense. Desde os primeiros minutos, a edição investe em trilha sonora intensa, cortes rápidos, narração em tom urgente e vocabulário ambíguo, oscilando entre curiosidade e desconfiança. O título "*Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil*" já antecipa o tom enigmático da matéria, que apresenta os sujeitos ora como figuras excêntricas, ora como potenciais ameaças.

Ao contrário da reportagem de Gabeira, em que os andarilhos são protagonistas de suas próprias narrativas, aqui eles aparecem majoritariamente como objetos de observação. A reportagem acompanha situações de abordagem feitas por policiais, motoristas e moradores, sugerindo uma constante





vigilância sobre esses corpos em trânsito. Há um esforço em identificar padrões e perfis, mas sem escuta ativa os depoimentos dos andarilhos são breves, fragmentados e quase sempre mediados por uma autoridade (policial, médico ou repórter).

Um ponto relevante, no entanto, é mencionado de forma breve, mas significativa: a dificuldade de elaborar políticas públicas para essa população por falta de dados concretos. A matéria reconhece que o Brasil não possui números precisos sobre a quantidade de andarilhos e trecheiros no território nacional, o que inviabiliza diagnósticos e ações de governo. Esse dado revela a profundidade da exclusão a que esses sujeitos estão submetidos não apenas à margem do mercado e dos direitos civis, mas também fora dos instrumentos básicos de contagem e reconhecimento do Estado. Como aponta Honneth (2003), a ausência de reconhecimento institucional é uma das formas mais graves de desrespeito, pois compromete a própria existência social do indivíduo.

Apesar disso, a reportagem não aprofunda as causas estruturais dessa invisibilidade. A falta de dados é mencionada, mas não explorada como um problema histórico ou político. Em vez disso, o foco retorna à curiosidade sobre o modo de vida andarilho, com destaque para cenas que acentuam o estranhamento, como um homem com objetos incomuns ou caminhando por longas distâncias em silêncio.

Visualmente, a estética da reportagem é marcada pela lógica do espetáculo: zooms rápidos, repetições de cenas em câmera lenta, uso de música dramática e iluminação de contraste. Esses elementos reforçam a ideia de excepcionalidade e alteridade, os andarilhos aparecem como figuras à parte da sociedade, quase como personagens de ficção.





O discurso do narrador também se distancia da neutralidade. Frases como “ninguém sabe ao certo de onde vêm” ou “o que leva alguém a viver assim?” são formuladas de modo a alimentar o mistério em torno dessas pessoas, ao invés de buscar compreendê-las em sua complexidade humana e social. Isso evidencia o uso de frames interpretativos que tendem à estigmatização, conforme apontado por Hall (2003), quando afirma que a mídia frequentemente “fixa significados em torno de certos grupos sociais, reforçando estereótipos e hierarquias simbólicas” (Hall, 2003, p. 46).

Mesmo quando há tentativas de humanização, como o relato de um andarilho que escreve cartas ou que expressa saudade da família, essas histórias são rapidamente encerradas, sem aprofundamento. A voz do sujeito aparece, mas não ecoa. Fala-se sobre ele, mais do que com ele.

Em termos éticos, a reportagem falha em oferecer contexto, diversidade de vozes e tempo narrativo suficiente para que os andarilhos sejam reconhecidos como sujeitos plenos. A estética da insegurança e do sensacionalismo se sobrepõe ao compromisso com a dignidade humana. Embora a matéria mencione aspectos importantes como a invisibilidade nos censos e a dificuldade de políticas públicas, ela mesma reforça, em sua linguagem e estrutura, o apagamento simbólico desses indivíduos.

Essa comparação evidencia como escolhas editoriais impactam diretamente na forma como um grupo social é representado. Enquanto a reportagem de Gabeira prioriza o tempo da escuta e o respeito às subjetividades, o *Domingo Espetacular* reforça uma lógica de alteridade, reforçando o andarilho como “o outro estranho”, e não como um cidadão.





Quadro 1 – Comparativo entre as representações dos andarilhos nas reportagens analisadas

Eixo de Análise	“Fernando Gabeira – Pelas Estradas do Brasil” (GloboNews)	Domingo Espetacular (Record TV)
Recursos narrativos e visuais	Narrativa lenta e contemplativa, planos abertos, trilha sonora mínima, câmera próxima.	Dramatização, trilha sonora intensa, cortes rápidos, zooms e cenas em câmera lenta.
Enquadramento e construção de sentidos	Humanizado, valoriza trajetórias e escolhas, evita estigmas.	Sensacionalista, apresenta os andarilhos como enigmáticos ou ameaçadores.
Escuta ativa e protagonismo dos sujeitos	Voz dos andarilhos central; falas longas e reflexivas (ex.: Antônio Carlos).	Falas fragmentadas; sujeitos mediados por narrador ou autoridades (ex.: Zé Maria).
Responsabilidade ética e social do jornalismo	Compromisso com dignidade, contextualização social e reflexão crítica.	Foco em espetáculo e tensão; pouca profundidade ética ou social.

Fonte: Elaborado pelos autores

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar comparativamente as representações dos andarilhos nas reportagens “*Fernando Gabeira Pelas Estradas do Brasil*” (2025) e “*Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil*”, veiculada pelo *Domingo Espetacular* (2016). A partir da análise dos recursos narrativos, enquadramentos e abordagens éticas, foi possível identificar profundas diferen-





ças na forma como essas figuras sociais foram retratadas ao longo do tempo.

A reportagem de Fernando Gabeira se destacou por adotar uma postura de escuta ativa e respeito à subjetividade dos sujeitos itinerantes. A narrativa humanizada, aliada a uma estética sóbria e a um jornalismo de campo, permitiu que os andarilhos fossem compreendidos como pessoas complexas, com histórias, angústias e escolhas próprias. Já a matéria do *Domingo Espetacular*, embora tecnicamente bem produzida, seguiu uma lógica de dramatização e mistério, que, ao invés de aproximar o público dos sujeitos retratados, reforçou estereótipos e distanciamentos simbólicos.

A diferença temporal entre as duas reportagens, uma produzida em 2025, outra em 2016, não apenas evidencia transformações no fazer jornalístico, mas revela também como a televisão brasileira tem oscilado entre narrativas comprometidas com a dignidade humana e outras guiadas por critérios comerciais e sensacionalistas. Em um cenário de crescente visibilidade digital e consumo veloz de conteúdos, reforça-se a necessidade de repensar os limites éticos da cobertura jornalística sobre populações vulneráveis.

Um dado importante levantado pela reportagem da Record, ainda que de forma superficial, diz respeito à ausência de estatísticas oficiais sobre a população andarilha no Brasil. Essa lacuna torna impossível a formulação de políticas públicas efetivas e revela o grau de invisibilidade institucional dessas pessoas. O jornalismo, ao registrar essa realidade, tem o dever ético de aprofundá-la e de contribuir com a visibilização e reconhecimento dessas vidas, e não apenas com sua espetacularização.

Portanto, a análise comparativa realizada neste estudo reforça a importância de práticas jornalísticas baseadas na





escuta, na empatia e no compromisso social. Mais do que noticiar, o jornalismo precisa refletir criticamente sobre os seus próprios enquadramentos e reconhecer o poder que tem de construir ou desconstruir narrativas que impactam diretamente na forma como certos grupos são percebidos e tratados pela sociedade.

Nesse sentido, cabe à imprensa e também às instituições públicas o desafio de transformar a visibilidade dos andarilhos em reconhecimento efetivo, promovendo o direito à fala, à escuta e à cidadania plena daqueles que, mesmo à margem das estradas, continuam fazendo parte do Brasil que muitas vezes preferimos não enxergar.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rosental Calmon. **O papel social do jornalismo na era digital**. In: LAGO, Cláudia;

BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 83-94.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da UnB, 2001.





GABEIRA, Fernando. **Pelas estradas do Brasil: conheça a vida dos andarilhos e trecheiros.** GloboNews, 2006. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9956862/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: An essay on the organization of experience.** Boston: Northeastern University Press, 1986.

GOMES, Itania M. **Representações sociais e jornalismo: desafios para a ética e a escuta.** Salvador: EDUFBA, 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais.** São Paulo: Editora 34, 2003.

JORNALISMO VERDADE. **Andarilhos: os mistérios e as histórias daqueles que caminham sem destino pelo Brasil. Domingo Espetacular – Record TV, 2022.** Disponível em: <https://youtu.be/A948XYH0MFC?si=kvn82ooU6w2i4Q8x>. Acesso em: 18 jun. 2025.

KARAM, Francisco José. **Ética jornalística.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o que o público deve exigir.** 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2010.





KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1996.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: SENAC, 2003.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social.** 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Media and morality: on the rise of the mediapolis.** Cambridge: Polity Press, 2007.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.



DA DENÚNCIA À LEI: A ADULTIZAÇÃO INFANTIL E A PROTEÇÃO DIGITAL DAS INFÂNCIAS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO¹

Ana Paula Pereira de Castro²

Gabriella Luiza de Sá Vieira³

Khéllyson Franklande da Costa⁴

Maria Leticia da Silva Santos⁵

Jackeline da Silva Moura⁶

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

RESUMO: O artigo discute a adultização infantil e a necessidade de estabelecer mecanismos de proteção digital para crianças e adolescentes no Brasil. Busca relacionar a adultização como expressão da questão social vinculada ao modo de produção capitalista, evidenciando seus impactos sobre o desenvolvimento ao precarizar a infância. Aborda também o contexto contemporâneo do debate, ao analisar como esse

1. Artigo científico apresentado no GT02: Cultura, Sociedade e Mídia do 10º Fórum de Jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, ocorrido nos dias 23 e 24 de outubro de 2025, em Picos-PI.

2. Acadêmica do 1º período de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: castroanapaula132@gmail.com.

3. Acadêmica do 4º período de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: gabriellaluiza18@hotmail.com

4. Acadêmico do 3º período de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: khellysoncosta@gmail.com

5. Acadêmica do 2º período de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: sousaleticiavitoria8@gmail.com

6. Assistente Social. Mestre em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutoranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Professora do curso de Serviço Social do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (IESRA). Membro do Grupo de Estudos de Políticas da Seguridade Social e Serviço Social (GEPSS). Email: mourajacke@gmail.com.





fenômeno se manifesta nas plataformas digitais, adquirindo novos contornos após a denúncia realizada pelo influenciador digital Felca, em agosto de 2025. Em decorrência da ampla repercussão, foi promulgada a Lei nº 15.211/2025, conhecida como ECA Digital. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, fundamentada em autores como Sarti (2005) e Iamamoto (2007), e documental, com análise de relatórios da SaferNet (2025) e das propostas legislativas da Câmara dos Deputados. Conclui-se que o debate é relevante e que a criação de mecanismos legais, como o ECA Digital, é essencial para a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital, embora ainda seja insuficiente. O tema requer uma discussão ampla entre família, Estado e organizações da sociedade civil, a fim de assegurar uma infância protegida e livre de violações de qualquer natureza.

Palavras-Chave: Adultização infantil. Infância e desigualdade social. Era digital. Proteção de direitos. ECA Digital.

INTRODUÇÃO

A denúncia feita pelo influenciador Felca sobre a utilização de crianças em um esquema de sexualização e adultização abriu um amplo debate sobre esse fenômeno na sociedade brasileira, evidenciando a urgência de sua discussão em diferentes campos: legislação, atuação profissional e organização dos mecanismos de proteção.

Trata-se de um tema que, embora não seja recente, apresenta múltiplas camadas, especialmente em tempos de exposição intensa nas redes sociais. O aumento da presença digital de crianças e adolescentes em plataformas como Instagram, TikTok e YouTube ocorre em um contexto que





abandona aspectos fundamentais do desenvolvimento infantil e juvenil.

Dessa forma, o presente artigo parte dos seguintes questionamentos: quais são os impactos da adultização em crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade? Como compreender a adultização como uma expressão do modo de produção capitalista? Quais são os principais desafios da adultização em tempos de expansão da vida nas redes sociais? E quais medidas legais foram adotadas diante da denúncia realizada pelo influenciador digital Felca?

Busca-se, portanto, discutir a adultização como expressão da questão social no modo de produção capitalista, evidenciando seu caráter desigual e excludente, especialmente em contextos de infâncias e adolescências empobrecidas, processo que adquire novos contornos com o advento das redes sociais. Como objetivos mais específicos, o texto busca discutir suas causas e consequências psicossociais; relacionar adultização e vulnerabilidade social e analisar a resposta legislativa (Lei nº 15.211/2025 – ECA Digital e CPI da Adultização).

Trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico, sustentada em reflexões teóricas e documentais sobre o tema. Na primeira parte, intitulada “Adultização precoce e vulnerabilidade social: ruptura do desenvolvimento e reprodução da pobreza”, discute-se a relação entre adultização precoce, vulnerabilidade social, pobreza e seus impactos no desenvolvimento infantil.

Na segunda parte, “Adultização infantil na era digital: redes sociais, vulnerabilidade social e mecanismos legais de proteção”, analisa-se o fenômeno no contexto das plataformas digitais, apresentando ainda um panorama das principais





medidas adotadas pelo Legislativo brasileiro para proteger crianças e adolescentes após a denúncia feita por Felca.

1. ADULTIZAÇÃO PRECOCE E VULNERABILIDADE SOCIAL: *ruptura do desenvolvimento e reprodução da pobreza*

A adultização infantil é entendida como a antecipação de responsabilidades, comportamentos ou papéis sociais que não correspondem à fase da infância. Trata-se de um fenômeno que evidencia as profundas marcas da desigualdade social. Essa definição ultrapassa a simples distinção entre o universo adulto e aquele próprio da infância ou adolescência. Nesse sentido, adultizar significa tratar crianças como adultos, submetendo-as a processos diversos, que vão desde a exploração da mão de obra até a exploração da imagem, a imposição de vestimentas adultas e a exigência de padrões comportamentais característicos da vida adulta (Freitas, 2024).

Muitas podem ser as causas atribuídas a adultização:

Pressão social e familiar: Expectativas elevadas de desempenho, cobranças por maturidade, ou a necessidade de a criança assumir responsabilidades que não condizem com sua idade (por exemplo, cuidar de irmãos mais novos, lidar com problemas financeiros da família). **Influência da mídia e da internet:** A exposição a conteúdos inadequados para a idade, a idealização de estilos de vida adultos, e a pressão para seguir tendências de consumo podem levar a criança a querer pular etapas do desenvolvimento. **Busca por reconhecimento e aceitação:** Crianças podem buscar se comportar como adultos para obter aprovação de pais, colegas ou





da sociedade. **Perda de limites e falta de orientação:** A ausência de limites claros e a falta de orientação adequada por parte dos adultos podem deixar a criança sem referências sobre o que é apropriado para sua idade (Câmara dos Deputados, 2025, p. 02, grifos nossos).

É importante destacar que esse fenômeno não afeta todas as crianças e adolescentes de forma igual. Aqueles que vivem em contextos de vulnerabilidade e pobreza tendem a ter direitos como o lazer, a educação plena e a proteção negados, sendo frequentemente forçados a assumir encargos domésticos, a ingressar precocemente no mercado de trabalho ou, ainda, a enfrentar a sexualização de seus corpos. Esse processo, além de violar direitos fundamentais, contribui para a reprodução da pobreza, pois compromete o desenvolvimento integral e restringe as oportunidades futuras desses indivíduos.

Sarti (2005) ressalta que a adultização não se configura apenas como um processo individual, mas resulta de determinações estruturais que atravessam a vida familiar e expressam a estreita relação entre os problemas sociais e a necessidade de uma proteção social ampla. Essa perspectiva permite compreender as múltiplas dimensões que o fenômeno assume no interior da sociedade em que o sujeito está inserido.

Para Iamamoto (2007), a questão social se manifesta no cotidiano como experiência de privação e sofrimento que afeta sujeitos concretos. Essa perspectiva não exclui a adultização, mas possibilita contextualizá-la: vivemos em uma sociedade que fragiliza a infância. A vulnerabilidade das condições de vida, aliada à ausência de políticas públicas eficazes, favorece a inserção precoce no trabalho infantil e





até mesmo a exposição a situações de violência doméstica, reforçando, assim, as desigualdades sociais.

Portanto, a adultização deve ser interpretada em articulação com as manifestações da questão social, nas quais a violação de direitos está diretamente associada à reprodução da pobreza. Como afirma Pereira (2008, p. 41), “a infância pobre é inevitavelmente frágil e constantemente ameaçada pela exclusão e falta de oportunidade.” Nesse contexto, cabe ao problematizar a adultização como expressão estrutural da sociedade capitalista, que, desde sua gênese, se utilizou da força de trabalho infantil com fins de exploração.

Por se tratar de crianças, inúmeras consequências, podem ser apontadas que vão desde o impacto na parte cognitiva, até problemas na vida adulta.

Comprometimento da identidade infantil:

A criança perde a oportunidade de vivenciar plenamente a infância, com suas brincadeiras, descobertas e aprendizados próprios dessa fase. **Aumento da ansiedade e do estresse:** A exposição a responsabilidades e preocupações adultas pode gerar sobrecarga emocional, ansiedade e estresse na criança.

Dificuldades na construção da autoestima:

A criança pode se sentir inadequada por não conseguir corresponder às expectativas adultas, o que afeta sua autoestima e autoconfiança. **Problemas de socialização:**

A criança adultizada pode ter dificuldades em se relacionar com seus pares, preferindo a companhia de adultos ou apresentando comportamentos que a afastam de brincadeiras e interações típicas da infância. **Impactos na vida adulta:** A falta de uma infância plena pode resultar em adultos mais tímidos, imaturos emocionalmente,





com dificuldades em lidar com frustrações e em construir relacionamentos saudáveis (Câmara dos Deputados, 2025, p. 03, grifos nossos).

A adultização afeta as dimensões cognitivas e psicológicas da personalidade, interferindo na forma como a criança ou o adolescente reconhece a si mesmo e se relaciona com as pessoas ao seu redor. Os problemas emocionais são as primeiras consequências observadas. A adultização gera jovens inseguros, ansiosos e angustiados diante da sobrecarga e da exposição a que são submetidos, para as quais não estão psicologicamente preparados. A persistência desse cenário pode evoluir para a vida adulta com o surgimento de problemas psíquicos: quando a base é rompida, ocorre uma falha no desenvolvimento, e o psiquismo torna-se instável e comprometido, podendo resultar em depressão, baixa autoestima e transtornos de comportamento (TJDFT, 2025).

Outro aspecto relevante é a ruptura das etapas do desenvolvimento. A infância é considerada a base para a formação integral do indivíduo, tanto no campo físico quanto no psicológico. Quando ocorre esse rompimento, os efeitos da adultização precoce produzem consequências duradouras. Esse processo pode ser influenciado por fatores culturais e familiares. A ludicidade, o tempo livre, a escolarização e o brincar são elementos fundamentais para o desenvolvimento saudável e social da criança, possibilitando a formação de uma geração confiante e equilibrada, em que todas as etapas sejam respeitadas e vivenciadas (Biernath, 2025).

A superação desses desafios exige uma abordagem intersetorial e sistêmica. É essencial que políticas públicas, famílias e instituições educacionais e de saúde atuem de forma articulada na valorização da ludicidade e do tempo livre,





garantindo que cada fase do desenvolvimento seja vivida em sua plenitude. Proteger a infância não é apenas uma questão de amparo legal, mas um investimento decisivo na formação de indivíduos psicologicamente saudáveis e de uma sociedade mais justa e equilibrada. A invisibilidade dessa condição precisa ser combatida ativamente, assegurando que o direito de ser criança não permaneça apenas como um ideal, mas se concretize como uma realidade para todos (Biernath, 2025).

2. ADULTIZAÇÃO INFANTIL NA ERA DIGITAL: *redes sociais, vulnerabilidade social e mecanismos legais de proteção*

A discussão sobre a adultização em tempos de avanços tecnológicos vai além do trabalho infantojuvenil, como outrora debatido. A exposição de crianças e adolescentes na internet alcança um patamar muito mais amplo, no qual a objetificação desses sujeitos passa a ser pauta central.

De acordo com o Relatório da Pesquisa TIC Kids Online Brasil (2024), somente no último ano cerca de 24,5 milhões de pessoas entre 9 e 17 anos eram usuárias de internet no Brasil.

Os resultados indicaram que o WhatsApp é a plataforma digital acessada com maior frequência por usuários de Internet de 9 a 17 anos (71%), seguida pelo YouTube (66%), pelo Instagram (60%) e pelo TikTok (50%).¹ Indivíduos mais novos, de 9 a 10 anos (70%) e de 11 a 12 anos (71%), são usuários frequentes principalmente do YouTube. Já os de 13 e 14 anos são usuários frequentes principalmente do Instagram (78%) e do WhatsApp (73%). Para aqueles





com 15 a 17 anos, o WhatsApp (91%) e o Instagram (81%) foram as plataformas acessadas mais frequentemente (CETIC Brasil, 2024, p. 22).

Os dados demonstram que a internet faz parte do cotidiano de crianças e adolescentes, o que requer regras claras e eficazes para sua proteção. O Estado neoliberal assiste, na contemporaneidade, à expansão de grandes aplicativos estrangeiros que se estabelecem no Brasil com fins lucrativos e sem compromisso com a responsabilidade social e cidadã. As *big techs* avançam sobre o ordenamento jurídico, criando verdadeiras “civilizações tecnológicas”, em um cenário marcado pela ausência de fiscalização eficiente para prevenir danos como a adultização e outras formas de violação que afetam não apenas a juventude, mas a sociedade como um todo.

Os índices de abuso sexual infantil são alarmantes. Dados divulgados pela SaferNet revelam que, entre janeiro e julho de 2025, foram registradas mais de 49.336 denúncias anônimas de abuso e exploração sexual infantil na internet, representando um aumento de 18,9% em relação ao mesmo período de 2024 (SaferNet, 2025).

Observou-se ainda um aumento expressivo no mês de agosto de 2025, quando o Canal de Denúncias de Crimes Cibernéticos da SaferNet identificou um pico no número de registros, fator diretamente relacionado à viralização do vídeo “Adultização”, publicado pelo influenciador Felipe Bressanim, conhecido como Felca. A plataforma aponta que, entre os dias 6 e 18 de agosto, período que sucedeu a publicação do vídeo, as denúncias referentes a esse tipo de crime ultrapassaram 6,2 mil registros, sendo mais da metade (52%) realizadas após a viralização do conteúdo (SaferNet, 2025).





No vídeo “Adultização”, o influenciador Felca denuncia a forma como algoritmos e redes sociais atuam como mediadores da exposição precoce de crianças e adolescentes a conteúdos sexualizados, transformando corpos infantis em produtos de consumo (Felca, 2025). Ele demonstra como os algoritmos são utilizados sem filtros éticos: ao interagir com determinado conteúdo, o sistema passa a aprender as preferências do usuário e a sugerir materiais semelhantes.

O uso do chamado algoritmo “P” torna-se um facilitador para predadores virtuais, conectando quem produz e quem consome esse tipo de conteúdo. A denúncia feita por Felca (2025) critica, sobretudo, a inação das plataformas, apontando que a monetização e a recomendação automática de vídeos representam descaso ou negligência. Desse modo, o algoritmo evidencia uma falha sistêmica nas plataformas, permitindo que a exploração de crianças se expanda por meio de mecanismos que não diferenciam o engajamento legítimo de interações com intenções maliciosas (Felca, 2025).

O influenciador também cita o caso extremo de Hytalo Santos, que lucrava com a hiperexposição e a sexualização de adolescentes sob seus cuidados. A partir dessa denúncia, Felca argumenta que o ambiente digital não apenas reproduz, mas amplia culturalmente a lógica de “crianças que agem como adultas”, impondo-lhes papéis que extrapolam sua capacidade de decisão (UOL, 2025).

Ao cruzar esses dois recortes, a denúncia midiática sobre a exploração digital de menores e a reflexão institucional sobre família e desigualdade evidenciam que a adultização não é uma moda ou caso isolado, mas uma manifestação concreta da desigualdade social que afeta cotidianamente as famílias vulneráveis, colocando crianças em situação de risco e privando-as de um desenvolvimento pleno.





A denúncia feita por Felca suscitou amplos debates e expôs a necessidade de uma agenda política e legislativa mais incisiva para combater a adultização infantil. Essa agenda deve contemplar medidas como: a proibição da monetização de conteúdos que envolvam menores sem autorização e fiscalização adequadas; restrições aos algoritmos que recomendam vídeos com crianças; penalidades mais severas para quem expõe ou alicia menores no ambiente virtual; e a criação de mecanismos de denúncia mais ágeis para casos de abuso e exploração digital (Câmara dos Deputados, 2025).

Como reflexo direto dessa mobilização, medidas urgentes foram adotadas, entre elas a aprovação e sanção da Lei nº 15.211/2025, criada com o objetivo de proteger crianças e adolescentes nas redes sociais. O Senado Federal também instaurou a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Adultização, destinada a investigar crimes cometidos contra crianças e adolescentes, incluindo denúncias de pedofilia e abuso on-line.

Conhecida como Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, a nova legislação estabelece obrigações para aplicativos, jogos eletrônicos, redes sociais e demais serviços digitais. Embora o texto possua especificidades em relação ao Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), passou a ser popularmente chamado de ECA Digital, por facilitar o reconhecimento da norma pela sociedade e instituindo

obrigações para aplicativos, jogos eletrônicos, redes sociais e serviços digitais, como verificação de idade confiável, ferramentas de supervisão familiar, remoção de conteúdos relacionados a abuso ou exploração infantil e regras para tratamento de dados e publicidade voltada a menores (Câmara dos Deputados, 2025b, s/p).





O texto estabelece que as plataformas que não cumprirem as determinações legais estarão sujeitas a penalidades, como multas. Prevê também que a fiscalização e a aplicação das sanções serão realizadas por uma autoridade nacional autônoma, vinculada à administração pública, responsável por zelar, regulamentar, estabelecer procedimentos e fiscalizar o cumprimento da nova legislação por parte das empresas de tecnologia digital, entre elas as redes sociais (Câmara dos Deputados, 2025b).

A promulgação do ECA Digital trouxe uma série de responsabilidades às plataformas digitais, compartilhando a tarefa da proteção antes restrita aos pais. Trata-se de uma mudança de paradigma, pois a segurança deixa de ser um problema exclusivamente do usuário e passa a ser uma obrigação das plataformas e redes sociais. Assim, antes de lançar um produto ou realizar alterações em seus algoritmos, as empresas deverão analisar e mitigar riscos que envolvem desde o vício em telas até a exposição a conteúdos nocivos (Ismerim, 2025).

O ECA Digital é uma conquista resultante de anos de debate e articulação entre organizações da sociedade civil e especialistas nas áreas da infância, do direito à comunicação e da internet, que denunciavam reiteradamente o descaso das plataformas digitais ao priorizarem o lucro em detrimento da proteção de crianças e adolescentes. A lei ampliou o leque de temas sob sua proteção, abrangendo a prevenção contra exploração e abuso sexual, pornografia, violência física, assédio virtual, incitação à violência, uso de drogas, automutilação, suicídio, jogos de azar, produtos proibidos para menores e práticas publicitárias enganosas (Lanz, 2025).

A publicação desse estatuto representa uma conquista





histórica, mas isoladamente não será suficiente. É necessário avançar na formulação de políticas públicas de educação midiática e digital que permitam a crianças, adolescentes, famílias e educadores compreender o funcionamento das plataformas e identificar conteúdos nocivos ou discriminatórios. Além disso, é fundamental adotar medidas que enfrentem a lógica comercial das *big techs*, que utilizam estratégias de manipulação, discriminação e segmentação algorítmica. O objetivo é promover um ecossistema digital mais transparente e responsável, assegurando a proteção de grupos vulneráveis (Lanz, 2025).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Historicamente, a criança não foi reconhecida como sujeito de direitos. No Brasil, essa realidade começou a se modificar a partir da década de 1990, com a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente, que promoveu uma mudança significativa em relação à sua proteção. Compreendida como elemento natural, a prática de adultização de crianças e adolescentes foi amplamente utilizada ao longo da história, desde a atribuição de tarefas incompatíveis com a idade até a exigência de que assumissem precocemente responsabilidades familiares.

Cabe ressaltar que a adultização é uma expressão da questão social no modo de produção capitalista, resultante de estruturas sociais desiguais e não apenas reflexo de comportamentos individuais. Atualmente, vivemos em um contexto de vigilância e exposição da vida cotidiana, especialmente em tempos de redes sociais. Termos antes pouco conhecidos, como algoritmos, *big techs* e segmentação midiática, passaram a fazer parte de nosso vocabulário, colocando-nos em con-





tato com fenômenos antes ausentes das discussões públicas. Nesse contexto, a adultização se apresenta não apenas como um fenômeno social, mas como uma expressão concreta do avanço tecnológico sobre as relações humanas.

Proteger crianças e adolescentes diante desse cenário requer medidas que ultrapassem práticas anteriores, reforçando a necessidade de que diferentes atores estejam envolvidos nesse processo: governo, sociedade civil, famílias, empresas e instituições responsáveis pela formulação de políticas públicas eficazes de prevenção e combate.

É fundamental discutir os impactos da era digital sobre a infância, destacando o papel das redes sociais na reprodução de conteúdos que reforçam a adultização com fins de monetização por meio da exposição infantil. O amplo debate gerado pela denúncia de Felca mostra-se relevante, sobretudo pela promulgação de leis como a nº 15.211/2025 (ECA Digital) e pela criação da CPI da Adultização.

Para além da promulgação desses instrumentos legais, é necessário refletir sobre as lacunas existentes, criando mecanismos de atuação conjunta entre Estado, família, escola e sociedade civil, enfatizando a importância de políticas públicas voltadas à prevenção e à educação digital. Também é imprescindível defender o direito à infância protegida e livre de qualquer forma de exploração simbólica, material ou digital.

REFERÊNCIAS

BIERNATH, André. **Adultização: por que pular etapas e transformar crianças em pequenos adultos não é saudável.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cn5e11qrp54o>. Acesso em: 04 de outubro de 2025.





CÂMARA DOS DEPUTADOS. Felca, a proteção de crianças e a reconstrução da internet. **Papo de Futuro**. Rádio Câmara, 12 ago. 2025. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/radio/programas/papo-de-futuro/1187405-felca-a-protacao-de-criancas-e-a-reconstrucao-da-internet/>. Acesso em: 4 out. 2025.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Nova lei protege crianças contra adultização na internet. **Portal da Câmara dos Deputados**, 18 set. 2025. Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/1201525-nova-lei-protoge-criancas-contr-a-adultizacao-na-internet/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 4 out. 2025.

CETIC.br; NIC.br. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024**. São Paulo: Cetic.br / NIC.br, 2025. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20250512154312/tic_kids_online_2024_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 04 out. 2025.

FELCA. Adultização. **YouTube**, 6 ago. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FpsCzFGL1LE>. Acesso em: 4 out. 2025.

FREITAS, Rebeca Brito de et al. Na frente das câmeras, por trás das telas: a adultização da infância no Instagram. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social, XVII, Questão Social, Pandemia e Serviço Social: em defesa da vida e de uma educação emancipadora. **Anais [...]**. [s.l.]:





ABEPSS, [ano]. p. -. Disponível em: <https://www.abepss.org.br/enpess-anais/public/arquivos/00228.pdf>. Acesso em: 03 de outubro de 2025.

IAMAMOTO, Marilda Villela. Serviço Social na Idade do Capital Fetiche: **Financeiro e Trabalho, Questão Social**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.

ISMERIM, Flávio. ECA Digital: entenda o que muda com o PL da adultização. **CNN Brasil**, 27 de agosto de 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/eca-digital-entenda-o-que-muda-com-o-pl-da-adultizacao/>. Acesso em: 4 out. 2025

LANZ, Júlia. Da adultização à proteção: ECA Digital é uma conquista, mas é preciso ir além. **Intervozes: CartaCapital**, 29 set. 2025. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/da-adultizacao-a-protecao-eca-digital-e-uma-conquista-mas-e-preciso-ir-alem/>. Acesso em: 4 out. 2025.

PEREIRA, Potyara Amazoneida Pereira. **Política Social: Temas & Questões**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

SAFERNET Brasil. **Nota Técnica 02/2025**. Salvador: SaferNet Brasil, 2025. Disponível em: https://arquivos.safernet.org.br/notas/Nota+Tecnica+02_2025+%5BSaferNet+Brasil%5D.pdf. Acesso em: 04 out. 2025.

SARTI, Cynthia Andersen. **O Espelho da Família: Sobre a Moralidade dos Pobres**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2005.





TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS (TJDFT). **Adultização infantil: como reconhecer, prevenir e proteger crianças e adolescentes.** Publicado em 18 ago. 2025. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2025/agosto/adultizacao-infantil-como-reconhecer-prevenir-e-protger-criancas-e-adolescentes>. Acesso em: 04 out. 2025.

UOL. Por que Hytalo Santos foi preso? Veja acusações contra o influenciador. **UOL Notícias**, 15 ago. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2025/08/15/por-que-o-influenciador-hytalo-santos-foi-preso.htm>. Acesso em: 04 out. 2025.

