

**Carlos Camponez, Carlos Toural, Eneus Trindade,
Fernando Almeida e Genio Nascimento
(Orgs.)**

ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA 2024/25

**COMUNICAÇÃO, MÍDIA E JORNALISMO:
COMO CONSTRUIR COMUNIDADES PÓS-COLONIAIS?**

Confederação Lusófona de Ciências da Comunicação

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação



**Carlos Camponez, Carlos Toural, Eneus Trindade,
Fernando Almeida e Genio Nascimento
(Orgs.)**

ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA 2024/25

**COMUNICAÇÃO, MÍDIA E JORNALISMO:
COMO CONSTRUIR COMUNIDADES PÓS-COLONIAIS?**

Confederação Lusófona de Ciências da Comunicação

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação



Título Anuário Internacional de Comunicação Lusófona
2024/25
Comunicação, mídia e jornalismo: como construir
comunidades pós-coloniais?

Organizadores Carlos Camponez, Carlos Toural, Eneus Trindade,
Fernando Almeida & Genio Nascimento

ISSN 2255-2243

DOI geral doi.org/10.29327/5738768

Formato eBook, PDF, 213 páginas

Data de Publicação 2025, dezembro

Editora Intercom
São Paulo . Brasil

Diretora Editorial Nara Lya Cabral Scabin

Revisão Autores

Edição Digital e Capa Gênio Editorial



Este livro está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional. Para ver uma cópia da licença, visite:
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

© Intercom/Autores 2025



CONSELHO EDITORIAL INTERCOM

DIREÇÃO EDITORIAL

Nara Lya Cabral Scabin (PUC Minas)

PRESIDENTE DO CONSELHO

Juliano Mendoça Domingues da Silva (UNICAP/UPE)

CONSELHEIROS/AS

Allysson Viana Martins (UNIR)

Ana Cláudia Gruszynski (UFRGS)

Ana Regina Barros Rego Leal (UFPI)

Ana Sílvia Lopes Davi Médola (UNESP)

Antonio Carlos Hohlfeldt (PUCRS)

Bruno Guimarães Martins (UFMG)

Cicilia Maria Krohling Peruzzo (UERJ)

Dario Brito Rocha Júnior (UNICAP)

Eduardo Barreto Vianna Meditsch (UFSC)

Erick Felinto de Oliveira (UERJ)

Eula Dantas Taveira Cabral (FCRB)

Fernando Oliveira Paulino (UnB)

Francisco Machado Filho (UNESP)

Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)

Izani Pibernat Mustafá (UFMA)

Joaquim Paulo Serra (UBI, Portugal)

Luiz Claudio Martino (UnB)

Margarida Maria Krohling Kunsch (USP)

Margarita Ledo Andión (USC, Galícia)

Maria Ataíde Malcher (UFPA)

Maria Cristina Gobbi (UNESP)

Maria Érica de Oliveira Lima (UFC)

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP)

Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)

Nair Prata Moreira Martins (UFOP)

Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)

Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)

Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS)

Raquel Paiva de Araújo Soares (UFRJ)

Raúl Fuentes Navarro (ITESO, México)

Roseli Fígaro Paulino (USP)

Sandra Lúcia de Assis de Assis Reimão (USP)

Sérgio Augusto S. Mattos (UFRB)

Simone Antoniaci Tuzzo (UMAIA, Portugal)

Sônia Caldas Pessoa (UFMG)

Vanessa Cardozo Brandão (UFMG)

SUMÁRIO

Prefacio ao Anuario Lusocom 2024-2025 (Galego) | 6

Carlos Toural Bran

Apresentação | 10

Carlos Camponez, Carlos Toural, Eneus Trindade, Fernando Almeida & Genio Nascimento

PARTE I: Dimensões teóricas e produção de conhecimento em contextos lusófonos

Paulo Freire e as perspectivas educacionais e comunicativas para a lusofonia | 14

Cicilia M. Krohling Peruzzo

A divulgação da ciência como objeto de fronteira com a comunicação: estudo comparado sobre a comunicação pública da ciência nas instituições de pesquisa em países europeus e americanos | 29

Adriana Omena Santos, Gil Ezequiel P. de Abreu & Mirna Tonus

PARTE II: Jornalismo em debate nos contextos lusófonos

O Jornalismo precisa assumir protagonismo na comunicação para prevenção de risco de desastres climáticos | 45

Ilza Maria Tourinho Girardi

Jornalismo de dados abertos: a transparência como possibilidade de engajamento cívico | 59

Claudia Miranda Rodrigues & Leonel Azevedo de Aguiar

IA no Jornalismo: desafios para o modelo de negócios e oportunidades inovativas | 77

Juliano Maurício de Carvalho, Gabriela Mackert Occhipinti & Henrique Silva Afonso de Mendonça

A corrida pelo ouro no Brasil: carreiras de streamers profissionais brasileiros na Twitch.TV | 91

Artur Oliari Lira

PARTE III: Educação, mídias , consumo e susntentabilidade no contexto lusófono

Evasão universitária no ensino público brasileiro: reflexões e trajetórias | **104**

Carolina Fernandes da Silva Andaji, Marcelo Fernando de Lima, Isabele Borges da Silva & Michel Douglas Silva

Impactos das novas mídias na educação ambiental: desafios e oportunidades para a alfabetização e letramento ambiental | **122**

Renata Richard Couto

Perfumes, botinas e vinhos como extensão da marca Bolsonaro: o branding aplicado ao populismo da direita brasileira | **134**

Deniza Clarice Gurgel de Freitas Cezário

Países lusófonos e estudos radiofônicos: um panorama decolonial nas pesquisas da Sopcom | **154**

Maíra Rossin Gioia de Brito, João Cubas Martins, José Carlos Fernandes & Valquíria Michela John

O passado ou o presente? Escolhas editoriais nas celebrações de 40 anos da teledifusão de Macau sob os olhares da TDM e da RTP | **173**

Ricardo Matos de Araújo Rios

O papel mitigador da comunicação pública no caso Faustão: a crise epistêmica e a produção de ignorância sobre políticas públicas | **184**

Michel Carvalho da Silva

Sobre os autores | 203

Carlos Toural Bran

carlos.toural@usc.gal

Lusocom

DOI 10.29327/5738768.1-1

PREFACIO AO ANUARIO LUSOCOM 2024-2025

É unha gran honra presentar este volume, o **Anuario Lusocom 2024-2025**, unha recompilación de obras que reflicten a vitalidade e a complexidade dos Estudos da Comunicación no contexto dos países de fala portuguesa. Os artigos aquí reunidos abordan desafíos cruciais que van dende a emergencia climática ata a transformación dixital, incluíndo crises epistemolóxicas e loitas pola cidadanía e a descolonización do coñecemento.

O anuario está dividido en tres partes, cada unha das cales explora dimensións esenciais da comunicación contemporánea.

Dimensiós teóricas e produción de coñecemento en contextos lusófonos desde as perspectivas de Cicilia M. Krohling Peruzzo, Adriana Omena Santos, Gil Ezequiel Abreu e Mirna Tonus

Esta sección establece un marco fundamental, baseado na pedagogía e na comunicación pública. O pensamento de Paulo Freire, coa súa pedagogía liberadora, preséntase como unha perspectiva esencial para os países de fala portuguesa. As súas ideas, que defenden o diálogo como esencia da educación e a concienciación como medio de transformación social, seguen sendo relevantes para abordar as contradicións e desigualdades estruturais en rexións como

Portugal e outros membros da CPLP (Comunidade de Países de Lingua Portuguesa). Segundo Freire, a educación debe ser unha práctica de liberdade que fomente a capacidade do individuo para ser suxeito, e non unha mera transmisión “bancaria” de coñecemento.

Ademais, explórase a complexa relación entre a produción académica e a súa difusión pública, investigando a Comunicación Pública da Ciencia (PCS) nas institucións de investigación europeas e americanas. A comunicación científica considérase unha cuestión límítrofe coa comunicación, interrelacionando a producción académica coa transferencia de tecnoloxía e a innovación.

O xornalismo a debate en contextos lusófonos desde a perspectiva de Ilza Maria Tourinho Girardi, Claudia Miranda Rodrigues, Leonel Azevedo de Aguiar, Juliano Maurício de Carvalho, Gabriela Mackert Occhipinti, Henrique Silva Afonso de Mendoça e Artur Oliari Lira

O xornalismo contemporáneo enfóntase a profundas transformacións impulsadas pola tecnoloxía e a emerxencia climática, temas centrais desta sección.

Os autores tamén abordan os desafíos para o modelo de negocio do xornalismo fronte á Intelixencia Artificial (IA), destacando a necesidade urgente de reestruturación corporativa e investimento en formación en IA. A Intelixencia Artificial utilízase para automatizar tarefas repetitivas e personalizar contidos, abrindo oportunidades innovadoras como o xornalismo inmersivo con drons e o xornalismo háptico, que permite aos consumidores de noticias “sentir os datos” para fomentar unha maior empatía.

A transparencia consolídase como un piar fundamental da credibilidade. O xornalismo de datos abertos (ODR), unha faceta do xornalismo de datos (DJ), reforza esta transparencia ao permitir a verificación de procesos e o uso de hiperligazóns para acceder a fontes primarias, cumplindo así o seu papel de vixilante da democracia.

No contexto da emerxencia climática, o xornalismo debe desempeñar un papel protagonista na comunicación sobre a redución do risco de desastres. Isto implica que o xornalismo ambiental debe ter unha presenza regular e contribuír á construcción dunha cidadanía activa, adoptando unha abordaxe sistémica, incluíndo unha pluralidade de voces e comprometéndose coa calidade da información.

Finalmente, esta sección explora a cultura dixital cun estudo sobre as carreiras dos streamers profesionais brasileiros en Twitch.TV, un fenómeno que reflicte dinámicas laborais ligadas á afectividade e á multitarefa, e onde moitos profesionais enfróntanse á precariedade laboral e consideran migrar a outras plataformas debido ás dificultades para manterse exclusivamente a través de Twitch.

Educación, medios de comunicación, consumo e sustentabilidade no contexto lusófono con Carolina Fernandes da Silva Andaji, Marcelo Fernando de Lima, Isabele Borges da Silva, Michel Douglas Silva, Renata Richard Couto, Deniza Clarice Gurgel de Freitas Cezário, Maíra Rossin Gioia de Brito, João Cubas Martins, José Carlos Fernandes Valquíria, Michela John, Ricardo Matos de Araújo Rios e Michel Carvalho da Silva

Esta sección final aborda cuestións sociais e epistemolóxicas, destacando a influencia dos medios de comunicación e a política na sociedade. Examina o fenómeno do abandono universitario no sistema público brasileiro, un problema complexo que afecta o desenvolvemento do país. Entre os factores influentes identificados están as dificultades de adaptación, as expectativas pouco realistas e os problemas persoais, vocacionais e institucionais. Destacase a proposta de empregar un documental experimental para concienciar sobre o abandono, como unha forma de dar voz ás experiencias do alumnado e desmitificar as causas do abandono.

A discusión sobre a educación ambiental céntrase no uso das novas tecnoloxías e narrativas ampliadas para a alfabetización e pedagoxía ambiental entre a mocidade. Ante o paradoxo de ter máis tecnoloxía pero estar máis desconectado da natureza, esta sección propón o uso de recursos como a realidade aumentada para conectar a mocidade cos xardíns e biomas ancestrais. Esta visión está apoiada polo pensamento de Ailton Krenak, que postula a centralidade do coñecemento ancestral e a necesidade de repensar a sociabilidade para incluír seres non humanos. No campo da comunicación pública, analízase o seu papel mitigante contra a producción delibera da de ignorancia (agnotoloxía) e a crise epistémica. O caso do transplante de corazón do presentador Faustão ilustra como o Ministerio

de Saúde utiliza estratexias de comunicación pública gobernamentais para refutar información falsa e reforzar a credibilidade do Sistema Nacional de Transplantes (SNT). A comunicación pública, garantindo a transparencia e proporcionando datos precisos, é fundamental para combater a desinformación sobre as políticas públicas.

Finalmente, os estudos exploran as xeografías da comunicación e a necesidade dunha perspectiva decolonial. Por unha banda, examínanse as eleccións editoriais e o encadre xornalístico de TDM e RTP nos seus 40 anos de cobertura televisiva en Macau, destacando como se manteñen diferentes puntos de vista nas narrativas xornalísticas a pesar do cambio cara a unha abordaxe baseada en plataformas. Por outra banda, unha análise dos estudos radiofónicos en Sopcom confirma a invisibilidade da investigación da mayoría dos países da CPLP, o que limita o fluxo de coñecemento cara a Brasil e Portugal. Isto reforza a necesidade dun cambio decolonial que valore o coñecemento do Sur Global.

Este anuario ofrece unha visión xeral da investigación máis recente e urxente, invitando o lector a reflexionar sobre como a comunicación, nas súas diversas facetas, desde o xornalismo de datos ata a pedagogía emancipadora, pode actuar como unha ferramenta para a transformación, a ética e a sustentabilidade no vasto e diverso mundo lusófono. É unha chamada á acción e á comprensión, onde a integridade da información e a conciencia crítica son esenciais para navegar pola complexidade do presente.

Carlos Tournal Bran
Presidente de Lusocom

Carlos Camponez

c.camponez@sapo.pt

Universidade de Coimbra – UC, Coimbra, Portugal

Carlos Tournal Bran

carlos.toural@usc.gal

**Universidade de Santiago de Compostela – USC, Corunha,
Galicia, Espanha**

Eneus Trindade Barreto Filho

eneustrindade@usp.br

Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, SP, Brasil

Fernando Ferreira de Almeida

ffalmeida.dmm@gmail.com

Intercom, São Paulo, SP, Brasil

Genio Nascimento

genio.panascimento@unitau.br

Universidade de Taubaté – Unitau, Taubaté, SP, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-2

APRESENTAÇÃO

O Anuário Lusocom 2024-2025 constitui-se na reafirmação das alianças entre associações científicas da área de comunicação que buscam a valorização das Ciências da Comunicação também como um lugar de expressão do pensar, viver e sentir de falantes de língua portuguesa e galega.

Neste sentido, esta edição é a concretização dos compromissos resultantes da assinatura do Protocolo de Santa Catarina, firmado em 03 de setembro de 2024 pela ACICOM – Associação Moçambicana

de Comunicação, AGACOM – Asociación Galega de Investigadores en La Comunicación, INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, SOPCOM – Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação e da MIDIACOM – Sociedade Cabo-verdiana de Ciências da Comunicação. O documento foi assinado na Universidade do Vale do Itajaí - Univali, em Balneário Camboriú-SC, durante o final do **XV Congresso da Lusocom**. O encontro antecedeu o 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom, o maior congresso em comunicação da América Latina, que tem historicamente entre sua liderança um papel atuante na constituição histórica da atual Confederação Lusófona de Ciências da Comunicação e, consequentemente, do Congresso Bienal da Lusocom.

Também foi a primeira vez que a Intercom sediou e organizou um Congresso da Lusocom no Brasil, tendo sido esta uma realização importante, de retomada, para fortalecer a ação da Confederação Lusófona no país.

Os textos deste Anuário, são resultantes da seleção de artigos discutidos e apresentados durante o XV Lusocom. A organização desta obra nos permitiu agrupar os capítulos nas seguintes grandes temáticas: Dimensões Teóricas e da produção do conhecimento em contextos lusófonos; Jornalismo em debate nos contextos lusófonos; Educação, mídias, consumo e susntentabilidade no contexto lusófono. Estes grandes eixos mostram uma abrangência das percepções e experiências do pensar e viver as comunicações em português e galego.

Como falou o então Presidente da Confederação Lusófona de Ciências da Comunicação, o Prof. Dr. Carlos Camponez, no discurso de abertura do XV Lusocom,

"O desafio que temos pela frente é, de fato, lançarmos uma reflexão e pensarmos o que queremos fazer para a comunicação neste espaço da lusofonia. Que não seja apenas um anuário, que não seja apenas a realização de um congresso de dois em dois anos., mas represente criar algo que seja identitário e identitário em ciências da comunicação."

Este anuário é a busca permanente deste intento, do qual a Intercom, no âmbito de suas relações internacionais tem a enorme

satisfação em poder colaborar na construção e concretização deste espaço lusófono para pensar as Ciências da Comunicação.

Os organizadores

PARTE I

**Dimensões Teóricas e da produção do conhecimento em
contextos lusófonos**

Cicilia M. Krohling Peruzzo

kperuzzo@uol.com.br

**Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Uerj, Rio de Janeiro,
RJ, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-3

**PAULO FREIRE E AS PERSPECTIVAS
EDUCACIONAIS E COMUNICATIVAS
PARA A LUSOFONIA**

RESUMO

O artigo aborda ideias centrais do pensamento de Paulo Freire com o objetivo de apontar aspectos da pedagogia libertadora do autor e refletir sobre suas possíveis apropriações por segmentos sociais, em especial na educação popular, no âmbito de comunidades lusófonas. A abordagem é de caráter ensaístico com base em pesquisa bibliográfica. Conclui-se que a pedagogia freiriana tem sua origem e lugar na educação formal, ou seja, nos sistemas da alfabetização de jovens e adultos, mas tem sido apropriada pela educação popular do campo dos movimentos sociais, comunidades, organizações não governamentais e setores de igrejas cristãs voltados à intervenção social direcionada a mitigar ou transformar as condições de opressão de setores minorizados da sociedade. Trata-se de um processo educativo facilitador da geração do conhecimento não baseado na transmissão “bancária” de saberes.

PALAVRAS-CHAVE

Educação popular. Lusofonia. Comunicação. Paulo Freire.
Conscientização. Diálogo.

Introdução

Este texto discute como algumas das ideias de Paulo Freire (1921-1997) podem ser situadas no contexto de mudanças requeridas em países lusófonos, a partir de três tópicos: o método freiriano de alfabetização, a educação popular, e perspectivas da comunicabilidade no âmbito da lusofonia.

As proposições pedagógicas de Paulo Freire parecem distantes, à primeira vista, ao se falar de lusofonia porque entre os países lusófonos está Portugal, situado na Europa, região que se encontra em patamares de desenvolvimento mais avançados daquelas realidades que inspiraram a pedagogia libertadora de Freire. Contudo, mesmo nessa condição persistem contradições estruturais e conjunturais, pois, além do modelo de desenvolvimento em curso não beneficiar a todos e todas com igualdade, o desafio de rompimento da educação “bancária”, aquela centrada na transmissão de saberes, não perde a atualidade. Também em países da Europa, como em Portugal, por exemplo, persistem desigualdades relativas a rendimentos e riqueza (Rodrigues, 2025), e, possivelmente, quanto à prática da pedagogia libertadora na educação, dimensões que o pensar freiriano pode contribuir para seu equacionamento. Afinal há um mundo emaranhado em contradições a ser compreendido e interpretado para que possam ser superadas em suas raízes. Especificamente, quanto aos demais países lusófonos Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste, os ensinamentos de Freire também continuam palpitan tes tanto nos aspectos acima mencionados quanto para equacionar os enormes problemas concernentes às desigualdades de acesso à educação, moradia, renda, saúde, segurança, meio ambiente, convivência societária, participação política etc. decorrentes de contradições inerentes ao modo de produção capitalista. Todos estes países, além de Portugal, são membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), que com a diversidade característica de países espalhados por quatro continentes – Europa, América, África e Ásia, buscam alinhamentos para equacionar problemas em comum, além de preservar e alimentar a cooperação multilateral, as convergências linguísticas, culturais, históricas e educacionais, bem como da

promoção, valorização e difusão da Língua Portuguesa, entre outros aspectos.

Por outro lado, as ideias de Freire falam para além do mundo lusófono. Tanto que ressoam mundo afora. Seu livro *Pedagogia do Oprimido*, publicado em primeira edição em espanhol no ano de 1970 enquanto estava exilado no Chile, foi escrito entre 1964 e 1968, e publicado no Brasil só em 1974 devido aos impedimentos da ditadura militar, então vigente, e atualmente está em sua 71^a edição. Este livro é o terceiro mais citado em trabalhos de ciências humanas no mundo, segundo o Instituto Paulo Freire (2016), e foi traduzido para mais de 30 idiomas (Araujo Freire, 2018), além de ser o único livro de autor brasileiro a constar da lista dos 100 títulos mais indicados por professores nas bibliografias das universidades de língua inglesa (Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Nova Zelândia) pesquisadas pelo projeto Open Syllabus (apud Vieira, 2021). Outras obras suas também foram traduzidas para mais de 20 idiomas¹. O nome de Freire também nomeia centros educativos e de pesquisa em pelo menos 12 países, sendo nove contando a Finlândia, África do Sul, Áustria, Reino Unido, Alemanha, Holanda, Portugal, Estados Unidos e Canadá (Veiga, 2019), dois sendo na Espanha e Peru (Brandão, 2006), além de umas três centenas centros de pesquisa e escolas no Brasil. Há também uma grande quantidade de homenagens em estátuas, murais, medalhas, condecorações, prêmios e 39 títulos de Doutor Honoris Causa (Veiga, 2019, Brandão, 2006). Apresento estes dados apenas para mostrar a importância do autor, cuja obra voltou a ser rememorada em 2021 por ocasião do centenário de seu nascimento.

Este texto, de caráter ensaístico e a partir de pesquisa bibliográfica objetiva apontar aspectos da pedagogia libertadora de Paulo Freire e refletir sobre suas possíveis apropriações por segmentos sociais, em especial na educação popular, no âmbito de comunidades lusófonas.

1. Quase todos os livros de Freire estão traduzidos para o Inglês e o Espanhol. Muitos deles também foram traduzidos para o Italiano, o Francês e o Alemão. Há traduções também para Valenciano, Coreano, Finlandês, Japonês, Hindu, Lídice, Hebraico, Sueco, Holandês, Indonésio, Dinamarquês, Ucraniano, Paquistanês, Basco, Árabe e Sérvio (Araujo Freire, 2018).

1. Aspectos do método freiriano da Educação

O pensamento freiriano pode ser enfocado a partir de diferentes ângulos. Neste texto vou começar pelo método pedagógico sistematizado por Freire, idealizado para a alfabetização de jovens e adultos, pessoas que não tiveram condições de frequentar as escolas convencionais nos dias e horários regulares. Ele estava preocupado com o letramento dos grandes contingentes populacionais dos anos 1960, do Brasil, então excluídos da educação formal, e propôs um método de alfabetização rápido, que se mostrou eficiente alfabetizando jovens e adultos em até 40 horas. Método esse também experimentado no exterior quando de seu exílio político. Uma das âncoras do método é ensinar não apenas a ler e escrever palavras, mas também a ler – interpretar - o mundo. Ou seja, ele defendia uma educação que propiciasse o desenvolvimento intelectual, cultural e político do ser humano pois via em toda pessoa a capacidade de ser sujeito, de pensar e agir por conta de sua emancipação da manipulação a que as pessoas tendem a estar sujeitas, seja pela influência da doxa ou pela submissão deliberada às visões das classes dominantes. Como se sabe desde o século XIX, “os pensamentos das classes dominantes são também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes” (Marx; Engels, 1976, p.55).

Freire, como conhecedor profundo da realidade do norte e nordeste brasileiros, via o analfabetismo articulado à manipulação político-ideológica pelas forças econômicas e políticas no exercício do poder, uma vez ligadas ao coronelismo no meio rural com suas artimanhas geradoras de dependência econômica e de submissão política por meio da prática do “curral eleitoral”². Nos centros urbanos a manipulação se repete e, em ambos os casos, trata-se de luta para perpetuarem-se no poder. Razão pelo qual Freire defendeu o letramento como caminho para a emancipação, um letramento que possibilitasse as pessoas das classes subalternizadas a enxergarem a realidade com seus próprios olhos, e não através da visão das classes dominantes.

2. Curral eleitoral refere-se as amarras usadas para forçar o voto popular, em processos de eleições legislativas e executivas, em candidatos indicados e apadrinhados pelos “coronéis”; grandes fazendeiros do meio rural que dominavam política e economicamente determinadas regiões.

Qual é o aspecto central do método? É estar sustentado na realidade concreta das pessoas, dos grupos populares, de cada localidade e região. Ao invés de repetir as cartilhas de alfabetização do tipo *Ivo viu a uva*, propôs o desenvolvimento de um método assentado no vocabulário local, dialogal, ativo e criticizador (Freire, 1981), que tem muito a ver com a pedagogia da Escola Nova (Saviani, 1983) e com as ideias de Celestin Freinet (1974, 1975), além de pensadores humanistas como Erich Fromm, Karl Jaspers e Emanuel Monunier, entre outros.

Do ponto de vista do método pedagógico, entre suas estratégias está a sintonia com a cultura de cada grupo de alfabetizandos, razão pela qual cria-se uma metodologia que favorece o envolvimento do/a educando/a, e não apenas no papel ativo do educador ou da educadora. Em lugar do tradicional abecedário, a metodologia, em síntese, se desenvolve nos seguintes passos (Freire, 1979): a) Descobre o universo vocabular, ou seja, os termos da linguagem usados na realidade vivida pelos grupos de alfabetizandos a serem usados para desencadear o ensino-aprendizagem; b) Escolhe as palavras geradoras capazes de refletir o cotidiano do grupo; c) Proporciona a “leitura” das palavras na qual surge o debate sobre situações existenciais problemáticas que levem à conscientização; d) Elaboraram-se fichas indicadoras que ajudem o trabalho de coordenação dos educadores; e) A partir das palavras geradoras, são identificadas as famílias fonéticas, as quais motivam a leitura, a formação de palavras e frases pelos educandos e a interpretação da realidade relacionada a vivência do grupo, a partir das relações feitas por ele mesmo.

Em suma, Paulo Freire propunha o desenvolvimento intelectual dos educandos, a geração de conhecimento situado e crítico que permitisse a própria pessoa a libertar-se das amarras do analfabetismo e da manipulação da visão de mundo (*a doxa*) que os sistemas socioeconômicos, políticos, educativos, ideológicos e culturais controlados pelas classes dominantes impulsionam. Então, ele toma o educando como sujeito, como alguém é capaz de desenvolver-se a partir de suas descobertas cognitivas, embora facilitadas pelos educadores no âmbito da dinâmica pedagógica. Esse processo educativo corresponde à educação libertadora pois é centrada nas relações dialógicas

entre educador-educando, relações que facilitam a problematização das questões. A educação libertadora é fundamentada “sobre a criatividade e estimula a ação e a reflexão verdadeiras sobre a realidade respondendo assim à vocação dos homens [entenda-se pessoas] que não são seres autênticos se não quando se comprometem na procura e na transformação criadoras” (Freire, 1979, p.81).

Os princípios desse método pedagógico podem ser percebidos nas categorias que costumo apresentar como ideias força que regem todo o pensamento de Freire, a seguir brevemente discutidas.

a) **Diálogo** – é visto como essência da educação como prática da liberdade. Assunto amplamente discutido nas obras *Pedagogia do oprimido*, *Conscientização e Educação como prática liberdade*. Diálogo é uma relação horizontal que permite a comunicação se efetivar. “É quando dois polos do diálogo se ligam assim, com amor, com esperança, com fé um no outro, se fazem críticos na busca de algo. (...) Só aí há comunicação” (Freire, 1981, p.107).

b) **Conscientização** – da própria condição do Ser humano e da realidade. Ela se realiza quando há uma passagem da consciência ingênua ou semi-transitiva - a consciência dominada, para a consciência crítica, ou transitiva (Freire, 1979), quando se comprehende os fatos e a realidade na sua concretude

c) **Ser sujeito** – é a percepção da capacidade da pessoa de compreender e de agir sobre o mundo. É ser capaz de conhecer. Conhecer é tarefa de sujeitos. Conhecimento exige “uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade” (Freire, 1977, p.27).

d) **Emancipação/libertação** – da condição de objeto à capacidade se auto emancipar, torna-se sujeito. É vivenciar a “educação como prática da liberdade. (...) Não é a transferência ou transmissão do saber, nem da cultura (...). É, sobretudo e antes de tudo, uma situação verdadeiramente gnosiológica” (Freire, 1977, p. 78).

e) **Transformação social** – desenvolvimento da capacidade de agir sobre a realidade para transformá-la, a qual se funda da relação teoria e prática, a práxis. Essa transformação tem a ver com o diálogo, antes apontado, pois o ele significa

o encontro no qual a reflexão e a ação, inseparáveis daqueles que dialogam, orientam-se para o mundo que é preciso transformar e humanizar, este diálogo não pode reduzir-se a depositar ideias em outros. Não pode converter-se num simples intercâmbio de ideias (...). Não é também uma discussão hostil” (Freire, 1979, p.83).

Como se pode observar, a pedagogia freiriana, no conjunto, além de desenvolver a capacidade de letramento remete à emancipação do sujeito e à ação social transformadora, razão pela qual ela translada da educação formal para uma aplicabilidade também na educação informal e não-formal. Sua potência transformadora explica toda a censura às ideias de Paulo Freire, no Brasil, durante o regime militar (1964-1985), que lhe rendeu o exílio, e a contestação na época da campanha eleitoral para presidente da República, em 2018, e nos quatro anos seguintes, por segmentos de direita extremistas. Nessa última fase, as concepções freirianas incomodaram porque se chocam com os interesses de incorporação do ideário fascista pelas novas direitas extremistas (Puglia, 2018; Miguel, 2014) ávidas por um retorno ao passado no qual a dominação patriarcal e a educação domesticadora eram predominantes.

A posição didático-pedagógica de Freire se contrapõe à educação bancária tradicional, criticada por ele, já que se circunscreve na lógica da transmissão de conhecimento pelos professores. Na educação bancária há “um ‘o ato de depositar, no qual os alunos são os depósitos e o professor aquele que deposita. Em lugar de comunicar, o professor dá comunicados que os alunos recebem pacientemente, aprendem e repetem. É a concepção acumulativa de educação (...)” (Freire, 1979, p.79).

Na concepção bancária da educação, o conhecimento é um dom concedido por aqueles que se consideram como seus possuidores àqueles que eles consideram que nada sabem. Projetar uma ignorância absoluta sobre os outros é característica de uma ideologia de opressão. É a negação da educação e do conhecimento como processo de procura (Freire, 1979, p.79).

Na concretização das categorias antes mencionadas, os princípios ontológicos como amor, esperança, humildade, empatia, fé e confiança no outro, entremeiam essa posição filosófica na práxis pedagógica. Para ele, na obra *Pedagogia do oprimido* (Freire, [1968] 2019), o amor ao mundo, à vida e às pessoas é premissa do diálogo, a humildade é base do diálogo, a fé dos seres humanos em sua vocação de ser mais, e a esperança que “está na própria essência da imperfeição dos homens, levando-os a uma eterna busca” (Freire, [1968] 2019, p. 112-114) são premissas do diálogo, assim como a confiança e a criticidade (Freire, 1981) seriam sua matriz.

Portanto, as categorias do pensamento freiriano possuem uma riqueza de princípios pedagógicos e ontológicos (Peruzzo, 2024) que podem ser aplicáveis ao mundo lusófono, pois, além da necessidade de transformar a realidade da educação para uma formação mais dialógica e inclusiva, de desenvolver o conhecimento em relação aos ecossistemas ambientais, as demandas por cidadania universal e pelo fim das guerras constituírem-se num problema universal, ainda há contextos em que a expropriação nos níveis mais crueis, a manipulação político-ideológica e o analfabetismo - se não o das letras, mas o analfabetismo político, persistem.

A percepção da potência dos conceitos de conscientização, emancipação e transformação da realidade e das estruturas injustas em favor do exercício da cidadania pelas populações excluídas das benesses do capitalismo, rendeu a Paulo Freire perseguição política durante a ditadura militar no Brasil (1964-1985) e seu exílio político. Ele incomodou e incomoda muita gente. No governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), no Brasil, seus alinhados no poder legislativo até tentaram tirar dele o título legal de Patrono da Educação no Brasil, afinal a conjuntura era de reprodução e tentativa de implantação do ideário fascista. Enquanto isso, os princípios educativos emancipatórios defendidos por Freire continuaram a ecoar pelo mundo, como demonstram as dezenas de homenagens e rememoração de suas ideias (Peruzzo, 2022), em especial, no ano de 2021, em comemoração ao centenário de seu nascimento.

A incorporação desses princípios educativos contribui para o avanço na qualidade do status da cidadania, ou seja, na percepção

do que se entende por direito humano e de cidadania, quando a incorporação de valores em favor da igualdade nas relações sociais, econômicas e políticas, independente de posição na estrutura econômica, das orientações de gênero e das condições etária, física, de procedência e cultural. São valores que continuam incomodando uma parcela da população e ajudam a explicar os retrocessos civilizatórios apregoados e/ou impostos por atores políticos e econômicos que, de tempos em tempos, manifestam a não aceitação do risco de reduzir ou perder seus privilégios e status de poder.

O enaltecimento das ideias freirianas quando das comemorações dos cem anos de seu nascimento, como já foi dito, também apontam para a atualidade, importância e o desafio de pô-las em prática no presente momento histórico para fazer frente à situação de perigo de regressão de valores humanistas e ascensão civilizatória que ronda o mundo.

2. A educação popular

A pedagogia emancipatória freiriana, inicialmente pensada para alfabetização de jovens e adultos, foi transladada da educação formal – do sistema oficial de Educação, âmbito no qual também continua orientando projetos pedagógicos de distintas unidades de ensino, para a educação popular, uma vez incorporada pelos movimentos sociais, Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica e uma diversidade de organizações sociais (OS) civis em suas atividades de organização, mobilização e ações de resistência às desigualdades, e em defesa da conquista de direitos e da justiça social. Nesse nível, não é o método de alfabetização em si que é incorporado, mas os princípios pedagógicos do diálogo, da conscientização, da escuta, do respeito aos saberes do outro, da participação ativa e da ação transformadora.

Na educação popular é visível a realização de um processo educativo nas seguintes dimensões: a) O ponto de partida é buscar o conhecimento da realidade (a escuta) dos grupos ou comunidades, facilitado por uma dinâmica que favorece o levantamento dos temas e problemas que afligem os participantes, os quais são discutidos criticamente e tirados encaminhamentos tendo em vista possíveis soluções;

b) O estabelecimento de relações dialógicas no desenvolvimento do conhecimento e valorização dos saberes populares; c) Valorização do pensamento crítico sobre a realidade para se enxergar as causas e assim possibilitar a visão política à luz dos interesses das classes subalternizadas, respeitando, é claro, o tempo de cada grupo, ou seja, exige “paciência pedagógica”; d) Há incentivo à ação-proativa, segundo as condições de cada grupo ou comunidade, com base na auto organização que possibilita a intervenção social com autonomia e o desenvolvimento de sistemas de cooperação comunitária.

Em síntese, esses princípios podem ser incorporados na práxis das organizações e movimentos sociais cívicos na lusofonia e além dela, de modo a facilitar processos mobilizatórios em prol das transformações históricas necessárias para a constituição da sociedade do bem viver (Acosta, 2011; Ehlers Zurita, 2016; Contreras, 2014) – o que não quer dizer viver bem no sentido do hedonismo capitalista, mas o estabelecimento de relações de convivencialidade respeitosa entre as pessoas, entre pessoas-natureza, entre forças econômicas e os ecossistemas ambientais. Enfim, uma práxis – teoria e prática – societárias que mirem a ascensão qualitativa da cidadania, enquanto concepção que reconhece direitos e deveres de todos em condições de igualdade, soberania social³ e comunicacional⁴ e a sustentabilidade planetária.

3. Perspectivas da comunicabilidade na lusofonia

No âmbito da lusofonia a pedagogia freiriana pode ter seu lugar tanto na educação formal, ou seja, nos sistemas de educação tradicional, de crianças, jovens e adultos, quanto na educação popular, aquela desenvolvida no contexto da mobilização social, na práxis dos movimentos sociais, comunidades, associações sem fins lucrativos, institutos, fundações, organizações não governamentais, setores

3. Soberania social é tomada no sentido da primazia dos interesses e necessidades das pessoas e de todos os seres vivos e inativos em relação aos interesses e lógica do mercado econômico capitalista.

4. Soberania comunicacional significa a excelência no empoderamento autônomo dos meios e formas de comunicabilidade pelas forças cívicas comprometidas com o bem comum, livres dos modos monopólicos de controle dos sistemas de meios e da comunicação plataformizada.

de igrejas voltados à intervenção social emancipadora e assim por diante. Nesse nível são acionados os mecanismos de educação não formal e de educação informal (Gohn, 2015, Ferreira; Sirino; Mota, 2020), processos educativos que envolvem respectivamente cursos de curta duração e o aprendizado que ocorre na realização de atividades na prática. Esses processos educativos são perpassados pela **Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa** (Peruzzo, 2024), tomada aqui como categoria, para, numa visão de conjunto, expressar as formas de comunicabilidade e os meios de comunicação desenvolvidos pelos coletivos cívicos como os acima referidos, de modo autônomo e segundo suas necessidades de comunicar. Então, existe o entrelaçamento entre educação e comunicação, que também tem sido denominado de educomunicação, que significa que o ato educativo é um ato comunicativo e vice-versa.

Enfim, tanto no nível da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa (Peruzzo, 2024) quanto da Educomunicação (Soares, 2011), no Brasil e, possivelmente em outros países lusófonos, já existe repercussão da pedagogia libertadora freiriana tanto na formulação de conceitos quanto nas práticas sociais, embora não como regra geral, pois na prática sempre há fatores que interferem nas dinâmicas coletivizadas dos meios de comunicação. Os aspectos pedagógicos ressoam nas formas de comunicação horizontal, quando gerada pelos próprios atores cívicos e protagonizadas em processos de cooperação gerando uma comunicabilidade desenvolvida por, pela e para a comunidade. São visíveis também na sintonia dos temas tratados à realidade de cada grupo ou lugar. É uma comunicação enraizada ao ambiente. Não é algo externo, mas inserida no bojo nas lutas ali desenvolvidas. A criticidade é outra dimensão presente, pois a conscientização move o olhar sobre a própria realidade a partir das visões dos atores situados nessas realidades. O diálogo também é parte intrínseca dos processos educomunicativos desenvolvidos. A dialogia entre sujeitos, como premissa da comunicação humana, está na base do diálogo em Freire que o toma não como intercâmbio de ideias, nem como conversa competitiva, mas como encontro entre pessoas mediatisado pelo mundo. Claro que esses processos só são possíveis pela participação ativa e responsável das pessoas, enca-

rada como método e estratégia emancipatórias. É a devolução do direito à palavra (Freire, 1985), e a prática da democracia em todo o processo comunicacional. Para o coroamento dessas dimensões da pedagogia libertadora, a estratégia é comunicar para transformar, comunicar para transformar realidades opressivas e conquistar e ampliar a cidadania, vista como processo que inclui respeito a direitos, mas também como dever de todo cidadão e cidadã em participar na construção de uma sociedade justa, equitativa e respeitosa de todos os seres que a constitui.

Na diversidade característica dos países lusófonos, creio que a filosofia pedagógica de Paulo Freire, até pelos princípios dessa pedagogia que permitem sua adequação e aderência à cada realidade, segundo suas condições objetivas e necessidades, continua tendo potencial de iluminar caminhos emancipatórios. Entre retrocessos e avanços, não se pode perder de vista que o processo civilizatório ecoa o grito, embora ainda sufocado, de segmentos populacionais por mudança e por soberania política, educativa e comunicacional, sempre no sentido do interesse público amplo e cívico do bem viver em contraposição ao antropoceno, uma época que os impactos da atividade humana sobre os ecossistemas põem em risco a vida no planeta Terra.

Considerações finais

Como foi visto, a pedagogia freiriana que tem sua origem e lugar na educação formal, em especial na alfabetização de jovens e adultos, tem sido apropriada pela educação popular do campo dos movimentos sociais, comunidades, organizações não governamentais e setores de igrejas cristãs etc. voltados à intervenção social direcionada a mitigar ou transformar as condições de opressão de setores minorizados da sociedade. Freire nos ensina que a transformação social tem sua base na conscientização sobre a realidade, aquela construída por cada pessoa e coletivamente, na sua relação umas com as outras e com o mundo, para transformá-lo segundo as necessidades tópicas de cada contexto dos países lusófonos e as demandas societárias universais. Nessas condições, as pessoas passam a pensar com a própria cabeça e não com a cabeça do outros, sa-

bem identificar a desinformação e a manipulação e, assim, se inserem na perspectiva de uma ética coletivo-societária em construção.

A dose de utopia dessas ideias e palavras tem a ver com a visão de que a utopia, apesar de carregar a marca de algo sem lugar ou não realizável (Moore, [1516] 2004), tem sido ressignificada como uma possibilidade, como esperança, não do verbo esperar, mas esperançar (Freire, 1976, [1992]1997), ou seja, pressupõe construir, perseguir os ideais, lutar por uma sociedade dignificadora do bem viver, do comum.

Referências

- Acosta, Alberto. El buen (con)vivir, una utopía por (re)construir. Alcances de la Constituci-ón de Montecristi. *Obets. Revista de Ciencias Sociales*. Universidad de Alicante, 6, n. 1, p.35-67, 2011.
- Araújo Freire, Ana M. de Araújo. *Paulo Freire: uma história de vida*. São Paulo: Paz e Terra, 2018.
- Brandão, Carlos R. *Paulo Freire, educar para transformar: fotobiografia*. São Paulo: Merca-do Cultural, 2006.
- Contreras B., Adalid. *Sentipensamientos*. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el buen vivir. Quito: UASB/ Editorial Tierra, 2014.
- Ehlers Zurita, F. Construyendo la sociedad del buen vivir. In: Sierra C. F.; Mal- donado R., C. (Org.) *Comunicación, decolonialidad y buen vivir*. Qui- to: Ciespal, 2016.
- Freinet, Célestin. *O Jornal escolar*. Lisboa: Editorial Estampa, 1974.
- Freinet, Célestin. *As técnicas Freinet da Escola Moderna*. Lisboa: Editorial Es- tampa, 1975.
- Freire, P. *Ação cultural para a liberdade e outros escritos*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976.
- Freire, Paulo. *Conscientização*. Teoria e prática da libertação. São Paulo: Cor- tez & Moraes, 1979.
- Freire, Paulo. *Educação como prática da liberdade*. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- Freire, Paulo. *A importância do ato de ler*. São Paulo: Cortez, 1982.

Freire, Paulo. *Extensão ou Comunicação?* 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

Freire, P. *Pedagogia da esperança*. Um reencontro com a pedagogia do oprimido. São Paulo: Paz e Terra [1992] 1997.

Freire, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 71a.ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, [1968] 2019.

Ferreira; Arthur V.; Sirino, Marcio B.; Mota, Patrícia F. (Org.). *A discussão dos conceitos de educação formal, não formal e informal e suas organizações nas estruturas sociais brasileiras*. Jundiaí: Paco Editorial, 2020.

Gohn, M. da G.. (Org.). *Educação não formal no campo das artes*. São Paulo: Cortez, 2015.

Instituto Paulo Freire. *Paulo Freire é o terceiro pensador mais citado em trabalhos pelo mundo*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 08 jun. 2016. Disponível em: <paulofrei-re.org/noticias/463-paulo-freire-%C3%A9-o-terceiro-pensador-mais-citado-em-trabalhos-pelo-mundo>. Acesso em: 20 maio 2021.

Marx, Karl; Engels, Friedrich. *A ideologia alemã I*. Crítica da filosofia alemã mais recente na pessoa dos seus representantes Feuerbach, B.Bauer e Stirner... 3.ed. Portugal/São Paulo: Editorial Presença q Martins Fontes, 1976.

Miguel, Luis F. A reemergência da direita brasileira. In: Gallego S. Esther (org.). *O ódio como política*. A reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2014. p.17-26

More, Thomas. *Utopia*. Tradução de Anah de Melo Franco. Brasília: Editora Uni-versidade de Brasília, [1516] 2004.

Peruzzo, Cicilia M. Krohling. *Fundamentos teóricos da comunicação popular, comunitária e alternativa*. Vitória: Edufes, 2024. Disponível em: <editora.metodista.br/publicacoes/comunicacao-popular-comunitaria-e-alternativa-no-brasil>. Acesso em: 12 jan. 2025

Peruzzo, Cicilia M. Krohling. sinais da relevância e atualidade do pensamento de Paulo Freire. In: Motta Elizangela A. P.; Alvarenga, Ricardo C. Lima, Karolinne S.; Santos, Wen-del Vinicius de F. (Org.) *Emaranhado de conhecimento*: 100 anos de nascimento de Paulo Freire. São Luís: Editora Pascal, 2022. p.16-23.

Puglia, Leonardo S. Gramsci e os intelectuais de direita no Brasil contemporâneo. *Teoria e Cultura*, UFJF, p.40-54, v.13, n.2, 2018. Disponível em: <periodicos.ufjf.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12432>. Acesso em: 04 fev. 2025

Rodrigues, Carlos Farinha. Portugal desigual. Um retrato das desigualdades de rendimentos e da pobreza no país. *Questões Sociais*. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Lisboa, 6 jan.2025. Disponível em: <ffms.pt/pt-pt/estudos/estudos/portugal-desigual-um-retrato-das-desigualdades-de-rendimentos-e-da-pobreza-no-pais>. Acesso em: 13 jan. 2025

Saviani, Darmeval. *Escola e democracia*. São Paulo: Cortez, 1983.

Soares, Ismar de O. Educomunicação: um campo de mediações. In: Citelli, A.O.; Costa, M.C.C. (Orgs.). *Educomunicação: construindo uma área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011. p.12-24.

Veiga, E. Paulo Freire: como o legado do educador brasileiro é visto no exterior. *BBC News Brasil*. 12 jan.2019. Disponível em: <bbc.com/portuguese/brasil-46830942>. Acesso em: 20 abr. 2021.

Vieira, Karina L. Bildung e pedagogia do oprimido: análise e reflexão dos elementos formativos da práxis para a liberdade. *Olhar de professor*, Ponta Grossa, v. 24, p. 1-23, 2021. Disponível em: <revistas2.uepg.br/index.php/olhardeprofessor>. Acesso em: 12 out. 2021.

Adriana Omena Santos

adriomena@gmail.com

**Universidade Federal de Uberlândia – UFU, Uberlândia, MG,
Brasil**

Gil Ezequiel Pereira de Abreu

gilabreu@yahoo.com.br

**Universidade Federal de Uberlândia – UFU, Uberlândia, MG,
Brasil**

Mirna Tonus

mirnatonus@gmail.com

**Universidade Federal de Uberlândia – UFU, Uberlândia, MG,
Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-4

A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA COMO OBJETO DE FRONTEIRA COM A COMUNICAÇÃO: ESTUDO COMPARADO SOBRE A COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NAS INSTITUIÇÕES DE PESQUISA EM PAÍSES EUROPEUS E AMERICANOS

RESUMO

O artigo apresenta resultados parciais de estudo comparado acerca da Comunicação Pública da Ciência, em países precursores dos estudos, bem como as ações e projetos relacionadas aos usos da Comunicação da Ciência e da transferência de tecnologia (inovação), com vistas a inter-relação entre produção acadêmica e sua divulgação pelas instituições. Por meio de pesquisa descritiva, documental e análise por meio de software NVivo, relaciona assuntos como a comunicação de interesse público e a divulgação de informações como objetos de fronteira, desde que em consonância com o interesse público e com as diretrizes de Comunicação Pública da Ciência nas instituições.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação pública; ciência; divulgação científica;
objeto de fronteira.

Introdução

O texto está relacionado com a Comunicação Pública da Ciência que pode ser aplicada em diferentes circunstâncias, e embora consolidado no exterior é, ainda, sem um consenso acerca do conceito o país. Assim, a definição de Comunicação Pública - CP adotada é a apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), sendo visto como aquela que envolve termos de interesse coletivo (incluindo a ciência) e diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições com o cidadão (Medeiros; Chirnev, 2021). Destina-se, portanto, a garantir o exercício da cidadania, estando relacionado com o acesso ao serviço e às informações de interesse público e tem relação direta com a interação entre os atores envolvidos: estado, governo, instituições e sociedade civil.

Para os autores, são princípios da CP: garantir acesso amplo à informação, fomentar o diálogo, estimular a participação, promover os direitos e a democracia, combater a desinformação, ouvir a sociedade, focar no cidadão, ser inclusiva e plural, tratar a comunicação como política de Estado [ou institucional], garantir a imparcialidade, pautar-se pela ética e atuar com eficácia. Ao partir desses elementos, os autores destacam que a comunicação pública não é apenas aquela feita por instituições públicas, mas toda aquela voltada ao interesse público. Em outras palavras, pode-se dizer que a CP pode ser desenvolvida por diferentes organizações e tem relação com o interesse público e que sua singularidade está na mensagem e sua relevância está no interesse público, ou seja, deve prevalecer na mensagem o interesse de todos, sejam os emissores o estado, as empresas privadas ou as organizações públicas.

Assim, a pesquisa realiza levantamento acerca da comunicação e divulgação da ciência no âmbito das instituições em que se inserem os autores que estudam o conceito e desenvolveram proposta de indicadores de mensuração (Polino, 2007; Song, 2010; Shukla; Bauer, 2012; Vogt, 2012) ou de países que apresentam projetos de acompanhamento da cultura científica ou da Comunicação Pública, por exemplo: o Observatório de Comunicação da Ciência na Espanha (Semir, 2012); o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT) no Brasil; ou projetos

correlatos nos demais países, no âmbito das instituições em que o termo vem sendo estudado ou nos países e instituições em que foram propostos indicadores¹ de mensuração de Comunicação Pública da Ciência. Tendo em vista que existe no Brasil uma rede de pesquisa que estuda a temática, coube inserir no corpus os países representados no Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT)². Para tanto, foi necessário observar e analisar indicativos acerca da utilização de diferentes ferramentas e dos meios de comunicação para trabalhar as questões de comunicação da ciência em seu sentido mais amplo ao abordar tudo aquilo relacionado à produção científica nas instituições, seja na pesquisa e inovação ou no ensino e extensão.

Desta forma, a proposta tem como objetivo principal realizar um estudo comparado das ações de Comunicação Pública nos países precursores dos estudos, bem como dos projetos e ações relacionados à divulgação da ciência e da transferência de tecnologia (inovação) que permitam realizar levantamento e mensuração do engajamento da comunicação da ciência, inovação e extensão nas instituições envolvidas, por meio da coleta de produção de material comunicação e da divulgação de tais informações.

Comunicação da Ciência como objeto de fronteira

De acordo com Silva, Santos e Amorim (2023), e considerando a interface entre os campos contemplados na pesquisa (políticas públicas, comunicação, divulgação científica, trabalho), cabem as considerações de Campos (2018, p. 478) ao afirmar que:

[...] objetos de fronteira podem ser definidos como entidades, com diferentes significados para pessoas

1. Em pesquisas anteriores realizadas pela proponente foram localizados cinco autores que apresentam indicadores de mensuração com diferentes variáveis utilizadas. Algumas variáveis estão presentes em todos as propostas de mensuração encontradas como, por exemplo, interesse social, conhecimento científico, formação qualificada, cobertura midiática, ações para sociedade e nível educacional.

2. O INCT-CPCT é uma rede de grupos de pesquisa que reúne mais de uma centena de pesquisadores e estudantes de diferentes universidades e instituições científicas de todas as regiões brasileiras e de outros países. Foi aprovado em 2016 junto ao Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação e as atividades foram iniciadas em 2017.

de diferentes comunidades, mas que, em seu uso, fornecem uma linguagem comum para que essas pessoas possam interagir umas com as outras [...].

Para as autoras o estudo dessas fronteiras entre as diferentes áreas pretende apresentar múltiplos olhares quanto ao trabalho de divulgação científica no âmbito dos Institutos Federais da região Amazônia Brasileira e quanto à atuação do jornalista nessas atividades, tendo como ponto de partida a (não) precarização do trabalho jornalístico.

As autoras, destacam, neste contexto, que por mais que o objeto seja comum a diferentes áreas, não é necessário existir uma única visão sobre esse tema, como ressaltam Martini e Filippi (2022, p. 73, tradução nossa) ao afirmarem que: “objetos de fronteira constituem um conjunto de arranjos de trabalho que permitem que diferentes comunidades de prática realizem uma tarefa colaborativa sem a necessidade de consenso³” (Silva, Santos, Amorim, 2023).

Assim, é preciso compreender que a plasticidade do objeto de fronteira permite que ele se adapte conforme a comunidade e o uso que essa faz dele:

Nesse sentido, os objetos fronteiriços são caracterizados por sua plasticidade para se adaptar às necessidades locais e às limitações impostas a eles no uso. Mas também têm uma natureza robusta que garante uma identidade comum a todos os locais por onde passam. Seu suporte como objetos de fronteira implica uma multiplicidade de práticas de ajuste, que cada comunidade realiza de acordo com suas necessidades⁴ (Martini; Filippi, 2022, p. 74, tradução nossa).

3. Texto original: “[...] los objetos frontera constituyen un conjunto de arreglos de trabajo que permiten a distintas comunidades de prácticas realizar una tarea colaborativa sin necesidad de consenso”.

4. Texto original: “En este sentido, los objetos frontera se caracterizan por su plasticidad para adaptarse a las necesidades locales y a las limitaciones que se les imponen en el uso. Pero, también poseen una naturaleza robusta que asegura una identidad común a través de los lugares por los que transitan. Su sostenimiento como objetos frontera implica una multiplicidad de prácticas de ajustes, que cada comunidad realiza en función de sus necesidades”.

O conceito de CPC é apresentado por Daza-Caicedo (2013), que ao estudar a Comunicação da Ciência a considera a como sinônimo do conceito de Apropriação Social da Ciência e Tecnologia (ASCyT), que é utilizada para três propósitos:

[...] a) como formas de nomear atividades como as realizadas em museus, feiras e semanas científicas, comunicação científica em meios de comunicação de massa, atividades educacionais não-formais e informais em ciência e tecnologia, entre outros. b) Como um conceito de pesquisa acadêmica que lida com as diferentes maneiras pelas quais a ciência e a sociedade estão relacionadas. Grande parte dessa pesquisa centra-se na análise das relações que ocorrem entre especialistas e não especialistas; esses trabalhos podem estar localizados em diferentes posições teóricas. c) No campo das políticas de ciência e tecnologia, com programas que buscam encorajar o desenvolvimento de atividades, pesquisa e avaliação dessas questões (Daza-Caicedo, 2013, p. 51, tradução nossa⁵).

Desta forma, segundo as autoras, percebe-se que o objeto de fronteira não se adapta conforme o seu local de estudo, mas pode ser estudado por diferentes perspectivas e comunidades o que leva, por sua vez, a uma falta de consenso (D'Almeida; Campos, 2021). Exatamente devido aos diferentes olhares, advindos de diferentes áreas, os autores afirmam que:

Não se trata de estabelecer uma visão consensual, que sirva de intermediação para diversos pontos de vista, mas sim sobre pontes entre as representações expressas pelas linguagens envolvidas em deter-

5. Texto original: "a) como maneras de denominar actividades como aquellas que se realizan en museos, ferias y semanas de ciencia, comunicación de la ciencia en medios masivos, actividades de educación no formal e informal en ciencia y tecnología, entre otras. b) Como concepto en investigaciones académicas que versan sobre las diversas maneras en que ciencia y sociedad se relacionan. Buena parte de estas investigaciones se centran en examinar las relaciones que ocurren entre expertos y no-expertos, estos trabajos pueden ubicarse en posturas teóricas disímiles. c) En el terreno de las políticas de ciencia y tecnología, con programas que buscan incentivar el desarrollo de actividades, investigaciones y evaluaciones de estos temas".

minado contexto interdisciplinar, que podem ser estabelecidas a partir da identificação dos objetos de fronteira, ou seja, da identificação dos objetos que são alvo de trabalho cooperativo entre pelo menos duas comunidades (D’Almeida; Campos, 2021, p. 7).

Nesse sentido, o objeto de fronteira está em intersecção entre duas ou mais áreas de conhecimento e/ou comunidades, sem a necessidade de consenso entre esses participantes. Por esse motivo não versamos aqui sobre um “lugar de tranquilidade” conceitual ou epistemológica, pois, como espaço de fronteira, pode ou não estar sob pressão e disputa. Com essa perspectiva, a divulgação científica encontra-se também neste lugar, visto que intersecciona diferentes áreas e diferentes grupos de interesse, em razão dessas fronteiras, em que pode ser identificada uma tensão entre os atores envolvidos, pois cada um possui olhar e atuação diferentes com relação ao processo de divulgação/comunicação da ciência.

Durante o levantamento bibliográfico para a pesquisa, percebeu-se que, por muito tempo, em razão da soberania do paradigma dominante sobre os demais, não foi possível superar essas fronteiras, visto que nesse modelo existe uma hierarquia entre os saberes. Então com a iminência do paradigma emergente na ciência, vale destacar que essas fronteiras estão cada vez mais interconectadas e mescladas, como pontua Santos (2018, p. 59) quando afirma que:

Os fatos observados têm vindo a escapar ao regime de isolamento prisional que a ciência os sujeita. Os objetos têm fronteiras cada vez menos definidas; são constituídos por anéis que se entrecruzam em teias complexas com os dois restantes objetos, a tal ponto que os objetos em si são menos reais do que as relações entre eles.

Com essas fronteiras cada vez mais fluidas, confirma-se a percepção de que a comunicação da ciência não está isolada em determinada área ou a uma determinada comunidade, pois trata-se de um objeto comum para diferentes atores e públicos sendo, portanto, inserindo no que o configura efetivamente como um objeto de fronteira. Em razão dessa intersecção, a comunicação da ciência torna-se relational, ou seja, as relações entre as áreas, comunidades, atores e públicos são mais atrativos do que a comunicação da ciência em si.

Ao adentrar mais especificamente e de modo conceitual na comunicação da ciência e da divulgação científica, é possível recorrer a Brandão (2007, p. 4) quando afirma que ambas se valem de diferentes instrumentos que “[...] vão de metodologias tradicionais de informação tecnológica para comunidades, técnicos e autoridades até às novas tecnologias que são hoje as grandes responsáveis pela rápida expansão da rede de cientistas e divulgadores”.

As autoras, em sua pesquisa, abordam o conceito de Comunicação Pública (CP), mais especificamente, a definição adotada será a apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública) em seu guia, em que Medeiros e Chirnev (2021, p. 10) destacam que a CP é aquela “[...] que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições públicas com o cidadão”. Medeiros e Chirnev (2021) apontam ainda 12 princípios da CP, quais sejam: garantir acesso amplo à informação; fomentar o diálogo; estimular a participação; promover os direitos e a democracia; combater a desinformação; ouvir a sociedade; focar no cidadão; ser inclusiva e plural; tratar a comunicação como política de Estado; garantir a imparcialidade; pautar-se pela ética; e atuar com eficácia.

Ao partir desses elementos, os autores destacam que a comunicação pública não é apenas aquela feita por instituições públicas, mas toda aquela voltada ao interesse público. Ainda nesse contexto, cabe destacar, no entanto, que não existe consenso sobre o conceito de CP, pois, como apresenta Brandão (2006), a CP possui interfaces com diferentes ramos da Comunicação — dentre eles: a Comunicação Organizacional; a Comunicação Científica; a Comunicação do Estado e/ou Governamental; a Comunicação Política; e Estratégias de Comunicação da Sociedade Civil Organizada (Silva, Santos, Amorim, 2024).

É importante destacar, no que diz respeito à divulgação científica e suas relações com a comunicação da ciência e comunicação pública, que com o advento da internet e a popularização da Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I), e com os desdobramentos

da pandemia de Covid-19⁶, esse processo tem ganhado novos atores, como os próprios pesquisadores, além de novos espaços e contribuições voltados para as preocupações com a ciência, sua divulgação e sua relação com a sociedade em geral.

Em tal contexto, a divulgação científica pode ser compreendida de maneira mais ampla, como uma maneira de tornar acessível não apenas as informações, mas o próprio envolvimento com a ciência, em especial estudos e pesquisas e a inserção desta na vida das pessoas. Desta forma, entendendo que as ações sociais, políticas e institucionais para essa divulgação não podem ser isoladas: é preciso integrar processos, ações e atores, no sentido de viabilizar o acesso da sociedade ao processo científico e não apenas aos resultados. Somente a partir de tal processo é possível a efetivação de uma comunicação pública da ciência como um passo além da divulgação científica, visando o envolvimento da sociedade com a ciência, a tecnologia e a inovação nos diferentes países contemplados na pesquisa.

Percorso teórico – metodológico e resultados preliminares

A Comunicação Pública da Ciência e a divulgação científica podem ser vistos como objetos de fronteira com estudos de comunicação organizacional porque, apesar da divulgação científica ser atividade que envolve diretamente a comunicação, ela também esbarra em várias áreas de atuação, visto que essa é uma atividade (e um compromisso social) que cabe a todos os pesquisadores que se dedicam à ciência. Tal concepção se ampara nas considerações de Daza-Caicedo (2013) ao afirmar que a Comunicação Pública da Ciência habita diferentes mundos sociais e áreas de conhecimento, sendo suficientemente maleável “para se adaptar às necessidades locais e às restrições dos diferentes grupos que os empregam e suficientemente robustos para

6. O coronavírus (Covid-19) é uma doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2. A pandemia foi declarada em 11 de março de 2020. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos da doença em vários países e regiões do mundo. Até o presente momento, no Brasil, existem 34.868.153 casos confirmados e 688.487 óbitos. Vale destacar que o enfrentamento do governo brasileiro à pandemia foi marcado por troca de gestores, demora para reagir ao surto e disseminação de desinformações.

manter uma identidade comum entre esses diferentes lugares (Star, Griesemer, 1989 apud Daza-Caicedo, 2013, p. 54).

Quando exercida, a Comunicação Pública faz com que, por um lado, haja a divulgação de informações de interesse público e, por outro, com que o receptor exerça seu direito de receber essas informações, tendo oportunidade de participar do debate na esfera pública (Santos, 2019). Exatamente nesse ponto ocorre a interface do tema com os conceitos relacionados com as tecnologias de informação e comunicação, como os dados digitais e o engajamento coletados via levantamento documental ou mineração de dados. Tal proposta considera que, conforme Miranda (2007 apud Rocha; Massarani 2016), a Internet é a principal expressão das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), que conjugam a tecnologia computacional ou informática com a tecnologia das telecomunicações.

Em tal contexto, cabe problematizar a situação ao trazer reflexões que tem como ponto central o questionamento de até que ponto a divulgação científica, notadamente na internet, tem contribuído para uma comunicação da ciência de maneira mais ampla e sistêmica? O problema de pesquisa, portanto, reside em saber como tem ocorrido a comunicação pública nas universidades, institutos de pesquisa precursores do termo de comunicação pública e dos mecanismos de mensuração da comunicação da ciência.

Há de considerar-se, em tal situação, o fato de que muitas universidades e institutos de pesquisa têm estratégias de comunicação e assessorias de imprensa, serviços que devem ajudar a construir vínculo com a comunidade, pois se relacionam com a mídia, principal canal, neste caso, pelo qual a ciência e a inovação são divulgadas ao público leigo. Sendo assim, pressupõe-se que existe, dentro do jornalismo, enquanto modalidade praticada pelos meios de comunicação, preocupação com o exercício da Comunicação Pública, e, por isso, a cobertura jornalística deve estar atenta também aos temas da ciência e inovação. Da mesma forma, uma comunicação institucional e pública bem-planejada e posicionada colabora fortemente com a CP, não só divulgando por meio de seus próprios veículos, mas também em negociação com a imprensa, visando atingir o público em geral. Neste sentido, a proposta traz em seu escopo a necessidade de discorrer e se

aprofundar no conceito de mineração de dados e de ferramentas de incentivo ao engajamento com a ciência.

O universo e amostra da pesquisa dizem respeito à CPC nas instituições selecionadas⁷. Os critérios de inclusão e de exclusão dos países e instituições levaram em consideração: a) existência de estudos precursores ou projetos que se destacam na temática; b) presença de instituições às quais os autores proponentes de indicadores de mensuração da Comunicação Pública estão inseridos; países ou grupos/instituições representados no Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia, o INCT-CPCT (Brasil).

Foi realizada a compilação dos dados coletados das IES e países em questão para fins de comparação, desde arquivos que foram recebidos em forma de dados brutos coletados e relatórios de cada IES e país. A análise é realizada utilizando uma metodologia de análise qualitativa de conteúdo, considerando a natureza dos dados - textos e imagens - e a necessidade de um olhar interpretativo para categorizar os dados (Kuckartz; Rädiker, 2023). Tal procedimento é realizado com o apoio do software de análise qualitativa de dados NVivo. A escolha do software como apoio ocorre porque ele permite visualização das análises e digitalização de notas e do processo de codificação dos dados. Os dados coletados foram agrupados em casos (caso é um nível de codificação no NVivo), em um primeiro nível incluindo os países e em segundo nível, dentro de cada país os casos de cada Instituição (Brasil, Espanha, Estados Unidos, Itália, Portugal e Reino Unido).

No estágio em desenvolvimento a codificação é realizada em três estágios, (1) análise estruturada que seleciona os dados e classifica dentro de categorias pré-definidas, neste caso categorias que ajudem a compreender se há os critérios para se estabelecer a CPC

7. London School of Economics and Political Science, Universitat Pompeu Fabra, Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati, Universidade do Minho, Universidade Nova de Lisboa, Universidade do Minho e Cornell University, bem como Universidade Federal de Belo Horizonte - UFMG, Universidade Federal de São Carlos - UFScar, Universidade Federal de Uberlândia - UFU, Universidade de São Paulo - USP, Universidade Federal do Pará, UFPA; Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Universidade Estadual de Campinas - Unicamp e Fundação Oswaldo Cruz - Fiocruz.

(no NVivo as categorias são chamadas de códigos ou nós); (2) Etapa avaliativa, atribuir níveis (se possível), ou detectar a presença ou ausência de aspectos das categorias e/ou subcategorias em cada um dos casos; (3) Etapa de atribuição de tipos, agrupando tipologias destacadas que podem reunir países e instituições, com vistas a tentar atribuir tipos de comunicação da ciência que cada IES ou país pratica (Pelegrini; Saracino, 2022).

Um ponto que merece ser compartilhado, tendo sido inclusive apresentado em outro momento, é que de acordo com Santos et al. (2022) cabe recorrer a Bauer (2009) para compreender a os estudos de comunicação da ciência e a percepção do público sobre a temática é preciso considerar que se observamos a cultura científica em sua linha do tempo percebe-se que em sua trajetória ela passa por diferentes paradigmas, problemas e políticas conforme apresentado no quadro a seguir:

Quadro 1 - Etapas da Comunicação da Ciência/Cultura Científica

Período/característica	Atribuição diagnóstico	Estratégias/pesquisas
Alfabetização científica (science literacy) 1960 – 1980	Pesquisas sobre déficit de conhecimento público e científico	Mensuração de alfabetização científica. Educação
Compreensão pública (public understand) 1985 – 1990	Pesquisas sobre déficit de atitudes políticas acerca da ciência	Mensuração de percepção da ciência, conhecimento, atitude, mudanças de atitude, educação para a ciência e ações de divulgação (relações públicas).
Ciência na sociedade (engagement – Science in Society) 1990 =>	Pesquisas voltadas para diferentes estudos de déficit, como confiança e experts, crises de confiança, interesse público, engajamento etc.	Estudos sobre participação cidadã na ciência, sobre maneiras de deliberação, mediadores da CPC e dos impactos de avaliação sobre a temática.

Fonte: Quadro elaborado por Santos e Santos (2020) em pesquisa bibliográfica/documental com base em Bauer (2009)

É importante considerar, neste contexto, o fato de que debates e contribuições recentes têm enfatizado a relevância do papel do conhecimento, da ciência e da inovação, para que o país se desenvolva economicamente. No Brasil, por exemplo, reconhecer a importância da inovação trouxe grandes mudanças no modo de atuar de empresas, entidades representativas, instituições de ensino e de pesquisa e organizações do setor público (Veloso Filho; Nogueira, 2006 apud Santos; Santos, 2020) como, por exemplo, as universidades.

Segundo os autores, há que considerar em tal situação o fato de que muitas universidades e institutos de pesquisa possuem estratégias de comunicação e assessorias de imprensa, serviços que devem ajudar a construir vínculo com a comunidade, pois se relacionam com a mídia, principal canal, neste caso, por onde a ciência e a inovação são divulgadas. Percebe-se, no entanto, pelo quadro 1 que é possível que diferentes instituições e países podem estar em momentos diferentes de cultura científica a depender de seu marco regulatório e ações governamentais ou não para a comunicação pública da ciência.

Nesse contexto, e após as primeiras análises, o que é possível notar, preliminarmente, é que a maioria das instituições analisadas não realizam CPC de maneira sistematizada, há ainda um predomínio de ações de assessoria e divulgação, com o uso de conceitos que se aproximam do modelo deficitário, como a ideia de tradução ou explicação, a maioria também tem se concentrado em divulgar informações de interesse público, embora algumas instituições, ao que alguns dados indicam, se concentram em promoção e propaganda. Há também um cenário em que algumas instituições, parecem se destacar em ações pontuais que incluem ciência aberta, propostas de engajamento, ciência cidadã e interação (Universidade de Pádua; Universidade do Minho, Cornell, USP, Unicamp, UFU, Fiocruz), embora isso não permita concluir que sejam ações que permitam dizer que há CPC efetivamente ocorrendo, o que demandará uma análise mais minuciosa dos dados.

Considerações Finais

O trabalho apresenta tema necessário (principalmente frente aos ataques atuais à ciência no Brasil e exterior), relevante e inova-

dor, pois tanto o conceito de Comunicação Pública (CP) quanto a temática de comunicação da ciência ainda são pouco discutidos na área da comunicação e da divulgação científica; desta forma, uma pesquisa em interface com tais campos certamente poderá vir a ser fonte para estudos e pesquisas futuras, seja para o ensino, seja para a extensão nas áreas ou para suas interfaces.

É importante, também, estudar a temática da tecnologia e inovação como um processo que envolve o uso, a aplicação e a transformação do conhecimento técnico e científico em problemas relacionados com a produção e a comercialização, tendo como perspectiva a relação direta com a sociedade e suas demandas. Um exemplo que chama atenção e evidencia a importância da pesquisa na área pode ser observado nos anais do *International Public Communication of Science and Technology Conference*, um evento bianual voltado especificamente à comunicação da ciência e que, em suas edições anteriores, inclusive a ocorrida no Brasil em 2014, apresenta tímida participação de profissionais da comunicação se comparados com profissionais de outras áreas, como as relacionadas com ciências exatas e biológicas, por exemplo.

Em tal contexto, vale ressaltar que alguns dos países em que se propõe observar a cultura científica são oferecidos, na modalidade de graduação ou de pós-graduação, cursos específicos de comunicação da ciência ou de CPC. Assim, uma maneira de mudar o quadro supracitado é, além de transferir os resultados da pesquisa para a sociedade, envolver mais os profissionais e os cursos de comunicação com a temática. Assim, é de suma importância uma proposta que possibilite, por exemplo, analisar e apresentar iniciativas que venham a ser adotadas pelas instituições brasileiras participantes da pesquisa. Espera-se, ainda, oferecer subsídio consultivo para novos projetos impulsionados por políticas públicas, ONGs ou por iniciativa privada para a comunicação da ciência e para a consolidação da cultura científica nos países.

Referencias

- Daza-Caicedo, S. La apropiación social de la ciencia y la tecnología como un objeto de frontera. In: Vogt, Carlos Alberto et al. *Comunicação,*

- divulgação e percepção pública de ciência e tecnologia.** Petrópolis: De Petrus, 2013. p. 49-62. Disponível em: <[researchgate.net/publication/280559468_la_apropiacion_social_de_la_ciencia_y_la_tecnologia_como_un_objeto_de_frontera](https://www.researchgate.net/publication/280559468_la_apropiacion_social_de_la_ciencia_y_la_tecnologia_como_un_objeto_de_frontera)>. Acesso em: 26 nov. 2023.
- Duarte, J. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: Kunsch, M. (org.) **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011, p. 121 – 134.
- Koçouski, M. Comunicação pública: construindo um conceito. In: Matos, H. (org). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 41 – 58.
- Medeiros, A.; Chirney, L. **Guia de comunicação pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021.
- Kuckartz, U.; Rädiker, S. **Qualitative content analysis: methods, practice and software**. Seconded. Thousand Oaks: Sage Publications, 2023.
- Pellegrini, G.; Saracino, B. Public Engagement Profiles and Types of Research Institutes. In: Entradas, M.; Bauer, M. W. **Public Communication of Research Universities**. 1. ed. London: Routledge, 22 Apr. 2022. p. 116–130. Disponível em: <[taylorfrancis.com/books/9781003027133/chapters/10.4324/9781003027133-9](https://www.taylorfrancis.com/books/9781003027133/chapters/10.4324/9781003027133-9)>. Acesso em: 1 nov. 2023.
- Polino, C. Regional efforts toward and Iberobarometer on public perception, scientific culture, and citizen participation. In: Workshop International Indicators of Science and the Public, **Atas...** London, Royal Society. 2007.
- Rocha, M.; Massarani, L. Divulgação científica na internet: um estudo de caso de comentários feitos por leitores em textos da Ciência Hoje das Crianças Online. **Alexandria Revista de Educação em Ciência e Tecnologia**, v.9, n.1, , 2016, p.207-233.
- Santos, A. C. O. Estudos sobre a cultura científica no Brasil e no Canadá: ações de comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e Universidade de Ottawa (UOttawa). **Comunicação pública**. Vol. 14, no. 27, 2019. Recuperado de: <journals.openedition.org/cp/5396>.
- Semir, V. (2012) Spanish PCST and the European Science in Society Strategy. In: Schiele, B.; Claes-sens, M.; Shunke, S. **Science communication in the world: practices, theories, and trends**. Springer, 2012, p. 193 – 209.

- Song, J. Rethinking the context and social foundation of Science education. In: Lee, Y.J. *The world of science education: science education research in Asia*. Rotterdam/Boston: Sense Publishers, 2010, p. 155 – 169.
- Skula, R.; Bauer, M. W. The Science culture index (SCI): construction and validation. In: Bauer, M. W.; Skula, R.; Allum, N. *The culture of science: how the public relates to Science across the globe*. New York: Routledge, 2012, p. 179 – 199.
- Vogt, C. The spiral of scientific culture and cultural well-being: Brazil and Ibero-America. *Public understand of Science*, 2012, 21, vol. 1, p. 4 – 16.

PARTE II
Jornalismo em debate nos contextos lusófonos

Ilza Maria Tourinho Girardi

ilza.girardi@ufrgs.br

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-5

O JORNALISMO PRECISA ASSUMIR PROTAGONISMO NA COMUNICAÇÃO PARA PREVENÇÃO DE RISCO DE DESASTRES CLIMÁTICOS

RESUMO

O artigo é uma reflexão sobre a atuação do Jornalismo em tempos de emergência climática e seu potencial para atuar no processo de comunicação de riscos de desastres climáticos. Apresenta um retrospecto dos eventos extremos ocorridos no Rio Grande do Sul, assim como dos alertas das conferências da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre o aumento da temperatura do planeta. Recorre a autores que reconhecem o papel do Jornalismo no fortalecimento da cidadania ambiental. Indica que os pressupostos do Jornalismo Ambiental contribuem para a qualificação da prática profissional tendo em vista a comunicação de riscos climáticos e a construção de um mundo que respeite os limites da natureza.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo e emergência climática; Comunicação de riscos climáticos;
Cidadania; Jornalismo Ambiental..

Retrospecto

Em 2024, um desastre climático irrompeu no Rio Grande do Sul, com chuvas intensas que atingiram 471 cidades, ou seja, cerca de 95% de todas as 497 cidades do estado. De acordo com a Defesa Civil (2024) do estado, 183 pessoas morreram e 2.398.255 foram afetadas. Os maiores impactos foram sentidos pelas populações vulnerabilizadas, como quilombolas, pescadores, indígenas e comunidades de baixa renda, mas todos foram atingidos. Esse desastre, que não foi o único no estado, mas é considerado o maior do mundo pelas suas proporções¹, inspirou a elaboração deste texto para o Lusocom. Afinal, todos estávamos muito envolvidos e assustados com o que aconteceu. Mas, enquanto o Rio Grande do Sul estava em baixo d'água, 16 estados e o Distrito Federal sofriam com a estiagem que atingia da Amazônia ao Sudeste, além de alguns estados do Nordeste e Sul. Foi a seca mais intensa desde 1980, de acordo com o Centro Nacional de Monitoramento de Desastres Naturais (Cemaden). (Vitória, 2024)

No ano anterior, 2023, o Vale do Taquari foi atingido por um ciclone, seguido de enchente (G1, 2023). Ao todo, 54 pessoas morreram na época. Retrocedendo um pouco mais, recordamos que em 2016 Porto Alegre foi impactada por um fenômeno chamado microexplosão, com ventos até 150km por hora, danificando principalmente dois bairros da orla do Lago Guaíba. Bem antes desse acontecimento, em 27 e 28 março de 2004, o norte do Rio Grande do Sul e sul de Santa Catarina foram atingidos pelo furacão Catarina provocando 11 mortes e ferimentos em 518 pessoas, além dos danos materiais. Essas foram algumas das inúmeras tempestades com fortes ventos que assustaram e geraram estragos no estado, no entanto, somente em 2023 foram elaboradas as “Estratégias para o enfrentamento das mudanças climáticas”, documento que descreve as medidas a serem tomadas para a mitigação e adaptação das pessoas aos novos tempos de emergências no Rio Grande do Sul. (Rio Grande do Sul, 2023).

1. Conforme o pesquisador Laércio Massaru Namikawa, do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, “Um evento dessa magnitude, pela área geográfica, é um evento que não tem precedentes no mundo”. (Correio do Povo, 2024).

Conforme Moraes e Aquino (2018), o sul do Brasil, Argentina e Uruguai estão sujeitos a eventos extremos nas estações mais quentes do ano e na primavera e outono. Manter as florestas e campos nativos preservados é um dos meios para diminuir o impacto das águas e a emissão de gases de efeito estufa. Bustamante e Pillar (2024, n.p.) por sua vez, apontam que:

Evidências indicam que o aquecimento global contribuiu significativamente para a intensidade sem precedentes das chuvas, e que a falta de medidas de adaptação, em escala regional e local, agravou os impactos negativos da precipitação concentrada em poucos dias e das cheias na região hidrográfica do Guaíba.

Além disso, estudos do Map Biomas mostram que na Região Hidrográfica do Guaíba, a mais afetada pelo desastre, 1,4 milhão de hectares de vegetação nativa foram transformados em áreas agrícolas, em especial com plantio de soja, entre os anos 1985 e 2022 sem autorização legal. (Bustamante; Pillar ,2024, n.p.)

Observamos, ainda, a desconstrução da legislação ambiental, desconsiderando sua importância para a proteção da biodiversidade, solos e corpus d'água, em especial nos tempos de emergência climática. Alterações absurdas como a construção de reservatórios d'água em Áreas de Proteção Permanente, para abastecer plantações de soja, pinus e eucalipto; e autolicenciamento para empreendedores a fim de “evitar a burocracia” do estado foram aprovados pela Assembleia Legislativa e sancionadas pelo governador Eduardo Leite, mas, felizmente, barradas pela justiça.

O conhecimento sobre a relação entre as atividades humanas e as mudanças climáticas não é novo. Em 1896 o cientista sueco Svante Arrhenius escreveu um artigo pioneiro indicando a influência da concentração de vapor d'água e dióxido de carbono no aumento da temperatura da terra. (Rasch; Lima; Falciano, 2025) Várias conferências foram realizadas pela Organização das Nações Unidas (ONU) na busca de resolver o problema e seus resultados foram compartilhados com o público da imprensa. Em 1972 foi realizada em Estocolmo a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Am-

biente Humano. Dentre os seus objetivos estava discutir as mudanças climáticas buscar soluções para reduzir desastres naturais.

Em 1988 foi criado o Painel Intergovernamental sobre as Mudanças Climáticas (IPCC) e seu primeiro relatório foi concluído em 1990. Em 1992, o IPCC apresentou um estudo suplementar ao concluído em 1990. Entre várias conclusões, apontou que as emissões decorrentes das atividades humanas aumentaram consideravelmente os gases de efeito estufa como anidro carbônico, etano, clorofluorcarbonetos e óxido nitroso. Já a Conferência das Nações Unidas, também conhecida como ECO-92 ou Rio-92, foi realizada no Rio de Janeiro para retomar as discussões realizadas na Conferência de Estocolmo. Nesta época, houve um consenso de que os problemas ambientais não eram apenas locais e deveriam ser tratados como globais. Nesse evento constatou-se que o atual modelo de desenvolvimento acabaria com os recursos naturais rapidamente. Por isso, foi criada a Agenda 21, que continha uma proposta para os países adotarem um modelo de desenvolvimento mais sustentável.

O documento propunha a cooperação dos governantes para que esse modelo se tornasse realidade, bem como enfatizava o combate à pobreza, a mudança dos padrões de consumo, o combate ao desflorestamento e a conservação da diversidade biológica. No mesmo evento foram criadas as Conferências das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, conhecidas como COPs. Tais encontros reúnem lideranças de todos os países para discutir medidas relacionadas as mudanças climáticas. Dentre elas destacamos a COP-3 e a COP-21.

Na COP-3, realizada entre 1º e 10 de dezembro de 1997, em Kyoto, no Japão, foi adotado o Protocolo de Kyoto, primeiro acordo a estabelecer metas de redução de gases do efeito estufa para os países desenvolvidos. Já a COP- 21, realizada em Paris, entre os dias 30 de novembro a 12 de dezembro de 2015, chegou a um acordo histórico, pois envolveu quase todos os países do mundo em um esforço para reduzir as emissões de carbono e conter os efeitos do aquecimento global. Os 195 países membros da Convenção do Clima da ONU e a União Europeia ratificaram o documento. O objetivo de longo prazo do acordo é limitar o aquecimento global a 1,5º C. (Brasil, 2025)

Podemos destacar ainda as conferências realizadas pela ONU para tratar da redução de riscos de desastres naturais (o termo “naturais” passou a ser questionado, pois tais eventos são provocados pelos humanos). A terceira conferência resultou na Declaração de Sendai, cidade do Japão que sediou o evento entre os dias 14 e 18 de março de 2014. Tal declaração definiu o Quadro para a Redução de Risco de Desastre e as metas a serem alcançadas no período entre 2015 e 2030. (Cemaden, 2014)

Em novembro de 2025, a COP-30 será realizada na cidade de Belém, no Brasil, com o compromisso de colocar em debate temas importantes como: redução de emissões de gases de efeito estufa; adaptação às mudanças climáticas; financiamento climático para países em desenvolvimento; tecnologias de energia renovável e soluções de baixo carbono; preservação de florestas e biodiversidade; justiça climática e os impactos sociais das mudanças climáticas. Essa COP será “um marco para o país consolidar sua liderança nas negociações climáticas globais e apresentar avanços na redução do desmatamento e transição energética, além de demonstrar seu potencial enquanto provedor de soluções climáticas.” (Brasil, 2025)

Jornalismo e cidadania

A questão é: como chegamos até aqui? As razões são muitas. Negacionismo climático, inação dos governos, políticas de desenvolvimento associadas à maquiagem verde são algumas causas. Convivemos com o agronegócio predador, atividades de mineração, entre outros, voltados unicamente para o lucro, sem nenhuma responsabilidade com os danos ao meio ambiente e as comunidades do entorno. Os povos indígenas e tradicionais continuam lutando pelo direito às suas terras quando deveríamos agradecer a eles pela conservação das florestas. (Aragão, 2022) Nesse contexto, o jornalismo tem dado sua contribuição, mas sua ação deveria ser muito mais intensa. O agravamento da crise ambiental com a emergência climática exige que o jornalismo desempenhe um papel ativo e permanente na informação do cidadão, pois não temos tempo para perder. As notícias ambientais deveriam ter espaço cotidiano nos meios de comunicação, com abordagens corretas para contribuir com a construção de uma cidadania ativa.

As conferências mencionadas geraram muitas informações que foram divulgadas pela imprensa, mas sem continuidade após o encerramento dos encontros. As informações eram de cunho predominantemente economicista, o que não permitia ao leitor se conectar com as propostas que circulavam para a construção de um mundo sustentável. Notícias ambientais eram pautadas pelos jornais quando ocorriam grandes contaminações, desmatamentos, mas os jornalistas tinham dificuldades de abordá-las permanentemente devido a pouca importância que o meio ambiente tinha nas redações. Além disso, os poluidores, desmatadores, grileiros fazem parte dos grandes grupos econômicos que exercem pressão sobre os meios de comunicação, o que era e é um fator complicador.

Ao longo dessa história tivemos grandes coberturas seguidas de vazios de notícias. Dentre as grandes coberturas, está a do protesto de estudantes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que impediram a retirada de uma árvore, uma tipuana, em frente à Faculdade Direito, em Porto Alegre, para a construção de um viaduto, em 1975. A imprensa deu ampla visibilidade para o episódio e o prefeito desistiu de cortar a árvore. No entanto, foi em 1998 que dois encontros de jornalistas deram impulso para a cobertura de temas ambientais. Um deles, o Seminário para jornalistas sobre população e meio ambiente, realizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) em Brasília (DF), nos dias 27 a 30 de novembro. No seminário foi feito um apelo para que os sindicatos de jornalistas criassem em seus estados núcleos ou associações de jornalistas ambientais. Dos cinco criados, só vingou o Núcleo dos Ecojornalistas do Rio Grande do Sul. O outro, ocorreu nos dias 20 e 24 de maio de 1992, em Belo Horizonte, durante o Encontro Internacional de Imprensa, Meio Ambiente e Desenvolvimento (Green Press), que fez parte da programação oficial da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Para a RIO-92 aproximadamente 9 mil jornalistas de todo o mundo se credenciaram para fazer a cobertura, pois os temas que foram debatidos eram de interesse de todos os países.

Vários jornalistas se destacaram nessa luta, como Liana John, Washington Novaes, Randau Marques Lúcio Flávio Pinto, e Elson Martins. Os dois últimos correspondentes do jornal O Estado de São

Paulo, respectivamente, no Pará e no Acre. Lucio Flavio Pinto criou, no Pará, o Jornal Pessoal e Elson criou o jornal Varadouro no Acre. (Belmonte, 2017)

Um passo importante na formação de Jornalistas se deu quando, ao elaborar as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Jornalismo, o grupo de professores envolvidos nesse trabalho, incluiu, na primeira competência a ser contemplada no projeto pedagógico:

Compreender e valorizar como conquistas históricas da cidadania e indicadores de um estágio avançado de civilização, em processo constante de riscos e aperfeiçoamento: o regime democrático, o pluralismo de ideias e de opiniões, a cultura da paz, os direitos humanos, as liberdades públicas, a justiça social e o desenvolvimento sustentável. (Brasil, 2009)

Embora “o discurso do desenvolvimento sustentável não seja homogêneo” (Leff, 2001), pois é marcado por visões de mundo em disputa, a sua presença nas diretrizes significa um avanço. Sua presença aponta que a formação desse novo profissional deve passar pela compreensão de seu papel na construção da cidadania, com olhar ampliado e solidário com as grandes questões de nosso tempo como defesa da democracia, direitos humanos e sociobiodiversidade. Destaque-se que a própria criação da disciplina Jornalismo Ambiental não era bem compreendida na época, pois muitos professores acreditavam que o curso, por si, já preparava os jornalistas para atuar nas diferentes áreas.

De acordo com Kovach e Rosenstiel, a “principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar.” (2004, p 31). Para os mesmos autores, as informações disponibilizadas pela imprensa ajudam aos cidadãos a identificarem os objetivos da comunidade. Tais informações também geram processos comunicacionais com potencial educativo que permitem aos cidadãos tomarem decisões importantes para a sua vida, vida da comunidade e de seus descendentes. No mesmo caminho, Bacchetta (2020) nos inspira ao relacionar o jornalismo ambiental com a construção da cidadania:

O Jornalismo precisa assumir protagonismo na comunicação para prevenção de risco de desastres climáticos

O jornalismo ambiental considera os efeitos da atividade humana, desde a ciência e a tecnologia em particular, sobre o planeta e a humanidade. Deve contribuir, portanto, com a difusão de temas complexos e análise de suas implicações políticas, sociais, culturais e éticas. É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sobre sua forma de vida na Terra, para assumir em definitivo sua cidadania planetária (Bacchetta, 2020, p, 18).

Lamentavelmente, o meio ambiente não teve a atenção merecida e nós chegamos ao ponto em que estamos hoje. Todas as profissões falharam, mas o jornalismo, com seu potencial educativo, deixou de cumprir um papel importante. No governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, o meio ambiente, além das ciências, povos indígenas e comunidades tradicionais, sofreu grandes ataques. O seu ministro do Meio Ambiente chegou a dizer que era para aproveitar a pandemia e deixar a “boiada passar” e alterar todas as normas ambientais. (G1, 2020) Nessa época, a imprensa passou a fazer o contraponto, denunciando alguns dos desmandos do mandatário como a permissão para mineração em terras indígenas, desmatamento, entre outras.

Integrantes do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental-CNPq/UFRGS observaram o aumento significativo da cobertura de meio ambiente mais recentemente. Girardi, Loose e Steigleder (2020) estudaram a cobertura do Jornal Nacional e constataram uma mudança importante, pois o programa colocou em circulação informações que permitiam ao telespectador relacionar o desmatamento com o aumento da temperatura da Terra. A imprensa não hegemônica, embora com alcance menor, também tem um papel muito importante na disseminação destas notícias.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) a pedido da organização não governamental World Wide Fund for Nature (WWF) e publicada pela revista Galileu comprovou que o brasileiro se preocupa com o meio ambiente. Os dados revelaram a vontade de estar cada vez mais perto do meio ambiente, e que consideravam ameaça à natureza: o desmatamento das florestas, poluição das águas, caça e pesca em períodos

proibidos, mudanças climáticas- aquecimento global, grandes obras como hidrelétricas, rodovias e portos. (Galileu, 2018)

Outra pesquisa, desta vez realizada pelo Ipec Inteligência, para o Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS,2021) em parceria com o Programa de Mudança Climática da Universidade de Yale, investigou a percepção dos brasileiros sobre as mudanças climáticas. Na edição de 2020, as respostas indicaram que a maior parte dos brasileiros se preocupa com as mudanças climáticas e que elas estão em curso e podem prejudicar muito a população. Perguntados sobre quem pode resolver o problema das mudanças climáticas, 37% dos respondentes consideraram que os governos têm melhores condições, 32% consideraram que são as empresas e indústrias, 23% apontaram os cidadãos e 8% disseram que são as ONGs de meio ambiente. Isso indica, segundo a pesquisa, que a cidadania repassa sua responsabilidade para governos e empresas quando ela e as ONGs, que são representações da cidadania, têm poder de mobilização para pressionar governos e empresas. Isso indica uma carência de formação de cidadania no país.

Jornalismo e prevenção de riscos de desastres climáticos

Durante a enchente de maio de 2024, a imprensa prestou um grande serviço à comunidade, pois compartilhou informações sobre, por exemplo, estradas, transporte público, deslocamento entre as cidades, abastecimento e comunidades que precisavam ser socorridas. As emissoras de rádio colocaram toda sua programação à disposição das comunidades e dos gestores públicos e passaram a transmitir somente informações relacionadas ao desastre. De acordo com Looze e Girardi (2018, p.212), o “Jornalismo é uma forma de mediação que, por sua legitimidade e alcance, pode atenuar ou amplificar as percepções sobre risco”.

Na ocasião, o Observatório do Jornalismo Ambiental², acompanhou a cobertura e continua observando no pós-desastre e reconstrução. Durante o desastre houve um esforço dos jornalistas e empresas jornalísticas que, mesmo sofrendo os impactos das chuvas,

2. O Observatório de Jornalismo Ambiental é um projeto de extensão relacionado ao Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental- CNPq-UFRGS.

continuaram prestando o serviço público de fornecer as informações que as pessoas precisavam no momento. Em análise realizada por Aguiar e Loose (2025) observou-se que as matérias reportavam a reconstrução no pós desastre, mas não mencionavam se as obras criavam estruturas resilientes. As autoras destacam que: "O jornalismo, como um mediador do debate público, deve estar atento a como as cidades estão sendo reconstruídas, de modo que consigam enfrentar os riscos climáticos já previstos."

Doravante a imprensa precisa ficar atenta à Declaração de Sendai e fiscalizar os projetos de reconstrução, observando se as obras são resilientes. É preciso compreender que a verdadeira resiliência implica em transformar as cidades para que sejam preparadas para enfrentar as consequências das mudanças climáticas de forma mais eficiente. Isso inclui, por exemplo, a implementação de infraestrutura verde, como áreas de drenagem natural, reflorestamento de encostas e a criação de espaços urbanos que absorvam as águas das chuvas, além de políticas de planejamento urbano que priorizem a adaptação ao clima. (Aguiar, Loose, 2024).

É necessário aprofundar as reportagens, tendo em vista que na região do Rio Grande do Sul há risco de eventos extremos e que a reposição de campos e florestas, bem como a criação de mais áreas de proteção permanente, é necessária. Destacamos ainda que o jornalismo tem uma função educativa e por isso precisa manter esses temas sempre em discussão pela sociedade, para que esta tenha subsídios para participar do debate público e cobrar as melhorias para manter a sociobiodiversidade protegida. Nesse aspecto, os estudos realizados pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental - CNPq/UFRGS deram uma contribuição para o aprimoramento das reportagens, elencando pressupostos a serem seguidos pelos jornalistas nas coberturas ambientais. São eles:

1. **Ênfase na contextualização:** deve ser ampla, profunda e crítica, além de superar a fragmentação e adotar a perspectiva sistêmica.
2. **Pluralidade de vozes:** as notícias não devem se limitar a fontes oficiais, mas dar espaço de fala a todos aqueles que muitas vezes são silenciados.

3. Assimilação do saber ambiental: que supera as ciências ambientais e abre-se para os valores éticos dos saberes tradicionais, incorporando um olhar mais abrangente e percebendo o humano também como natureza.
4. Cobertura próxima à realidade do leitor: trazer as questões para perto do leitor.
5. Comprometimento com a qualificação da informação: envolve engajamento e militância em defesa da vida.
6. Responsabilidade com a mudança do pensamento: o Jornalismo Ambiental assume sua função educativa para contribuir com a mudança de pensamento da sociedade.
7. Incorporação do princípio da precaução: orienta a ação do jornalismo para o futuro para evitar consequências negativas.
(Girardi et al., 2020, p.284-285)

Consideramos que, embora a cobertura de temas ambientais esteja mais frequente nos meios de comunicação, é necessário que, pelas circunstâncias atuais, o jornalismo preventivo seja definitivamente assumido pelas redações. Com a emergência climática, os cidadãos precisam estar preparados e informados para agir na proteção de sua vida, bem como da vida de sua comunidade e seus animais. Os meios jornalísticos podem contribuir, por exemplo, com a defesa civil, informando sobre a gravidade dos acontecimentos, se as pessoas precisam sair de suas casas e como devem se dirigir para os abrigos. Para tanto, essas estruturas devem existir e a imprensa precisa cobrar a sua construção por parte do poder público. Além disso, o jornalismo deve estar vigilante em relação à destruição do meio ambiente. Os jornalistas, por sua vez, precisam passar por um processo de alfabetização ecológica para compreenderem que não há outro caminho a não ser aquele trilhado em harmonia com a natureza.

Referências

- Aguiar, Clara; Loose, Eloisa B. "Reconstruir melhor": será que estamos nos preparando para reduzir riscos de desastres? *Jornalismo e Meio Ambiente*. Disponível em: <jornalismoe meioambiente.com/2025/03/13/reconstruir-melhor-sera-que-estamos-nos-preparando-para-reduzir-riscos-de-desastres>. Acesso em: 30 mar 2025.

Aragão, Tainá. Estudo comprova que Povos Indígenas e Tradicionais são essenciais para a preservação das florestas. *Socioambiental*. 09/08/2022. Disponível em: <socioambiental.org/noticias-socioambientais/estudo-comprova-que-povos-indigenas-e-tradicionais-sao-essenciais-para>. Acesso em: 2 mar 2025.

Belmonte, Roberto, V. Uma breve história do jornalismo ambiental brasileiro. *Revista Brasileira de História da Mídia*. v. 6, n. 2.jul-dez 2017

Brasil. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. *Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação* (Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009) Disponível em: Diretrizes Curriculares Nacionais. Acesso em: 6 abril 2025.

Brasil. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Guia de bolso. [Recurso eletrônico]: comunicação climática no Brasil*. Brasília, DF: MMA, 2025.

Bustamante, Mercedes; Pillar, Valério. Aquecimento global: conta dos eventos extremos será paga pelas futuras gerações. *The Conversation*, 2024. Disponível em: <theconversation.com/aquecimento-global-conta-dos-eventos-extremos-sera-paga-pelas-futuras-geracoes-230816?fbclid=pay2xjawjmjsrlehraua2flbqixmaabpwsnhk3lvqte9rs50trv0a3wlj26eoywamnrvvakvdpgld5m1ts5i3omdaj1_aem_itypbfmtiox1tsfdxc3ow>. Acesso em: 2 mar 2025.

Cemaden. Conferência de Sendai: Cemaden discute sobre a redução de riscos de desastres naturais. Disponível em: <cemaden.gov.br/conferencia-de-sendai-cemaden-discute-sobre-a-reducao-de-riscos-de-desastres-naturais>. Acesso em: 31 mar 2014.

Correio do Povo."Um evento dessa magnitude não tem precedentes no mundo", diz pesquisador do INPE sobre enchente de maio de 2024 no RS. Disponível em: <correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/cidades/um-evento-dessa-magnitude-nao-tem-precedentes-no-mundo-diz-pesquisador-do-inpe-sobre-enchente-de-maio-de-2024-no-rs-1.1596731>. Acesso: 9 abril 2025.

Defesa Civil do Rio Grande do Sul. Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS – 20/8.2024. Disponível em: <estado.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-20-8>. Acesso: 2 mar 2025.

Galileu. Pesquisa do Ibope avalia a preocupação da população com o meio ambiente. Disponível em: Pesquisa do Ibope avalia a preocupação da população com o meio ambiente - **Revista Galileu | Meio Ambiente.** Acesso em: 10 mar 2025.

Girardi, Ilza Maria T; Loose, Eloisa Beling; Steigleder, Débora Gallas; Belmonte, Roberto Villar; Massierer, Carine. A contribuição do princípio da precaução para a epistemologia do Jornalismo Ambiental. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde,** Rio de Janeiro, v.14, n.2, p. 279-292, 2020. Disponível em: <doi.org/10.29397/reciis.v14i2.2053>.

Girardi, Ilza M. T; Loose, Eloisa B.; Steigleder, Débora Gallas. Novos rumos da cobertura ambiental brasileira: um estudo a partir Jornal Nacional. **Trayectorias Humanas Trascontinentales, Limoges**, n7, p.47-62, 2020.

G1. Ministro do Meio Ambiente defende passar “aboiada” e “mudar” as regras enquanto atenção está voltada para a Covid-19. Disponível em: **Ministro do Meio Ambiente defende passar ‘a boiada’ e ‘mudar’ regras enquanto atenção da mídia está voltada para a Covid-19 | Política | G1.** Acesso em: 10 mar 2025.

G1. Rio Taquari passa dos 30 metros e atinge o maior nível da história no RS. Disponível em: **Rio Taquari passa dos 30 metros e atinge o maior nível da história no RS | Rio Grande do Sul | G1.** 02 de maio de 2024. Acesso em: 10 mar 2025.

Instituto de Tecnologia e Sociedade. “Mudanças Climáticas: a Percepção dos Brasileiros”. Disponível em: **Mudanças climáticas na percepção dos brasileiros | Edição 2021.** Acesso em: 10 mar 2025.

Kovach, B. E Rosenstiel, T. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** São Paulo, Geração Editorial, 2004.

Loose, Eloisa B; Girardi, Ilza M.T. Antes do desastre: notas a respeito do Jornalismo, da comunicação de riscos, da prevenção e do envolvimento cidadão. **Mediaciones Sociales.** Madrid, Ediciones Complutense, v. 17, 2018

Moraes, Flávia Dias de Souza; Aquino, Francisco Eliseu Aquino. Desastres no Rio Grande do Sul associados a complexos convectivos de mesoescala: estudo de caso do evento que ocorreu entre 22 e 23 de abril de 2011. **Rev. Gest. Sust. Ambiental, Florianópolis.** v. 7, n. esp p. 111-134, jun. 2018.

Rasch, Matheus Barbosa; Lima, Maria Tereza Weitzel Dias Carneiro; Falciano, F.T. Tradução comentada do artigo “On the Influence of Carbonic Acid in the Air upon the Temperature of the Ground” de Svante Arrhenius (1896). *Cadernos de Astronomia*, v. 6, n° 1, 141-167, abr. 2025.

Rio Grande do Sul. *Proclima 2050*: estratégias para o enfrentamento das mudanças climáticas no Rio Grande do Sul. 2023. Disponível em:- 23114356-proclima2050.pdf. Acesso em: 1 mar 2025.

Vitória, Dayres. Mais da metade do Brasil enfrenta a pior seca dos últimos 44 anos, afirma Cemaden. Disponível em: Mais da metade do Brasil enfrenta pior seca dos últimos 44 anos, afirma Cemaden | CNN Brasil. CNN, 27 de agosto de 2024. Acesso em: 10 mar 2025.

Claudia Miranda Rodrigues

claudiar63@gmail.com

**Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio,
Rio de Janeiro, RJ, Brasil**

Leonel Azevedo de Aguiar

laaguiar@uol.com.br

**Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio,
Rio de Janeiro, RJ, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-6

JORNALISMO DE DADOS ABERTOS: A TRANSPARÊNCIA COMO POSSIBILIDADE DE ENGAJAMENTO CÍVICO

RESUMO

Este trabalho sustenta que uma nova rotina de produção da informação, realizada pelas agências de jornalismo sem fins lucrativos, cria as condições de possibilidade de um incremento no engajamento cívico por parte da sociedade. Essa nova prática jornalística, denominada jornalismo de dados abertos (Rodrigues, 2021), pode implicar no fortalecimento da credibilidade a partir da transparência oferecida por essas agências. O resultado do estudo de caso apresentado é o da Agência Pública.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Teorias do Jornalismo; Jornalismo de Dados Abertos;
Transparência; Democracia.

Jornalismo: monitor da democracia

Se entendemos a democracia como uma forma de comunicação na qual o cidadão monitora a atividade do governo e suas decisões, fica claro o fundamento lógico que explica o papel da mídia, em geral, e, particularmente, do jornalismo profissional. É por isso que autores como Christians *et al.* (2009) consideram que a teoria normativa da comunicação pública se refere à organização institucional da comunicação dentro de sistema democrático. McChesney (1999, p.228) adiciona que a democracia se estabelece quando cidadãos têm acesso amplo a informações e formulações que os permitam ter influência sobre assuntos políticos: "se a comunicação e a informação são tendenciosas, elas tendem a aumentar a desigualdade, em sociedades democráticas ou não. Se o processo de governança se baseia em uma cidadania bem-informada, a mídia desempenha uma função crucial". Blumler e Gurevitch (1995, p.97) resumem o que a democracia exige: vigilância social; definição de uma agenda significativa; plataforma inteligível e informativa; mecanismos para responsabilizar o poder público; incentivos para os cidadãos aprenderem.

Christians *et al.* (2009) ressaltam que as normas de responsabilidade social evoluíram paralelamente ao desenvolvimento das democracias populares no final do século XIX. McChesney (1999), por sua vez, pontua que, apenas no século XX, a mídia assumiu um papel central na esfera cultural e política. Paralelamente, cresce uma percepção crítica em relação à própria atuação das organizações midiáticas por parte dos próprios profissionais e entre pesquisadores, demarcada por uma série de estudos sociológicos sobre viés, parcialidade na produção de notícias e constrangimentos organizacionais a partir da década de 1960. É justamente o consenso sobre a necessidade de elaboração de normas sistemáticas que fustiga o trabalho pioneiro da *Hutchins Commission* – ou *Commission of Freedom of Press* –, em 1947, e da Comissão McBride, da Unesco, em 1980, no sentido de entabular regras e normas de conduta (Christians *et al.*, 2009).

A Comissão Hutchins apontou contradições referentes à concepção de independência dos meios de comunicação ou à liberdade interna da imprensa, um problema que a Teoria Liberal não reconheceu (Kunczik, 2002, p.75). A ideia da imprensa como o Quarto Poder ori-

gina-se da Teoria Liberal que tem seu apogeu no século XIX e enxerga na mídia o poder de “cão de guarda” (*watchdog*) na busca da verdade (Rodrigues & Aguiar, 2023). Mas críticos inverteram o termo para *guard dog*; isto é, cão de guarda dos interesses comerciais e empresariais (Donahue et al., 1995). Em sua essência, esta teoria estabelece que a mídia é independente, tem a coragem de realizar o escrutínio do governo e servir como um canal em defesa dos interesses da população (McQuail, 2013, p. 40).

A noção de dever embutida no relatório elaborado pela Comissão Hutchins conforma-se com o modelo *trustee* ou papel de monitor (*monitorial role*) cunhado por Schudson (1999). Baseia-se na neutralidade, a partir percepção de que existem interesses em jogo, mas o repórter não precisa tomar partido, e na objetividade, que presume fatos verificáveis. A ênfase privilegia evidência, precisão, relevância e observação seletiva que dispensa qualquer interesse pessoal ou distorção. O pré-requisito é não veicular o que não é verídico ou o que não possa ser verificado e checado (Christians et al., 2009; Aguiar & Rodrigues, 2021). Este ideário desponta em pesquisas sobre *ethos profissional* que apontam a visão de jornalistas e editores sobre seu papel (Weaver, 1998; Weaver & Wilhoit, 1986, 1996; Hantzsche et al., 2019).

Se assumirmos a possibilidade do paradigma da objetividade, formulam Christians et al. (2009), o jornalismo monitorial é o mais apropriado para a democracia liberal, incluindo as formas deliberativas e participativas em que os cidadãos precisam estar bem-informados para tomar decisões racionais e razoáveis. Em tese, definem os autores, a mídia cumpre esse papel uma vez que “nenhuma outra instituição é capaz de fornecer conhecimento desinteressado em grande escala” (Christians et al., 2009, p.148). Os autores, assim como Schudson (1999; 2008), não compartilham a visão romântica e mítica de que esta equação sempre funciona e é infalível. Prescrevem a autorregulamentação e o apelo à ética jornalística como saída. “Na base, estão os ideais pessoais e os valores profissionais no campo da comunicação pública” (Christians et al., 2009, p.69). Cabe, portanto, indagar: para que serve o jornalismo? McNair (2003) também buscou responder de forma sistemática:

Primeiro, eles devem informar os cidadãos sobre o que está acontecendo ao seu redor (...) Em segundo lugar, eles devem educar quanto ao significado e importância dos ‘fatos’ (...) Terceiro, a mídia deve fornecer uma plataforma para o discurso político público (...) A quarta função da mídia é dar publicidade para instituições governamentais e políticas - o papel de ‘cão de guarda’ do jornalismo (...) Finalmente, a mídia nas sociedades democráticas serve como um canal para a defesa de pontos de vista políticos (McNair, 2003, p. 21).

No livro *Why Democracies Need an Unlovable Press*, Schudson (2008, loc.1312) explora as seis razões por que, a despeito de todo descrédito e críticas fundamentadas a respeito das limitações e falhas da imprensa, “as características mais restritas e indesejáveis podem ser as mais vitais na contribuição para a democracia”. A dependência nas fontes oficiais, os constrangimentos organizacionais, o peso dado à cobertura de conflitos, o ceticismo diante de políticos, a condição de outsider apesar da proximidade com o poder institucional são os aspectos apontados. A despeito de reconhecer que os profissionais da mídia não são agentes livres, ele atenta para a capacidade de expandir o leque de notícias a partir de sua autonomia limitada.

Os cientistas sociais observam frequentemente como os repórteres se tornam *insiders* socializando com suas fontes, lisonjeados pela intimidade com os ricos e poderosos, dependentes da intimidade para obter vazamentos. Tudo isso é verdade. Mas é mais um motivo para observar cuidadosamente a maneira como os jornalistas conseguem permanecer estranhos e avançar na agenda jornalística que pautará a conversa de milhões de pessoas em suas salas-de-estar (Schudson, 2008, loc.1533).

Miguel (2019, p.120) salienta que, mesmo com tantas controvérsias, os “ideais canônicos” da imparcialidade, neutralidade e objetividade mantêm-se centrais para a credibilidade e legitimidade do jornalismo frente ao público. Para o autor, esses cânones tornam-se ainda mais centrais em função da disseminação de informação propiciada

pelas tecnologias digitais de informação e comunicação. Neste sentido, McNair (2000) alerta contra expectativas excessivas em relação ao jornalismo contemporâneo. Ao considerar os dilemas enfrentados pela mídia no que tange à capacidade de preservar suas normas deontológicas em meio à crescente cultura de comentários e à ação de *spin doctors*¹, McNair (2000) percebe um avanço positivo na conexão e na percepção do público quanto ao papel do jornalismo.

Quanto a essa forma de atuação jornalística, é preciso aprofundar a discussão a partir de modelos que permitem avançar a agenda de interesse público e, por isso, cumprir um papel dentro de sistemas democráticos. O objetivo é abordar correntes do jornalismo que são pertinentes com o papel de monitor (*monitorial role*) a partir do fortalecimento de aspectos como precisão e objetividade. A delimitação proposta aborda o jornalismo de dados e suas contribuições em larga escala, apontando como o *big data* favoreceu o jornalismo investigativo (Aguiar & Rodrigues, 2019). O conceito de transparência é adotado como prática nas reportagens guiadas por dados e, para alguns acadêmicos, pode ser visto como uma nova forma de objetividade jornalística.

A consolidação da transparência pública, pressionada pelos movimentos *open data* contribuiu, sobremaneira, para a propagação de práticas jornalísticas que, em última análise, se coadunam aos ideais democráticos (Parasie & Dagiral, 2018; Parasie, 2019). Uma faceta do jornalismo de dados de abertos (JDA) está intimamente relacionada com a noção de transparência. A possibilidade de verificação de processos adotados na construção da notícia a partir do recurso do *hyperlink* constitui uma tipologia que Coddington (2015, p.340) define como transparência versus opacidade, que se aplica à proposta de abertura de dados. O ritual perpetrado pelo JDA permite comprovar o teor das narrativas construídas pelos repórteres e se consubstancia

1. *Spin doctors* são peritos em trabalhar enquadramentos da notícia. O verbo *spin* significa girar e embute uma concepção de obter um tratamento favorável ou reverter o impacto negativo de uma notícia ou mesmo mudar a percepção ou opinião da audiência sobre determinado assunto, pessoa ou instituição. É uma atuação que vai além do trabalho da assessoria de imprensa ou do marketing na comunicação, mas traz alguns elementos comuns no *modus operandi* e nos resultados.

a partir do uso de *links*. O potencial do *hyperlink* no jornalismo digital foi foco de pesquisas que tangenciam a questão da transparência a partir do acesso às fontes primárias de informação que, dessa forma, reforçam a confiabilidade na reportagem (Karlsson, 2010; Plaisance, 2007; Hayes et al., 2007; Rupar, 2006; Allen, 2008).

Todo JDA se insere dentro do “guarda-chuva” do JD (Rodrigues & Aguiar, 2023). Mas nem toda reportagem compreendida como JD ou JGD (jornalismo guiado por dados) se constitui JDA. Para além de sugerir a classificação e/ou definição de uma nomenclatura, o objetivo da pesquisa original foi abarcar a investigação da produção da Agência Pública, iniciativa brasileira de jornalismo investigativo localizada na cidade de São Paulo. Esse estudo de caso apresenta exemplos de evidência, precisão e transparência; em última análise, de jornalismo de qualidade.

Estudo de caso: Agência Pública

O fulcro teórico da pesquisa aqui retratada é a “regra da transparência” de Kovach e Rosenstiel (2003), que se respalda no método científico e em sua replicabilidade. A confiabilidade do leitor é reforçada a partir da possibilidade de verificação de métodos. A proposta é revelar os modos de fazer do JDA – o *newsgathering*, o processo de coleta da notícia com *links* para o material bruto da apuração – que possibilita tornar o processo transparente.

Antes de explicar a natureza da proposta, cabe informar que universo compõe o *corpus* da pesquisa em tela. A Agência Pública tinha, no momento da realização da pesquisa, uma seção dedicada ao jornalismo de dados – seção Dados² – e o *corpus* cobriu matérias no formato do JDA, na respectiva editoria, de 16 de janeiro de 2017 até a data de 31 de maio de 2021. De acordo com o critério, a amostra consiste em 47 reportagens.

Agência Pública foi criada em 2011. No momento de realização dessa pesquisa, em 2021, sua estrutura era composta por 41 profissionais. Pioneira entre as agências jornalísticas nativas digitais, nasce com a proposta de fazer jornalismo investigativo “inovador com apuração

2. A Agência Pública passou por uma revisão editorial e modificou a classificação de suas editorias. Todas as reportagens analisadas permanecem no site com a chancela “Dados”.

isenta e criteriosa, baseada em fontes primárias”³ e em um ambiente muito ligado ao que se chamava Casa de Cultura Digital, em São Paulo, e ao movimento que pregava o *copy left*⁴. Sua história também se confunde com a do WikiLeaks, de quem a Pública é parceira desde sua fundação, pois a jornalista Natália Viana – uma das diretoras executivas – trabalhou, na Inglaterra, na seleção de documentos norte-americanos vazados pela equipe liderada por Julian Assange. Os principais mantenedores são a fundação norte-americana Ford Foundation e a organização OAK Foundation, que tem sede na Suíça. Em 2020, a receita total da agência sem fins lucrativos foi de pouco mais R\$ 3 milhões, revertida para cobrir gastos com projetos e jornalistas. As informações estão no site da agência⁵.

A agência trabalha com republicadores que usam o material produzido sob a licença *creative commons*. As reportagens são reproduzidas em sites como os da Folha de S. Paulo, UOL, El País, Yahoo. A Pública produz jornalismo investigativo e não cobre uma pauta abrangente de assuntos. Os direitos humanos são o foco das matérias de interesse público com pautas sobre o governo, meio ambiente, denúncias de corrupção e ditadura militar. A estrutura da agência conta com seis seções: reportagem, especiais, podcast, entrevistas, dados e vídeos.

Acesso a documentos e dados organizados em planilhas, além de informação sobre métodos empregados para realizar uma reportagem – recursos comuns nas rotinas da agência pesquisada – configuraram-se evidências passíveis de discernimento, ou seja, de apreciação, por parte da audiência. A transparência propiciada pela interatividade perpetrada pela publicação de *links* para materiais brutos ou fontes que originaram a notícia é um recurso constatado por pesquisadores (Karlsson, 2011; Hayes et al., 2007). Karlsson (2011, p. 293) já assinalou a relevância de pesquisas sobre rotinas em redações que operacionalizam esta prática.

3. Disponível em <apublica.org/quem-somos>. Acesso em 18 nov. 2021.

4. O *copy left* assegura direito livre de republicação com a condição de que a fonte seja citada. A Agência Pública opera dentro desse sistema chamado *creative commons*.

5. Disponível em <apublica.org/transparencia>. Acesso em 18 nov. 2021.

A fim de medir o rastro de “elementos discerníveis” das boas práticas nas reportagens da agência pesquisada, partimos de um percurso teórico-metodológico que levou em conta o processo de construção de uma notícia. Consideramos dois indicadores macros – método e evidência – como parâmetros que nos permitem avaliar a possibilidade de verificação da qualidade da reportagem. Já os subindicadores, relacionados a seguir, funcionam como “elementos discerníveis” e servem de fulcro na mensuração dos indicadores macros método e evidência. Juntos, os dois indicadores apontam o nível de transparência consumada nas reportagens. O objetivo foi encontrar a resposta para a pergunta da pesquisa: como a agência Pública fornece método e evidência em suas reportagens?

O método experimental de análise do conteúdo aqui proposto partiu da desconstrução das reportagens em unidades nomeadas subindicadores e que foram lançadas em planilha Excel para a Agência Pública⁶. Os subindicadores aplicados foram os seguintes: *metodologia, expertise do repórter, dados abertos, fontes dados, outras fontes, diversidade, fonte não identificada, visualização e efetividade*. A explicação prévia destes critérios facilitará o entendimento da composição elaborada para medir os indicadores macros *método e evidência*.

Se os parâmetros nos procedimentos adotados são familiares e apreensíveis aos profissionais do jornalismo, mesmo leitores leigos podem auferir a evidência e o método conferidos através da publicação da metodologia, de informação sobre expertise dos repórteres, dos dados (documentos e planilhas), e pela efetividade no acesso a esses dados oferecida por *links* que, de fato, funcionam. Portanto, empreendemos aqui uma análise que aprecia a qualidade do jornalismo de dados abertos construído pela agência, do ponto de vista profissional, e como esse fator se evidencia para o público leitor – o que constitui a possibilidade de verificação.

Análise pelo indicador método

A análise do indicador macro Método nas reportagens da Agências Pública aponta o nível de rigor adotado e verificável com

⁶. Planilha Excel com a pesquisa disponível em <docs.google.com/spreadsheets/d/1kbeoll8atvqarkjnouayns-ijxskwc2aq0ytrwddn4/edit#gid=1999592787>. Acesso em 13 nov. 2021.

base em subindicadores que revelam os seguintes elementos: *métodologia, expertise, fontes dados, outras fontes e diversidade*.

Uma combinação de fatores aponta maior ou menor grau de método na condução da reportagem. Os resultados revelam que a Agência Pública apresenta alto índice de reportagens com rigor completo: 72%. Nenhuma reportagem avaliada da Pública é incompleta. Ou seja, a Pública mostra alto rigor no cômputo geral, pois não tem nenhuma reportagem incompleta, enquanto 72% da produção revelou método completo e apenas 28%, método parcial, demonstrando mais uniformidade na elaboração da notícia e apontando empenho e esmero nas rotinas de produção.

Embora não tenha nenhuma reportagem incompleta, na Agência Pública, o que foi reputado como método parcial apresenta características similares, como ausência de metodologia, baixa diversidade e poucas fontes complementares. Este é, por exemplo, o perfil da matéria_39 – *De olho em outubro, deputados deixam partidos das eleições de 2014*, publicada no dia 10 de abril de 2018 –, que não apresenta metodologia e não oferece muitas fontes, embora cite 24 políticos com base em dados oriundos do TSE (única fonte adicional aos dados coletados).

No extremo oposto, estão reportagens consideradas completas. Com sutis diferenciações, a análise revela que, entre os elementos discerníveis que apontam o rigor no método, se destaca a diversidade de pontos de vista das fontes de informação como característica comum entre as reportagens marcadas com método completo. A Pública revelou alto índice neste quesito: 97% da produção com método completo – 34 matérias – oferece muita diversidade.

O resultado deriva de uma combinação assentada em avaliações positivas. De modo geral, são produções que envolvem um repórter experiente (forte) ou equipe multimídia (muito forte). Foram classificadas como forte e muito forte em *outras fontes* e oferecem multiplicidade de pontos de vista; ou seja, muita diversidade de fontes. Em termos de dados, é recorrente a conjugação de material colhido junto a fontes oficiais com informações obtidas através da LAI (Lei de Acesso à Informação) ou mesmo a dados construídos pela própria agência. Os documentos, acessíveis via hiperlink, respondem por um

percentual alto, como observamos no subindicador *fontes dados*, e reforçam a evidência dos fatos narrados.

A mensuração do indicador *método* é classificada como *fraca*, *moderada*, *forte* e *muito forte*. A Pública registra 70% das 34 matérias que aderem ao método completo com alta incidência de fontes complementares. Inferimos ainda que, dentre as reportagens dentro deste mesmo perfil, a agência tem 58% reputadas como muito fortes em termos de fontes dados.

Apesar disso, entre as 34 reportagens com máximo rigor na Pública, apenas 35% oferecem informação sobre metodologia ao leitor. Ainda dentro desse contingente de matérias, a agência concentra percentual alto de expertise (50%).

Se o resultado é uma combinação de fatores, a observação destas singularidades revela a importância do subindicador diversidade na avaliação do rigor aplicado na construção das reportagens. Todos os elementos discerníveis contribuem para a qualificação do nível de método, mas diversidade prevalece na amostra da Pública: 77%. Importante destacar que, ao considerarmos todas as reportagens do corpus, a Pública registra 72% com muita diversidade.

Já a oscilação que demonstra menor proficiência em expertise ou mesmo ausência de metodologia não desequilibra se os demais elementos são fortes. Se no cômputo geral, a Pública transparece rigor em sua produção jornalística, dentre suas 34 reportagens com método completo, apenas 35% oferecem metodologia ao leitor. Isso sugere o quanto a completude no método de apuração é importante para a qualidade e, por conseguinte, para a possibilidade de verificação.

Um exemplo de reportagem completa na Pública é a matéria_45, *Farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos do "kit covid" na pandemia*⁷, publicada em 20 de abril de 2021 e assinada pelo editor de dados Bruno Fonseca e pela repórter Bianca Muniz da editoria Dados. Fonseca foi indicado ao Prêmio Sigma Award 2021, que premia o melhor jornalismo de dados em nível mundial. A reportagem mapeia, com dados oficiais da Anvisa e informação via

7. Disponível em <apublica.org/2021/04/farmacias-venderam-mais-de-52-milhoes-de-comprimidosdo-kit-covid-na-pandemia>.

LAI, a venda exponencial do *kit* em todo Brasil, com acesso a dez documentos originais que apontam como o governo do ex-presidente Bolsonaro estimulou o ineficaz *tratamento precoce*. Apresenta sete fontes tradicionais – entre elas, três empresariais –, oficial, institucional e redes sociais, incluindo um *twitter* do ex-presidente da República (utilizando, na reportagem, um *hiperlink*) para evidenciar o apoio do governo ao *kit*. Também oferece ao leitor a metodologia com *links* para os dados.

Análise pelo indicador evidência

O indicador macro *evidência* foi idealizado com fulcro no conceito da regra da transparência. A clareza e a precisão patentes nas reportagens facultam a verificação do processo de construção da notícia uma vez que o público tem conhecimento sobre a origem da informação (Kovach & Rosenstiel, 2003, p.127-128). Os subindicadores propostos para medir o grau de evidência são: *fontes dados, outras fontes, fontes não identificadas, efetividade, visualização e dados abertos*. *Efetividade* mede se *links* não estão quebrados e *dados abertos* indica se há de fato acesso aos bastidores das reportagens.

Com respaldo no Projeto Credibilidade – que levantou indicadores de qualidade através de pesquisa realizada junto a jornalistas brasileiros –, Träsel, Lisboa e Reis (2018) apontam a relevância da presença de citações e referências nas reportagens. Levando em conta o resultado do levantamento, os autores empreenderam uma compilação e discriminaram procedimentos que sugerem evidências, dentre os quais documentos, artigos científicos, fontes e bancos de dados. Os subindicadores criados para a proposta experimental buscaram avaliar essas referências, ou seja, aquilo que é perceptível no corpo da notícia.

A mensuração do indicador *evidência* é classificada como *fraca, moderada, forte e muito forte*. A primeira observação notável é que não houve nenhuma reportagem cotada como fraca na Pública.

O mapeamento do subindicador *efetividade* indicou que a Pública apresenta um percentual pouco significativo de linkagens que não funcionam: apenas 8% na categoria *efetividade moderada*. O

ponto positivo é que a Agência Pública tem 83% de suas reportagens com efetividade muito forte.

A identificação sistemática das fontes está expressa em 19 dos 32 códigos deontológicos (Fidalgo, 2000) e, consoante Kovach e Rosenstiel (2003, p.140), reforça a credibilidade da informação, ao contrário da insuficiente identificação “fontes afirmaram”.

Entre as dez reportagens reputadas como moderadas na Pública, 40% apresentam fontes não identificadas e 17% não trazem dados abertos, o que impinge resultado desfavorável ao indicador evidência. Com método classificado como parcial – por falta de diversidade, ausência de metodologia e poucas fontes complementares –, a reportagem *Governo gastou mais de R\$30 milhões em rádios e TVs de pastores que apoiam Bolsonaro* (matéria_8, de 15/06/2020) foi avaliada como moderada. Embora exponha o assunto amplamente nas visualizações, não abre os dados e traz informações sem referenciar a origem. Em oposição, a matéria_27 – *BNDES fez empréstimo para outras empresas que vendem armas; banco nega irregularidade*, publicada em 01/08/2019 – não há sequer uma visualização, sendo ocorrência incomum no corpus analisado. A ausência de dados reforça o perfil de evidência moderada.

O somatório de reportagens cotadas com evidência forte e muito forte projeta a Pública com um percentual de 78,72%. A Pública registra apenas três reportagens com fontes não identificadas, entre 17 cotadas com evidência muito forte (matérias_12; 16 e 18). Apenas dentre estas reportagens não abre os dados (matéria_19 – *Governo Bolsonaro reduz multas onde desmatamento cresce*). Entretanto, todas têm alta performance nos subindicadores fontes dados e outras fontes, incluindo visualização com alguns ou muitos elementos e efetividade forte ou muito forte, o que não compromete a transparência. A matéria_12 – *Em duas semanas, número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil* – traz links para documentos e dados organizados em um mapa e seis gráficos. Já a matéria_16 – *Brasil tem milhões em grupo de risco para coronavírus* – deixa de informar a origem de duas das nove fontes complementares. No cômputo geral, recebe a avaliação positiva porque tem 75% de efetividade e sete gráficos em que o recurso do volume transparece o alto nível de internações e mortes diárias.

Na comparação entre reportagens pontuadas com evidência forte, destaca-se o fato de o desequilíbrio recair na presença de fonte não identificada e uma variação na avaliação de visualização: 60% com poucos elementos visuais e duas sem nenhuma visualização (matérias _22 e _40, respectivamente, *As pensões vitalícias dos acusados de crime na ditadura e Uma em cada três offshores do mercado imobiliário está ligada a investigado na Justiça*). Se todas oferecem acesso a dados, é notável que das 20 matérias cotadas com evidência forte, 30% receberam cotação moderada, pois oferecem poucos links com acesso para documentos. Isso revela o quanto o grau de transparência a partir dos dados abertos impacta o valor da evidência.

Considerações finais

Atravessamos um tempo demarcado pela crise da Modernidade e a abundância de informação (Aguiar & Barsotti, 2016). Mas, em um cenário onde as plataformas digitais e as redes sociais se consolidam como canais de distribuição desse fluxo abundante, assistimos ao exponencial aumento das mentiras (Barsotti & Aguiar, 2012) veiculadas como fatos. O valor do jornalismo é contestado e desqualificado em sua capacidade de construir conhecimento a partir de narrativas verdadeiras. Longe de entabular um percurso prescritivo, ao escolher, como objeto, o *jornalismo de dados abertos* (JDA), a pesquisa em tela buscou investigar o quanto a prática confere transparência ao processo de produção e, dessa forma, contribui para fortalecer a credibilidade e a autoridade profissional.

Para demarcar inferências consistentes foi preciso desenvolver uma metodologia própria que possibilitasse responder à pergunta que despertava inquietação: *como o jornalismo de dados abertos explicita método e evidência nas reportagens?* Com fulcro na Teoria do News-making, a hipótese delineada sugeria que, ao permitir a verificação de processos assentados em regras de objetividade e transparência, é possível conferir o grau de qualidade de uma reportagem. O objeto que pavimentou o caminho para a investigação foi agência de jornalismo sem fins lucrativos que adota a prática do JDA na construção de parte de suas reportagens: a Agência Pública.

O objetivo do trabalho foi observar o potencial do jornalismo de dados abertos – que se encontra dentro do “guarda-chuva” abran-

gente do jornalismo de dados – para construir narrativas verdadeiras assentadas na precisão, perspectiva de alguns estudiosos de campo que vem se firmando nos últimos dez anos (Parasie & Dagiral, 2013; Anderson, 2018; Hermida & Young, 2019). Neste sentido, algumas subquestões nos guiaram na análise: até que ponto o acesso ao material bruto da reportagem que caracteriza o JDA – planilhas e documentos – reforça evidências e qual a eficácia dessa tática no sentido de demonstrar a qualidade da produção.

Para medir essa extensão, foi elaborada a *metodologia da transparência*, que consiste na mensuração de dois indicadores criados: *método* e *evidência*. Nove subindicadores originalmente elaborados sustentam a análise dos indicadores macros observados na leitura de reportagens da agência com o respaldo dessa *metodologia experimental*. A partir do exame prévio de parte do corpus foram definidos, como critérios: *metodologia*, *expertise*, *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *diversidade (fairness)*, *visualização*, *fonte não identificada* e *efetividade*. Dessa forma, foi possível avaliar os atributos inerentes e auferir, por exemplo, o nível de *expertise* dos profissionais e a efetiva transparência consubstanciada pelo funcionamento dos *hiperlinks*. Os dados foram lançados em planilhas Excel, o que favoreceu cruzamentos e conclusões. A Agência Pública possui seção dedicada às reportagens de dados que foi analisada na íntegra, desde a sua criação até maio de 2021. Mas é importante destacar que nem todas as reportagens de dados analisadas operam na lógica do JDA.

A hipótese levantada – a transparência dos dados abertos na rotina das reportagens da agência em tela permite a verificação dos fatos relatados – foi confirmada a partir das análises de conteúdo que induziram à categoria *checagem ao alcance do leitor*. Abrir dados raspados e compilados, obtidos via *LAI* ou mesmo construídos pelas equipes jornalísticas, implica na cultura de acesso e informação com transparência pública. Trazer links para leis e outros documentos, expõe na prática um exemplo do potencial tanto da coleta rigorosa e atenta quanto da evidência como forma de verificação de narrativas verdadeiras. Outrossim, dados construídos acessíveis em planilhas tornam-se em trunfos enquanto registros documentais.

A compreensão da democracia como um sistema de comunicação em que o indivíduo monitora o governo e suas decisões acentua a importância do papel do jornalismo. Em sociedades onde a informação é tendenciosa ou interditada, há uma grande probabilidade de haver maior desigualdade (McCHESNEY, 1999). Neste sentido, destacamos o modelo normativo denominado *trustee* – ou monitor –, parametrizado por Schudson (1999), em que o jornalista preza pela objetividade e pelos fatos verificáveis. Não veicular o que não pode ser checado é condição *sine qua non* dentro desse eixo paradigmático (Christians et al., 2009).

Não são poucos os autores que se dedicam a estudar o campo do jornalismo de dados, em que se insere o JDA, a convergir na perspectiva de que suas rotinas potencializam a contribuição para a democracia. A ênfase na precisão e transparência calcada em um saber de procedimento imprimem maior facticidade e fidedignidade aos relatos construídos com base nos dados. Neste sentido, o jornalismo de dados abertos contribui para expandir a agenda de interesse público e a visibilidade, além de, por suas características epistemológicas, ser capaz de revalidar o jornalismo de qualidade.

Referências

- Aguiar, L. A. de; Rodrigues, C. M. Expertise no jornalismo: considerações sobre a autoridade profissional no contexto da desinformação impulsuada pelos algoritmos. *Chasqui*, n. 147, p. 243-257, ago./nov. 2021. Disponível em: <revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4371/3431>.
- Aguiar, L. A. de; Rodrigues, C.M. Precisão e credibilidade: agências independentes de jornalismo e o uso do big data. *Esferas*, n.14, p.109-120, jan./abr. 2019. Disponível em: <portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/10370>.
- Aguiar, L.A. de; Barsotti, A. O jornalismo e os dilemas da contemporaneidade: o eu, o aqui e o agora. *Mídia e Cotidiano*, v. 10, n. 10, p. 192-209, jul./dez. 2016. Disponível em: <periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9802>.
- Allen, D. S. The trouble with transparency. *Journalism Studies*, v.9, n.3, p.323-340, abr./2008.

- Anderson, C.W. *Apostles of certainty: data journalism and politics of doubt.* Oxford/Reino Unido: Oxford University Press, 2018.
- Barsotti, A.; Aguiar, L. A. de. Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu locus de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização. *Líbero*, v. 24, n. 49, p. 123-140, set./dez. 2021. Disponível em: <seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1633>.
- Blumler, J.; Gurevitch, M. *The crisis of public communication.* London: Routledge, 1995.
- Christians, C. G.; Glasser, T. L.; Mcquail, D.; Nordestreng, K.; White, R. A. *Normative theories of the media: journalism in democratic societies.* Illinois: Illinois University Press, 2009.
- Coddington, M. Clarifying journalism's quantitative turn: a typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, v.3, n.3, p.331-348, 2015.
- Fidalgo, J. A questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas. *Comunicação e Sociedade* 2, v. 14, n.1-2, p.319-337, 2000.
- Hanitzsch, T.; Folker, H.; Ramaprasad, J.; De Beer, A. S. *Worlds of journalism: journalistic cultures around the globe.* Columbia, New York: Columbia University Press, 2019.
- Hayes, A.; Singer, J.; Ceppos, J. Shifting roles, enduring values: the credible journalist in a Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, v.22, n.4, p.262-279, 2007.
- Hermida, A.; Young, M. L. *Data Journalism and the regeneration of the news.* London: Routledge, 2019.
- Karlsson, M. Rituals of transparency. Evaluating online news outlet's uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, v.11, n.4, p.535-545, jul. 2010.
- Karlsson, M. The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, v. 12, n. 3, p. 279-295, 2011.
- Kovach, B.; Rosenstiel, T. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.* São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- Kunczik, M. *Conceitos de jornalismo.* São Paulo: EDUSP, 2002.

- McChesney, R. *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. Champaign: University of Illinois Press, 1999.
- McNair, B. *An introduction to political communication*. London: Routledge, 2003.
- McNair, B. *Journalism and democracy: an evaluation of the political public sphere*. London: Routledge, 2000.
- Miguel, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fakes News. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p.46-58, jul./dez. 2019.
- Parasie, S. Data journalism and the promise of transparency. In: Tumber, H.; Waisbord, S. (Eds.). *The Routledge companion to media and scandals*. London: Routledge, 2019. p. 263-272.
- Parasie, S. Data-driven revelation? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of big data. *Digital Journalism*, Routledge, v.3, n.3, p.364-380, nov. 2015.
- Parasie, S.; Dagiral, E. Data-driven journalism and the public good: computer-assisted reporters and programmer-journalists in Chicago. *New Media and Society*, v. 15, n. 6, p.853-871, set. 2013.
- Plaisance, P. L. Transparency: an assessment of the Kantian roots of a key element in media ethics practice. *Journal of Mass Media Ethics*, v. 22, n. 2, p.187-207, 2007.
- Rodrigues, C. M.; Aguiar, L. A. de. Jornalismo como forma de conhecimento e o imperativo da verdade: uma contribuição teórica. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, v. 15, n. 3, p. 2459-2476, jun. 2023. Disponível em: <ojs.europubpublications.com/ojs/index.php/ced/article/view/1217>.
- Rodrigues, C. M.; Aguiar, L. A. de. Jornalismo de dados: um percurso genealógico. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46. 2023, Belo Horizonte. *Anais... .* São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: <sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0813202321472364d9799b198f8.pdf>.
- Rodrigues, C. M. *Um estudo de caso sobre jornalismo de dados abertos: método, evidência e transparência nas rotinas produtivas no Brasil*

e na Inglaterra. 2021. 603 f. Tese (Doutorado em Comunicação), Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Rupar, V. How did you find that out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news. *Journalism Studies*, v.7, n.1, p.127-143, 2006.

Schudson, M. What public journalism knows about the Journalism but does not know about public. In: Glasser, T. (Ed.). *The idea of Public Journalism*. New York: Guildford, 1999.

Schudson, M. *Why democracy need an unlovable press*. Cambridge: Polity Press, 2008.

Träsel, M.; Lisboa, S.; Reis, G. Indicadores de credibilidade no Jornalismo: uma análise dos produtores de conteúdo político brasileiros. In: Encontro Anual da Compós, 17, 2018, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pósgraduação em Comunicação, 2018.

Weaver, D. *The global journalist: news people around the world*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 1998.

Weaver, D.; Wilhoit, G. *The American journalist in the 1990's: U.S. news people at the end of an Era*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1996.

Weaver, D.; Wilhoit, G. *The American journalist. A portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 1986.

Juliano Maurício de Carvalho

juliano.mauricio@unesp.br

Universidade Estadual Paulista – Unesp, Bauru, SP, Brasil

Gabriela Mackert Occhipinti

gabriela.occhipinti@unesp.br

Universidade Estadual Paulista – Unesp, Bauru, SP, Brasil

Henrique Silva Afonso de Mendonça

henrique.afonso@unesp.br

Universidade Estadual Paulista – Unesp, Bauru, SP, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-7

IA NO JORNALISMO: DESAFIOS PARA O MODELO DE NEGÓCIOS E OPORTUNIDADES INOVATIVAS

RESUMO

Esta pesquisa investiga o impacto da Inteligência Artificial (IA) na produção e distribuição de conteúdo jornalístico, abordando questões éticas e os desafios à sustentabilidade da profissão. A pesquisa bibliográfica explora a interação entre IA e comunicação, evidenciando as transformações no setor e a necessidade de adaptação dos modelos de negócios jornalísticos. Os resultados apontam para a importância de as empresas jornalísticas investirem em capacitação contínua e estabelecerem parcerias com especialistas em tecnologia, a fim de garantir não apenas a sustentabilidade econômica, mas também a qualidade e a ética na prática jornalística, respeitando os princípios deontológicos da profissão.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Teorias do Jornalismo; Jornalismo de Dados Abertos;
Transparência; Democracia.

Introdução

A Inteligência Artificial (IA) tem se consolidado como uma força transformadora no jornalismo, impulsionando inovações tecnológicas que abrangem desde a automação de notícias até a análise de grandes volumes de dados. O objetivo deste trabalho é investigar os impactos da IA no jornalismo, especialmente no que se refere à transformação dos modelos de negócios e aos desafios éticos e regulatórios que surgem com sua implementação. Visto que as ferramentas baseadas em IA, como o Wordsmith, da Associated Press, e o Helio-graf, do Washington Post, têm reconfigurado as rotinas operacionais das redações, automatizando tarefas repetitivas, como a redação de pequenas notícias e a personalização de conteúdo. Ao expandir suas funcionalidades, a IA não se limita a ser uma mera inovação tecnológica, mas passa a integrar profundamente os processos da comunicação e da mídia de massa, afetando diretamente os modelos de negócios jornalísticos, tanto em termos de faturamento quanto na operacionalização das redações.

Vale lembrar que a automação não é uma temática recente no jornalismo, uma vez que por automação compreende-se a possibilidade de uma máquina realizar uma atividade com a mínima interferência humana. Contudo, apenas mediante a incorporação da IA aos processos de automação, foi possível observar transformações significativas nas redações das organizações jornalísticas no tocante à inovação, gerando assim implicações na otimização de processos e/ou de tempo, com mudanças nas rotinas produtivas, e no auxílio aos jornalistas frente ao desenvolvimento de materiais mais densos e complexos, a partir do uso de grandes bases de dados digitais, por exemplo (Cabral, 2022).

Desse modo, pode-se inferir a implicação de novas tecnologias no ethos jornalístico em aproximações e tendências. Na primeira, citamos 4 aplicabilidades no jornalismo: 1) Transmissão ao vivo de alta qualidade; 2) Cobertura de notícias em locais remotos; 3) Produção de conteúdo personalizado; 4) Jornalismo imersivo. Como tendências, verifica-se que a IA, impulsionadas pelas redes 5G, afetará as três principais fases do trabalho jornalístico: coleta de informações, processamento e, o mais importante, distribuição

do conteúdo das notícias (Salaverría e Santos, 2020). Com efeito, há o surgimento de dilemas éticos, como as apropriações de dados. Logo, esse deslumbramento digital deve vir acompanhado de reflexões a respeito do poder do protagonismo da tecnologia em processos sociais, relações de mercado, difusão de conhecimento e produção, consumo e circulação de informação.

Isso porque a apropriação de tecnologias emergentes pelo campo jornalístico atravessa diversos modos de produção e múltiplas práticas de distribuição e de interação com o conteúdo noticioso, algo que já acontece no contexto oriundo do uso mercadológico da IA. Nesse sentido, temáticas como a regulamentação do acesso, a ética e a deontologia profissional, e a opacidade dos métodos de apuração jornalística facilitados pela automação são cada vez mais presentes e urgentes para o jornalismo tanto como negócio quanto como ciência. Assim, situar os sistemas de IA e de automação no quadro jornalístico corresponde, desde logo, ao reconhecimento da crescente relevância de agentes não-humanos nas sociedades contemporâneas e de um ecossistema de mídia com papéis circunstanciais para todos os atores atuantes nela, o que inclui os humanos e não-humanos (Latour, 2012; Lemos, 2011).

Esses impactos profundos e dinâmicos da IA nas sociedades e nas vidas humanas, além de motivarem novos avanços legais ao redor do mundo, também são reconhecidos pela Unesco e motivou a publicação de um relatório com recomendações sobre a ética da Inteligência Artificial. Dado que o enfrentamento da desinformação e do discurso de ódio são aspectos críticos para a implementação ética da IA, o que inclui a prática jornalística. A tecnologia de IA desempenha um papel crescente no processamento, estruturação e disponibilização de informações, com implicações diretas no jornalismo automatizado, no fornecimento de notícias por meio de algoritmos e na moderação de conteúdo em redes sociais e motores de busca. Esses elementos levantam questões sobre o acesso à informação, desinformação, informações falsas, discurso de ódio, surgimento de novas narrativas sociais, discriminação, liberdade de expressão, privacidade e alfabetização midiática e informacional (Unesco, 2021).

Nesse cenário, com o aumento da presença da IA no setor, emergem questões éticas e legais cruciais, relacionadas à transparência, à privacidade e à responsabilidade no uso de dados pessoais. A integração da IA nos processos jornalísticos exige uma regulamentação que assegure a ética e a proteção dos direitos dos usuários, abordando problemas como preconceitos algorítmicos, a gestão de dados pessoais e a exclusão de grupos por concepção do sistema. Além disso, a precarização da mão de obra e a desvalorização do capital humano no setor tornam-se preocupações urgentes, especialmente no que tange à monetização das novas tecnologias e ao uso da propriedade intelectual na construção das bases de dados para os algoritmos. A Unesco (2021) já alertou para a necessidade de uma colaboração entre empresas do setor privado, organizações da sociedade civil e trabalhadores, com o objetivo de assegurar uma transição justa para os profissionais da área, por meio de programas de requalificação e de apoio durante os períodos de adaptação.

Esse cenário de transformação e desafios é um reflexo da crise mais ampla que afeta o jornalismo. De acordo com Rogers (2017), os parâmetros tradicionais que orientavam as empresas de comunicação já não são mais eficazes, exigindo uma reestruturação dos modelos de negócios. Para Capoano (2022), o jornalismo pós-industrial alterou a lógica econômica das empresas, tornando as fontes tradicionais de receita, como assinaturas e publicidade, insuficientes para garantir a sustentabilidade dos negócios. Assim, a análise da IA no jornalismo revela não apenas seus impactos tecnológicos, mas também os desafios estruturais enfrentados pelo setor, exigindo novas abordagens e estratégias para a sua sobrevivência no contexto atual. Com isso, este trabalho se propõe a analisar essas questões, oferecendo uma análise crítica sobre a relação entre IA, modelos de negócios e ética no jornalismo, apontando os caminhos para a adaptação do setor a esse novo cenário tecnológico e econômico.

Para a realização deste objetivo, a metodologia adotada consistiu em duas etapas principais. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com foco em uma revisão integrativa da literatura. Essa primeira fase envolveu um mapeamento de artigos acadêmicos e relatórios do Nieman Journalism Lab, com o objetivo de explorar criti-

camente a interseção entre Inteligência Artificial (IA) e comunicação. A revisão permitiu identificar os principais trabalhos já publicados sobre o tema, esclarecer definições e características discutidas na literatura, e fornecer uma base sólida de referências nacionais e internacionais. Esse processo visou também identificar áreas em que a literatura ainda carece de consenso e aprofundamento.

Na sequência, foi empregada a metodologia de Scoping Review, conforme descrito por Codina *et al.* (2021), para ampliar e sistematizar a pesquisa bibliográfica. Esta etapa teve como objetivo mapear a extensão e as características da pesquisa sobre IA no jornalismo, avaliar a qualidade dos métodos de investigação utilizados, identificar lacunas e oportunidades para novos estudos e resumir os principais resultados encontrados na área. O Scoping Review se mostrou útil para fornecer uma visão abrangente do campo e apoiar a tomada de decisão com base em uma síntese do conhecimento existente. Assim, a metodologia foi estruturada para integrar a revisão bibliográfica e a análise de evidências científicas, proporcionando uma visão crítica e abrangente sobre as transformações no jornalismo impulsionadas pela Inteligência Artificial.

Fundamentação teórica

O modelo de negócios das empresas jornalísticas têm enfrentando desafios decorrentes das inovações tecnológicas em curso, sendo a Inteligência Artificial (IA) uma das mais recentes, mas não a única, transformação significativa. A IA não representa simplesmente “mais uma novidade tecnológica”, ela está inserida em um contexto mais amplo de avanços tecnológicos e culturais amplamente disseminados, incluindo no ambiente jornalístico. A adoção de IA no setor jornalístico, especialmente a IA generativa, surge como uma novidade substancial, com seu potencial de automatizar a produção de conteúdo e transformar as rotinas de trabalho, algo que exige uma adaptação radical dos modelos de negócios tradicionais. Assim, como identificou Costa (2014) em relação à digitalização das redações jornalísticas, as empresas de mídia precisam se reinventar, adotando novos modelos de negócios digitais, em vez de simplesmente replicar as formas tradicionais de operação que ainda carregam a marca da era Gutenberg.

Dentro desse contexto de transformação, o conceito de inovação é essencial para compreender como as organizações jornalísticas estão respondendo às pressões tecnológicas e quais os impactos dessas inovações no jornalismo como um todo. Visto que os processos inovativos neste campo inovação não se limitam a mudanças superficiais, mas envolve a reconfiguração das técnicas, tecnologias, processos e produtos que influenciam diretamente a produção e o consumo da informação jornalística. A inovação tecnológica, portanto, não é apenas uma atualização de ferramentas ou equipamentos, mas uma mudança profunda nas práticas e nos modelos de negócios do setor. Nesse sentido, Machado (2010) define o jornalismo de inovação como aquele que incorre em modificações em vários aspectos do seu processo produtivo, incluindo formatos e dispositivos que potencializam a entrega de notícias.

Seguindo essa linha, Franciscato (2010) propõe que a inovação no jornalismo se dá em três grandes áreas: inovação tecnológica, inovação organizacional e inovação social. A inovação tecnológica no jornalismo, conforme ele argumenta, não se limita a um simples investimento em modernização, mas envolve uma transformação nas rotinas e processos de trabalho do jornalista, impactando diretamente na qualidade do produto jornalístico final. Nesse sentido, a inovação cria condições para a produção de conteúdo de maior qualidade e para um uso social mais eficaz desse conteúdo produzido, promovendo maior interação entre as organizações jornalísticas e o público.

Além disso, as inovações organizacionais, que englobam as mudanças nas práticas de apuração, edição e finalização do conteúdo, e as inovações sociais, que têm impacto no desenvolvimento social e nas necessidades da audiência, são componentes cruciais dessa transformação. Saad (2016) argumenta que, no contexto atual, as empresas jornalísticas, ao não se dedicarem ao desenvolvimento de tecnologias digitais, devem focar em adotar e integrar tecnologias inovadoras aos seus produtos e processos. Nesse cenário, inovar no jornalismo significa estar “em dia” com as mudanças nas necessidades informativas da sociedade e nas formas de consumo de conteúdo. Dessa forma, para Saad (2016), a inovação não se limita a adotar novas tecnologias, mas envolve uma renovação das práticas

empresariais para atender às novas demandas do público e às condições econômicas do mercado.

Com a rápida evolução tecnológica, impulsionada em grande parte pela Inteligência Artificial, o ecossistema jornalístico tem sido impactado pela expansão das redes sociais digitais e pelas novas rotinas de consumo, adaptadas especialmente aos smartphones, que se tornaram o principal meio de acesso às notícias (Walker, 2019). Esse processo gerou não apenas uma alteração na forma de produzir notícias, mas também no modelo de negócios das empresas jornalísticas. A perda de audiência e a queda nas receitas publicitárias levaram as redações a adotarem a automatização de processos como uma estratégia de contenção de custos. Nesse contexto, a IA generativa se apresenta como uma solução para a criação de conteúdos com menos dependência de recursos humanos (Canavilhas, 2024a), o que reflete uma tendência crescente em busca de maior eficiência operacional e adaptação ao novo ambiente digital.

Ademais, dados de pesquisas, como o “Perfil do Jornalista Brasileiro 2021”, mostram que mais da metade dos jornalistas no Brasil atuam em plataformas digitais, evidenciando a centralidade do ambiente online no jornalismo contemporâneo. Esse dado sublinha a importância de as empresas de mídia repensarem seus modelos de negócios, adotando estratégias como assinaturas personalizadas baseadas em IA, que emergem como alternativas viáveis para garantir a sustentabilidade financeira dos jornais. Costa (2014) sugere que, para que as empresas jornalísticas se adaptem aos novos formatos, é necessário adotar novas estruturas que considerem as potencialidades das tecnologias digitais, em vez de tentar adaptar o jornalismo online a modelos de negócios antigos que não contemplam as inovações, como as trazidas pela IA. Assim, a adoção de tecnologias como a IA não deve ser vista apenas como uma resposta a um novo fenômeno tecnológico, mas como uma parte de uma transformação mais ampla que exige uma renovação tanto nos processos internos quanto nos modelos de negócios das organizações jornalísticas.

Contribuições da pesquisa

Os resultados gerais da pesquisa revelam que os principais desenvolvimentos nas investigações sobre a aplicação da Inteligência

Artificial (IA) no jornalismo ocorrem em países como China, Estados Unidos e diversas nações europeias, o que reflete tanto o potencial científico-econômico desses países quanto reforça às distâncias epistemológicas entre o Norte e o Sul global. A partir das leituras selecionadas por meio das equações de busca, observou-se a inserção de diversos “macro descritores”. Com base neles, destaca-se a relação do jornalismo com a Inteligência Artificial exemplificada na presença de drones no contexto jornalístico. No entanto, é importante destacar que a inclusão dos drones no processo de produção de notícias não deve ser vista como uma inovação isolada ou exclusiva da área tecnológica, mas como um exemplo de como a convergência de tecnologias — como a IA, Internet das Coisas (IoT) e 5G — está permitindo novas formas de imersão e interação no jornalismo.

Conforme Pavlik (2020), a utilização de drones tem implicações significativas para o jornalismo de realidade aumentada, realidade mista e realidade virtual. Entre as consequências mais notáveis, destaca-se o uso da perspectiva em primeira pessoa para narrar histórias, que oferece uma nova forma de imersão ao público. Além disso, Pavlik (2020) ressalta que a combinação de áudio e vídeo com marcação geográfica, a captura de vídeo em 360° e áudio 3D, e a criação de jornalismo haptico — que permite ao público “sentir” as notícias por meio de sensações corporais (como toque e vibração) — são todas contribuições significativas dos drones para o jornalismo imersivo. Essa inovação tem o potencial de gerar conteúdos mais interativos e empáticos, permitindo que o público se conecte de maneira mais profunda com os eventos narrados (Pavlik & Feiner, 2018). A quarta implicação mencionada por Pavlik refere-se à criação de novos tipos de conteúdo jornalístico com base em dados adquiridos por meio de sensores avançados, como os utilizados na fotogrametria 3D. Essas inovações abrem portas para um jornalismo mais visual, interativo e baseado em dados, incorporando novas narrativas à medida que a tecnologia avança.

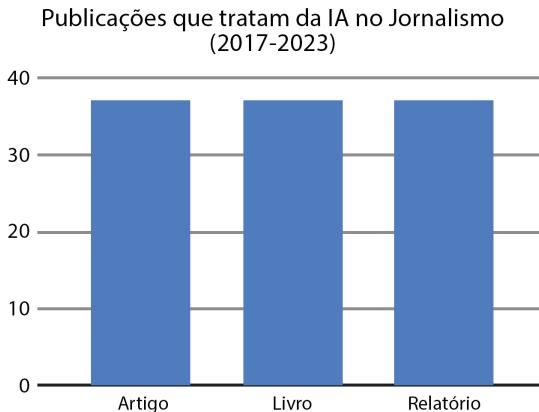
Como exemplificado pelos drones, o tema central identificado na pesquisa é a automação de produção de conteúdo, impulsionada pela IA e especialmente pelo uso de algoritmos e Processamento de Linguagem Natural (PLN). Estudos de Carlson (2015) e Lokot &

Diakopoulos (2015) apontam a crescente adoção de “bots” — sistemas de IA capazes de gerar notícias a partir de dados estruturados. Esses bots têm se consolidado como ferramentas eficazes em diversas redações ao redor do mundo, aumentando a produção e a adaptabilidade dos jornais a diferentes contextos. Segundo Canavilhas (2024b), a automação jornalística começou a se consolidar por volta de 2010, com a primeira fase caracterizada pela utilização incipiente de IA para a produção automática de textos. A partir de 2014, com a diversificação temática, a IA passou a ser aplicada em uma gama mais ampla de áreas, e entre 2018 e 2022, com a fase de “Consolidação”, a IA se estabeleceu como uma realidade no jornalismo, com o lançamento de 49 novos projetos internacionais (Canavilhas, 2024b). Esses avanços mostram que a IA já desempenha um papel significativo na produção jornalística, automatizando tarefas antes realizadas manualmente, como a redação de notícias financeiras, esportivas e meteorológicas.

Essa transformação tecnológica tem levado a uma reconfiguração das práticas jornalísticas, com a IA gerando novas dinâmicas de trabalho e exigindo ajustes nos modelos de negócios do setor. Como afirma Canavilhas (2024a), a IA generativa já é uma realidade no jornalismo, especialmente após o advento de tecnologias como o ChatGPT, que aceleraram a reinvenção dos modelos de produção de conteúdo. Costa (2014) e Gandour (2019) apontam que as transformações recentes do jornalismo têm como ponto de partida a crise dos modelos de negócios tradicionais da mídia, que começaram a se intensificar no início dos anos 2000. A introdução de tecnologias como a IA não apenas proporciona uma redução de custos e uma otimização de processos, mas também se coloca como uma solução para o jornalismo enfrentar a queda nas receitas publicitárias e as dificuldades financeiras do setor, o que ainda não se mostrou totalmente verdadeiro devido sua recente implementação mais expressiva.

A metodologia empregada na pesquisa, orientada pelo Quadro Salsa (Codina, 2021), permitiu uma análise aprofundada da literatura sobre a aplicação da IA no jornalismo, através de três equações de busca formuladas nas bases de dados Web of Science e Scopus. Essa abordagem quantitativa e qualitativa revelou um crescimento substancial na produção acadêmica sobre IA no jornalismo, corroborando

as previsões de Salaverriá (2020) e Pavlik (2019), que antecipam o fortalecimento do Jornalismo Digital e o impacto das tecnologias emergentes, como IA, IoT, 5G e drones, no futuro da produção de conteúdo jornalístico.



A análise bibliométrica também permitiu identificar os temas predominantes, como automação de conteúdo, jornalismo imersivo e inteligência artificial generativa, além de destacar autores centrais, como Pavlik, Canavilhas, Carlson, e Gandour. Essas tendências apontam para uma convergência de tecnologias que está moldando o futuro do jornalismo, oferecendo novas oportunidades de produção, distribuição e consumo de notícias. Esses dados sugerem que o jornalismo está se adaptando às novas tecnologias de forma significativa, e a convergência entre as inovações tecnológicas e os modelos de negócios emergentes é uma tendência que, em breve, poderá ser notada no mercado e nas redações. Isso implica uma atualização urgente das práticas jornalísticas, não só para lidar com as mudanças nas ferramentas e plataformas tecnológicas, mas também para garantir que o jornalismo continue sendo relevante e sustentável em um ambiente em constante transformação.

Conclusão

Ao explorar o impacto da Inteligência Artificial (IA) no jornalismo, com foco nas transformações trazidas pela automação de proces-

sos e nas novas dinâmicas emergentes nas redações, e a partir da análise dos resultados, foi possível verificar que a IA, ao ser incorporada aos processos automatizados, tem provocado mudanças significativas tanto nas rotinas de trabalho quanto nos modelos de negócios das empresas jornalísticas. Essas transformações incluem a otimização de processos produtivos, a redução de custos e a possibilidade de desenvolver conteúdos mais complexos a partir de grandes volumes de dados. Além disso, a IA tem impulsionado inovações no jornalismo imersivo, na personalização do conteúdo e na cobertura de locais remotos, evidenciando um movimento de convergência tecnológica no setor.

As principais tendências observadas incluem a crescente importância da IA em todas as fases do trabalho jornalístico — desde a coleta de informações até a distribuição de notícias —, com a possibilidade de impactar profundamente os modelos de produção e consumo de informação. No entanto, também emergem dilemas éticos relacionados ao uso de dados e à opacidade dos processos de apuração, questões que exigem uma reflexão crítica sobre os desafios éticos, legais e profissionais do jornalismo em um contexto digital. O papel da IA nas práticas jornalísticas exige que as organizações jornalísticas repensem suas práticas, especialmente no que se refere à transparência e à responsabilidade social e ética.

A pesquisa também indica que a adaptação das empresas jornalísticas a essas novas tecnologias não é apenas uma questão técnica, mas também estratégica, com um impacto direto em suas estruturas organizacionais e modelos de negócios. As transformações tecnológicas, impulsionadas pela IA, exigem que o jornalismo se reconfigure em direção a uma maior colaboração entre profissionais de tecnologia e jornalistas, com foco na capacitação e no desenvolvimento de competências digitais. Assim, em razão das mudanças, o jornalismo busca acompanhar os novos pactos produtivos, remanejados em espaços de tempo cada vez mais curtos e em intensidades ainda mais elevadas, a realidade atual do modelo de negócios jornalístico comporta, dessa forma, novas demandas produtivas da comunicação, incluindo as questões éticas e as potencialidades que acompanham a IA. Por já ser uma realidade emergente, a urgência da refiguração do modelo de negócios leva as organizações jornalísticas a precisarem, portanto,

adaptar-se a este novo cenário, investindo em capacitação e desenvolvimento de competências em IA.

Com isso, os desdobramentos futuros da pesquisa apontam para a necessidade de continuar monitorando a evolução da IA no jornalismo e sua integração com outras tecnologias emergentes, como IoT e 5G. Além disso, a discussão sobre regulamentação, ética e deontologia jornalística deve continuar a ser uma prioridade para garantir que as inovações tecnológicas não comprometam a qualidade da informação e os princípios centrais do jornalismo. Nesse cenário, o modelo de negócios das empresas jornalísticas, envolvidas nessas transformações, precisam se adequar a elas ao mesmo tempo que reinventam suas estruturas agora que são, em sua maioria, empreendimentos digitais. Esse contexto pode ser notado pela digitalização da sociedade, materializado na forma de reconfiguração das cadeias produtivas, do consumo, distribuição e gestão, destacadamente no âmbito da organização da informação e dos negócios da informação.

Em termos de continuidade da pesquisa, sugere-se a realização de estudos de caso sobre a implementação da IA em redações específicas, além da investigação sobre o impacto das novas tecnologias nas audiências e na relação entre consumidores e produtores de notícias. Esses estudos poderão contribuir para uma compreensão mais profunda sobre as implicações sociais, políticas e econômicas da IA no jornalismo, além de informar melhores práticas para garantir a sustentabilidade e a ética no jornalismo digital do futuro.

Referências

Cabral, L. *Jornalismo automatizado: Inteligência Artificial e robôs nas redações das organizações jornalísticas*. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Centro de Comunicação, Turismo e Artes - CCTA, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - PPJ, 2022.

Canavilhas, J. *Inteligência Artificial: o primeiro jornal do mundo feito com ChatGPT*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2024. Disponível em: <ubiblitorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/14452/1/canavilhas-jooao-2024-inteligencia-artificial.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

- Canavilhas, J. Produção automática de texto jornalístico com IA: contributo para uma história. *Textual & Visual Media*, v. 17, n. 1, p. 22-40, 2023. Disponível em: <doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.2>. Acesso em: 29 out. 2024>.
- Capoano, E. (Ed.). (2022). *Como se banca o jornalismo? Modelos, tendências e reflexões sobre financiamento de mídia*. Atena Editora. Disponível em: <doi.org/10.22533/at.ed.285221602>.
- Codina, L.; Lopezosa C.; Freixa P. Scoping reviews en trabajos académicos en comunicación: frameworks y fuentes. EM: Larrondo Ureta A, Meso Ayerdi K, Peña Fernández S, editores. *Información y Big Data en el sistema híbrido de medios - XIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo. Anais do...* Bilbao: Universidad del País Vasco. p. 67-85, 2021.
- Costa, C. T. *Um modelo de negócio para o jornalismo digital*: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado, 2014.
- Franciscato, C. E. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 7, n. 1, p. 8–18, 2010.
- Gandour, R. *Jornalismo em retratação, poder em expansão: como o encolhimento das redações e o uso crescente de redes sociais por governantes podem degradar o ambiente informativo e prejudicar a democracia*. Dissertação (mestrado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2019.
- Latour, B. *Reaggregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: Edufba, 2012.
- Lemos, A. Things (and people) are the tools of the revolution. *Politics*, Instituto Nupef, n. 9, 2011.
- Lokot, T.; Diakopoulos, N. News bots: automatizando a disseminação de notícias e informações no Twitter. *Jornalismo Digital*, v. 4, n. 6, p. 682–699, 2015. Disponível em: <doi.org/10.1080/21670811.2015.1081822>. Acesso em: 29 out. 2024.
- Machado, E. Creatividad e innovación en el periodismo digital. In: *Actas II Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2010. p. 64-72.

- Mick, J. et al. *Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho*. Primeira edição. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022.
- Pavlik, John Vernon. (2019). *Journalism in the age of virtual reality: how experiential media are transforming news*. Columbia University Press, 2019.
- Pavlik, John Vernon. Drones, Augmented Reality and Virtual Reality Journalism: Mapping Their Role in Immersive News Content. *Media and Communication* 8, núm. 3 (2020): 137-46. Disponível em: <doi.org/10.17645/mac.v8i3.3031>.
- Pavlik, John Vernon, & Feiner, Steven. *Haptic journalism: A proof-of-concept trial*. NY: Tow Center for Digital Journalism, 2018.
- Rogers, D. *Transformação Digital: repensando seu negócio para a era digital*. Autêntica Business: São Paulo, 2017.
- Salaverría, Rámon; Santos, Mathias. Rumo ao jornalismo ubíquo: impactos da IoT nas notícias. In: Herrero, Jorge et al. *Metamorfose jornalística: Transformação da mídia na era digital*. Santiago de Compostela: Springer Nature Switzerland, 2020.
- Saad, E. Inovação e empresas informativas: aliados, inimigos ou em permanente estado de "discussão da relação"? Dossiê Práticas Jornalísticas, *Revista Parágrafo*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 73-87, jul./dez. 2016.
- Unesco. *Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial*. Paris: Unesco, 2021.
- Walker, M. Americans favor mobile devices over desktops and laptops for getting news. *Pew Research Center*, 2019. Disponível em: <pewrsr.ch/3qsBtF7>. Acesso em: 29 out. 2024.

Artur Oliari Lira

arturoliari.lira@gmail.com

Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, PR, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-8

A CORRIDA PELO OURO NO BRASIL: CARREIRAS DE STREAMERS PROFISSIONAIS BRASILEIROS NA TWITCH.TV

RESUMO

De acordo com o TwitchTracker, mais de 1,13 bilhão de minutos foram assistidos na Twitch, em 30 linguagens, no ano de 2023 e com quebras de recordes da plataforma como o do brasileiro Casimiro que chegou a bater 545 mil viewers simultâneos. Esse artigo explora como streamers brasileiros começaram as suas carreiras nesses trabalhos, as práticas centrais ligadas a esta atuação profissional e os seus receios e esperanças dos seus futuros na área. A pesquisa é desenvolvida a partir de cinco entrevistas com streamers profissionais da Twitch por meio do aplicativo Discord. A partir dessas entrevistas semiestruturadas destacamos, de forma exploratória, os conceitos relacionados as rotinas produtivas desses streamers, a possibilidade de diversidade de conteúdo e histórias na área, a desilusão com o futuro da plataforma, as multitarefas e os diferentes começos na profissão.

PALAVRAS-CHAVE

Twitch; Streamers; Entrevista.

1. Introdução

Esse artigo discute e descreve como streamers brasileiros da plataforma Twitch encaram e vivenciam o seu trabalho na plataforma. Líder no segmento de transmissões ao vivo no Ocidente, a Twitch possui mais de 1,13 bilhão de minutos assistidos no ano de 2023 e com canais em mais de 30 linguagens (Twitchtracker, 2024). Mais especificadamente, esse artigo se baseia em entrevistas feitas com streamers da Twitch e se espelha em Johnson; Woodcock (2017) e por isso procura entender as dimensões profissionais, cotidianas e de esperanças futuras dos streamers brasileiros.

No artigo, os autores entrevistam streamers para compreender as suas vidas enquanto produtores de conteúdo na Twitch.TV. O artigo publicado na *Information, Communication & Society* fez uma série de entrevistas no evento TwitchCon em San Diego, que tinha como objetivo aproximar os streamers dos seus fãs.

Já neste presente artigo, foram feitas entrevistas semiestruturadas onde se elaboraram perguntas sobre as experiências da profissionalização. Ao todo foram feitas cinco entrevistas com duração de no máximo 30 minutos. As entrevistas foram transcritas manualmente. O foco, como já dito acima, fica nas vidas e nas carreiras dos streamers a partir de 3 tópicos: 1) como eles se tornam streamers, o trabalho em si, 2) o futuro imaginado por estes e 3) o futuro das plataformas.

Foi optado por realizar essa pesquisa de forma *online* e adaptamos as entrevistas ao critério de que o streamer deve se inserir na categoria afiliado da Twitch, o que compreende a necessidade de pelo menos 50 seguidores, mais de 8 horas de stream, "streamar" em mais de 6 dias e atingir a uma média de pelo menos três telespectadores simultâneos¹. Tal categoria permite com que o streamer receba doações do seu público, inscrições no canal, recebimento de dinheiro por propaganda e incentivos para inscrições.

2. Literatura sobre a Twitch

Burroughs et Rama (2015), 4 anos depois do lançamento da Twitch, já denunciavam o promissor papel que o *livestreaming*

1. Twitch. *Affiliate Program*. Disponível em: <help.twitch.tv/s/article/joining-the-affiliate-program?language=en_US>. Acesso em: 27 jun. 2024.

poderia apresentar quanto aos jogos e a realidade virtual, e dali em diante essas plataformas não só cresceram dentro do público gamer, mas em uma ampla variedade de nichos. O mercado de *livestream* chegou aos valores de 38 bilhões de dólares em 2022 e estima-se que vai atingir mais de 256 bilhões de dólares em 2032 (*Custom Marketing Insights*, 2024). Dentro desse espaço, a Twitch tem uma média de mais de 2 milhões de viewers simultâneos e com um pico que já chegou a superar a marca de 6 milhões em 2022 (TwitchTracker, 2024).

A Twitch possibilita com que possa se fazer transmissão ao vivo a partir de contas criadas dentro da plataforma e também permite que pessoas possam encontrar e divulgar essas transmissões. Em março de 2024, o streamer mais visto do mundo foi o brasileiro Gaules com mais de 15 milhões de horas assistidas (Twaddsgg, 2024). O foco da sua transmissão são eventos competitivos do jogo Counter-Strike.

3. Metodologia

As entrevistas foram feitas de forma online com os streamers pelo aplicativo Discord. A partir de entrevistas semiestruturadas (Schmidt, 2004) onde foram perguntadas sobre as experiências de profissionalização dos streamers e suas reflexões pessoais acerca da plataforma. O critério que tomamos para entrevistar o streamer é, como dito na introdução, se ele está inserido no programa de parceria com a Amazon onde ele pode receber doações dos viewers da plataforma e rodarem comerciais durante as suas streams. As entrevistas, em separado, tiveram doação de pelo menos 30 minutos.

Quatro perguntas foram feitas:

- 1) Como você se tornou um streamer;
- 2) Como é a dinâmica do seu trabalho;
- 3) Quais são as suas expectativas com relação ao futuro do seu trabalho;
- 4) Quais são as suas expectativas quanto ao futuro da plataforma.

4. Análise preliminar – Entrevista de Dócil

4.1 Como streamers brasileiros se tornam streamers?

Dócil, ex-apresentador da Riot Games, atua na internet há mais de 10 anos e começou a sua carreira na stream por motivos de

querer estar mais perto do seu público. Ele já trabalhava comunicação, mas esse fator a mais de interação fez com que ele engrenasse na profissão: “eu comecei porque eu queria criar conteúdo ao vivo assim, né? Porque eu queria conversar com meu público ao vivo” (Informação verbal²).

Outra entrevistada, Karina Rodrigues também trabalhava com comunicação antes de entrar para a stream. Karina é formada em comunicação social, já faz live a mais de sete anos e adopta o pseudônimo Cryptogirl. A streamer sempre se interessou por inovações no mundo da comunicação e se interessou por esse mundo por causa da influência de um amigo.

“Eu conheci uma pessoa que jogava, que era pro player de um desses jogos, de League of Legends. E aí, eu passei a conversar com essa pessoa. E aí que eu fui descobrir que poderia se começar a fazer live de games. Porque até então, eu ainda não tinha, não tinha, não conhecia, né? Esse jogo. E esse mundo. E aí, eu peguei e falei, pô, dá pra saber, não sei o que dá pra fazer. E aí, eu conheci o League of Legends, por causa desse rapaz, né? Eu me interessei, comecei a jogar. E aí, quando eu comecei a jogar, eu entendi que dava pra fazer live disso. Só que não foi, só que eu ainda não comecei a fazer live. Eu resolvi que eu ia fazer no YouTube, ia fazer vídeos.

E aí, no início, ia ser sobre criptomoedas. Porque apareceu um rapaz que falou que ia me ajudar e não sei o que. E eu não sei muito sobre criptomoedas, não, tá? Na verdade, eu nem posso falar que eu sei. Eu não sei nada. Por isso que o canal é Crypto Girl. Porque no início, era sobre criptomoedas. Porque ele disse que ele ia me ajudar nos textos e tudo mais. E que ia me explicando e que eu ia só gravar os vídeos e botar meu rosto lá. Massa. Fiz isso, só que eu tive um impacto muito grande. Teve um impacto muito grande em mim. Porque o pessoal das criptomoedas, eles, na época, eram muito

2. Entrevista concedida por Gustavo Dócil. Entrevista I. [mai. 2024]. Entrevistador: Artur Oliari Lira. Online (?), 2024. 1 arquivo .mp3 (8 min e 28 seg).

fechados, né? E era um público masculino. Eu não tenho nada contra homens e não sou feminista, tá? Só que eu recebi uma série de, da mesma forma que alguns me protegeram, eu recebi uma série de comentários do tipo, ah, não sabia que stripper fazia, tava ganhando em criptomoedas agora, sabe? E os meus vídeos não tinham nada, mostrando nada meu, entendeu? E nada, eu só coloquei nas plataformas, no Facebook, nos grupos do Facebook, pra poder ver se engajava. E eu recebi, da mesma forma que também alguns me protegeram. Falaram, não, deixa a mina, a mina tá ajudando, a mina tá colocando as cotações e tal, não sei o que. E aí, depois disso aí, eu resolvi que eu já queria falar sobre games, né? Então, eu votei e fui pra games. Aí comecei a falar sobre os games e tal. E aí, um amigo meu falou, ó, eu te ajudo a fazer live, porque eu não sabia fazer nada, né? Aí eu te ajudo, eu faço o seu layout, não sei o que, e ele me ajudou em tudo e eu comecei a fazer live (Informação verbal³)

Para outras pessoas, streamar faz parte de um sonho, um desejo de trabalhar com o que se gosta e o que traz realização para si mesmo. Esse é o pensamento de Tio Jack, um streamer iniciante que não atua no emprego a mais que 2 anos.

"eu sempre tive o sonho de ser streamer porque eu jogo desde pequeninho, tá ligado? E eu nunca tive um computador adequado, aí hoje um pouco maior, com uma condição um pouco melhor eu consegui montar um computador, aí eu venho buscando esse sonho porque é o meio de trabalho que se enquadra com a minha vida e que eu amo fazer e seguimos aí dia após dia tentando buscar uma estabilização (Informação Verbal⁴).

Ao mesmo tempo, streamar também pode significar um jeito de enfrentar os seus medos, criar companhias e adquirir recursos. Afetado

3. Entrevista concedida por Karina Fernandes. Entrevista 2. [mai. 2024]. Entrevistador: Artur Oliari Lira. Online (?), 2024. 1 arquivo .mp3 (46 min e 50 seg).

4. Entrevista concedida por Tio Jack. Entrevista IV. [mai. 2024]. Entrevistador: Artur Oliari Lira. Online (?), 2024. 1 arquivo .mp3 (4 min e 24 seg).

pela agorafobia, Vinicius Leon, conhecido no mundo da *stream* por ATT, pensou a profissão como uma forma de conseguir trabalhar já que o seu problema de saúde impedia com que ele pudesse sair de casa.

"Começou pelo fato de eu não conseguir sair de casa e eu precisava de um trabalho, né? Porque eu precisava de uma forma de tentar ganhar a vida, tentar algo né? Mas eu nunca pensei que teria dado tão certo como deu e basicamente foi isso: começou porque eu queria uma fonte para trabalhar e eu tinha alguns amigos já no meio. Na época tinham algumas plataformas que eram bem mais rentáveis para... o que eu quero dizer que com pouco público, como dizer assim, com quase nada você já recebia um pouco, sabe? (Informação Verbal⁵)"

4.2 O trabalho de um *streamers*

A criação e desenvolvimento de comunidades e as configurações de live são pontos importantes para alguns *streamers*. Como explica Tio Jack: "Meu setup é bem certinho, não é dos melhores, mas dá para fazer a minha live direitinho, eu criei um cronograma de horário, acordo x horas, faço live até x horas e vou tentando criar a minha comunidade. A ideia é essa, manter a minha comunidade primeiro para a gente poder pensar no próximo passo" (Informação Verbal⁶).

Ao mesmo tempo, essa comunidade criada para a *stream* pode ter feito parte de outra como é o caso de Dócil, que decidiu se engajar com as *streams* para interagir com o seu público. Essa decisão também se encontra com a importante ação de se atentar ao que está acontecendo na sua live e dos outros *streamers*

"eu procuro avaliar todos os pontos que vão me aparecendo, o que as outras pessoas estão streamando, o que os outros *streamers* estão fazendo, basicamente o horário de cada um, porque às vezes você acaba fazendo a *stream* do mesmo game de outra pessoa e acaba batendo o público, sabe? (Informação verbal)

5. Entrevista concedida por Vinicius Leon. Entrevista III. [mai. 2024]. Entrevistador: Artur Oliari Lira. Online (?), 2024. 1 arquivo .mp3 (15 min e 28 seg).

6. Tio Jack

Tal fato, destaca o ponto de que o trabalho de um streamer é multitarefa: exige planejamento, visualização da concorrência, divulgação, atuação comunicativa e conhecimentos de informática para configurar a stream. “Então o streaming é esse fundo do funil. Ele é para a galera que está mais fidelizada com o conteúdo que você faz e é difícil de você furar a bolha só pensando no streaming, só pensando na stream” (Informação verbal).

Essa fala se conecta com o trabalho de Meisner; Ledbetter (2020) que também aponta que dentro de plataformas de transmissões ao vivo há uma criação mútua de branding feita tanto pelos streamers quanto pelo público envolvido. O trabalho desenvolvido nas streams não é apenas *online* e sim possui uma extensa dinâmica “fora das câmeras” de produção e organização de conteúdo (Johnson, 2021).

O público envolvido ainda pode ser motorizado por redes de ódio e também pela busca da atenção do streamer. Criando um ambiente nebuloso para a atuação profissional.

“Eu sempre pensava antes que, assim, ia chegar um dia que eu não ia conseguir ver o chat de tanta gente falando, né? Tanto que para você chamar a atenção de um streamer, é até engraçado eu falar, mas para você chamar a atenção de um streamer grande, basta você xingar ele. Porque se você falar normal, elogiar e tudo mais, tem um monte de gente falando isso no chat, mas se você xingar, ah, mas na hora ele vai olhar você. Na hora ele vai ver você. Porque ele tem muita gente subindo, mas o xingamento, as críticas, sempre atacam, sempre chamam mais a atenção da pessoa, até psicológico. Você não vai supervvalorizar o elogio, você vai supervvalorizar a crítica. Isso é um erro, mas é um, psicológico, a gente faz isso, a gente supervvaloriza os defeitos, enfim (Informação verbal⁷)

No mais, o desenvolvimento das comunidades transborda o ambiente da stream. Tio Jack, por exemplo, utiliza o aplicativo Discord para falar e criar salas de conversas com os seus seguidores enquanto o ATT utiliza o Telegram e o Whatsapp para interagir com os seus.

"Eu tenho grupos no Telegram, eu tenho grupos no whats. Eu sempre tento combinar alguma coisa com os meus fãs mais assíduos, é um pessoal que tá, que já é sub meu a 4 a 5 anos, sabe? São pessoas que fazem parte da minha vida, entendeu? Não tem como eu excluir essas pessoas das decisões que eu tomo na minha comunidade, apesar de eu não ter uma comunidade tão grande assim, eu tenho apenas 200 mil seguidores em comparação com pessoas que jogam comigo como o Yoda que tem milhões etc. Mesmo com uma comunidade menor ainda é uma comunidade assídua, sabe? E é muito difícil você criar esse vínculo, você chegar a esse ponto de ter essas pessoas que realmente te acompanham, que querem saber do seu dia, de como você está" (Informação verbal⁸)

4.3 Expectativas sobre o futuro como streamer e da plataforma

"A longo prazo eu penso em estabilizar porque é algo que eu pretendo trabalhar o resto da vida então a longo prazo eu espero estar estabilizado e continuar a fazer o que eu faço.

Pelo que eu sempre soube e acompanhei a Twitch sempre foi a rede de stream mais estabilizada e comparado com ela eu não vejo uma rede de stream com uma estabilização mais segura, apesar de ela não ter a remuneração das melhores, mas em questão de segurança e estabilização ela é uma das melhores. Sem contar que é a mais conhecida também, né?" (Informação Verbal⁹)

Enquanto Tio Jack espera se estabilizar e se interconectar com seu trabalho enquanto streamer e também busca segurança na plataforma, os planos de Dócil indicam o contrário. O comunicador pretende parar com o seu trabalho de stream. Dócil destaca isso em uma das suas falas: "E hoje em dia eu tô nesse processo de transição porque hoje em dia eu já sou ator formado, dublador, então eu tô indo para essa área da carreira e a parte de streaming tá ficando em segundo

8. ATT

9. Tio Jack

plano” (Informação verbal). Então mesmo com a recente estabelecimento da profissão, algumas pessoas utilizam a mesma como ponte para outros tipos de atuação.

Na entrevista de Dócil que foi coletada para este artigo, ele explicou rumos importantes que os streamers têm tomado no âmbito das streams como a migração para outras plataformas como o Youtube. “A galera tem feito muita stream no Youtube também, porque as perspectivas de trabalhar só com a Twitch são muito ruins, é bem difícil” (Informação verbal). Nessa mesma linha, o futuro dublador destacou dificuldades de se trabalhar com a Twitch:

“tem um pessoal hoje que é um streamer médio para grande. Uma pessoa que pega 1000-1500 pessoas, se para esse tipo de streamer já tá difícil, imagina para a galera que é a grande massiva maioria que está pegando 10, 20, 50 pessoas. Sabe? Então não tem como você se manter como emprego, como trabalho, como criador de conteúdo, sendo apenas streamer. Então um dos motivos de fato que eu mudei de carreira, primeiro que a minha paixão por dublagem, e segundo que eu não consigo me manter. As minhas expectativas para a plataforma é ficar cada vez pior (Informação verbal).

As críticas de ATT também se somam às de Dócil quanto a questão da sustentabilidade da plataforma e se desdobram na falta de suporte da plataforma americana para o Brasil

Eu acho que isso já é um senso comum entre a maioria dos streamers que a gente conversa, entre a gente nos nossos grupos etc, mas eu vou falar por mim obviamente, ééé a Twitch em si ela já não é mais sustentável, principalmente aqui no Brasil, a gente nunca teve um suporte que fosse assíduo com a gente, para começar, e a gente sempre tem que esperar um suporte gringo e às vezes a gente toma punições por coisas que não fazem sentido para a gente. Por exemplo, como certos tipos de palavras que para o nosso vocabulário são comuns, é comum entre amigos, por mais que possa ser um termo meio pejorativo, feio de se dizer, mas entre amigos você tem essa liberdade entre a

sua comunidade. Então uma piada meio sem gosto e as vezes você toma um ban por isso sem saber, sabe?
(Informação Verbal¹⁰)

Nessa mesma perspectiva, mas em outra linha Criogirl também aponta críticas para o tipo de conteúdo que a plataforma tem promovido, ligado a produção erótica, e acredita que isso pode estar formando um outro tipo de público na plataforma. A streamer também aponta que também outros tipos de streamer estão sendo formados ao redor do mundo.

Nossa, né, eu tive uma assim, a perspectiva da Twitch tá cada vez pior porque agora tem uma enxurrada, né, de conteúdos eróticos, né dentro da plataforma esses dias enfim, tem uma quantidade de conteúdos eróticos na plataforma, né, o que faz com que basicamente o público se torne outro, né, não seja um público de games ou um público que esteja, apesar que assim eu já fui em eventos da Twitch e conversei um dia com o responsável pelo Brasil e tal, e ele falou que o maior streamer, por exemplo, da acho que era do Peru, da Colômbia, sei lá era um professor, mano, de filosofia né, então acho que depende muito da sociedade, mas perante a sociedade que nós estamos vivendo né, talvez no caso da plataforma né, da plataforma em geral pode ser que cresça mas cresça em outro nicho, cresça no nicho erótico, porque é o que eu tenho mais visto, entendeu? (Informação Verbal)

5. Conclusão

Os pontos levantados por esse artigo, calcado em uma análise exploratória, ressaltam a necessidade de mais estudos que comprendam as dinâmicas laborais e culturais que envolvem o trabalho de um streamer. Desde a precarização do trabalho, a gamificação ligada ao controle, a busca por mais interação com o público, a multitarefa do trabalho, as questões de gênero que atravessam a atividade laboral e também a conexão e redes de solidariedade que giram em torno do que é trabalhar com *livestream*.

10. ATT

Ao mesmo tempo, também enxergamos no ponto 4.2 quanto as possibilidades de dinâmicas de criação de ódio dentro desses espaços a partir da atenção que um streamer dá ou não dá para esse tipo de ação dentro da sua live. Isso se conecta também com os estudos de zz, que monitoraram as reações do público quanto as mortes de um streamer num jogo e com a canalização de comentários com crítica.

Um outro ponto ressaltado pela maioria dos streamers entrevistados são as dificuldades enxergadas para com o futuro dos seus trabalhos na Twitch, a necessidade de se utilizar multiplataformas e também de utilizar aplicativos para ir além do canal da *livestream* para atingir o seu público e formar comunidades virtuais. Johnson et Woodcock (2019) apontam a necessidade de ser amigável com o público para se conectar de fato com esses telespectadores e indicam também 4 pontos importantes nessa construção: 1) a autenticidade; 2) o lidar com a comunidade; 3) o relacionamento com o branding e o método de comunicação e 4) o tamanho da audiência.

As ações dos streamers aqui entrevistados se dão em um contexto avançado do neoliberalismo, da gamificação ligada ao controle comportamental (Gómez, 2020) e da platformização e precarização do trabalho (Glatt, 2022). Nesse cenário que supera 1 milhão de streamers ativos diários (TwitchTracker, 2024), Woodcock et Johnson (2019) argumentam, com base em Hardt et Negri (2004), que o trabalho de uma pessoa que faz *stream* é um trabalho ligado a afetividade, e, portanto, possui uma dimensão interpessoal e social e, ao mesmo tempo, também possui desafios para a construção de bem-estar dentro dessa profissão (Meisner; Ledbetter, 2021). Essa parte se interconecta com as falas de Dócil, ATT e Criptogirl ligadas a preocupação com a interação com o seu público e o entendimento de como ela acontece durante a sua *stream*, se ligando com questões monetárias e também de gênero da plataforma, o que pode ser explorado em futuros estudos brasileiros com o tema da *livestreams* e Twitch.

Referências

- BURROUGHS, B.; RAMA, P. The eSports Trojan Horse: Twitch and Streaming Futures. *Journal of Virtual Worlds Research*, v. 8, n. 2, p. 1-7, 2015.

Custom Marketing Insights. Global Live Streaming Market Size Likely to Grow at a CAGR of 28% By 2033. Disponível em: <custommarketinsights.com/press-releases/live-streaming-market-size>. Acesso em: 27 jun. 2024.

GLATT, Zoe. "We're All Told Not to Put Our Eggs in One Basket": Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry. *International Journal of Communication*, v. 16, p. 3853-3871, 2022. Disponível em: <ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15761/3858>. Acesso em: 27 jun. 2024.

JOHNSON, Mark R. Behind the Streams: The Off-Camera Labour of Game Live Streaming. Games and Culture. [S. I.]: SAGE Publications, 31 mar. 2021. Disponível em: <dx.doi.org/10.1177/15554120211005239>.

JOHNSON, Mark R.; WOODCOCK, Jamie. 'It's like the gold rush': the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. Information, *Communication & Society*. [S. I.]: Informa UK Limited, 16 out. 2017. Disponível em: <dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386229>.

MEISNER, Colten; LEDBETTER, Andrew M. *Participatory branding on social media: The affordances of live streaming for creative labor*. *New Media & Society*. [S. I.]: SAGE Publications, 11 nov. 2020. Disponível em: <dx.doi.org/10.1177/1461444820972392>.

TWADS.GG. Os 10 principais streamers de março de 2024. Disponível em: <twads.gg/pt/blog/os-10-principais-streamers-de-marco-de-2024>. Acesso em: 27 jun. 2024.

TWITCHTRACKER. Disponível em: <twitchtracker.com>. Acesso em: 27 jun. 2024.

PARTE III

Educação, mídias, consumo e susntentabilidade no contexto lusófono

Carolina Fernandes da Silva Mandaji

cfernandes@professores.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Curitiba, PR, Brasil

Marcelo Fernando de Lima

marcelolima@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Curitiba, PR, Brasil

Isabele Borges da Silva

isabeles@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Curitiba, PR, Brasil

Michel Douglas Silva

michelsilva.1991@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Curitiba, PR, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-9

EVASÃO UNIVERSITÁRIA NO ENSINO PÚBLICO BRASILEIRO: REFLEXÕES E TRAJETÓRIAS

RESUMO

Este trabalho busca investigar o tema da evasão em universidades brasileiras de ensino público, tendo como ponte de partida inicial a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Câmpus Curitiba, identificando suas causas, consequências e dinâmicas. Para comunicar os resultados e sensibilizar sobre o tema, foi proposta a realização de um documentário experimental “Tempo em Movimento: Reflexões sobre Evasão, Trajetórias e Recomeços na UTFPR”. A pesquisa bibliográfica realizada e a prática comunicacional de produção de um documentário buscaram destacar por um lado as discussões conceituais acerca da temática e, por outro, as reflexões pessoais dos discentes, ex-alunos evadidos e os formados, apresentando um olhar singular sobre suas trajetórias através do tempo.

PALAVRAS-CHAVE

Educação Superior; Evasão universitária;
Sensibilização; Produção documental.

Introdução

O ensino superior desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de um país, sendo um catalisador de avanço científico, tecnológico, cultural e social. No contexto brasileiro, a educação de nível superior tem uma participação relevante no processo de formação dos profissionais em diferentes áreas e na preparação dos indivíduos que ocupam posições de liderança cultural e social no país, reconhecendo-se o ensino superior, em especial aquele proporcionado pelas universidades públicas, como um poderoso mecanismo de ascensão social (Severino, 2008, p.74). Nesse sentido, é crucial enfatizar e valorizar o ensino oferecido pelas instituições públicas de ensino superior, considerando seu papel fundamental na promoção da mobilidade social e no fortalecimento da base intelectual e profissional do país.

É também relevante destacar a importância da educação superior no desenvolvimento do país. De acordo com Mussliner et al. (2021, p. 42676), um maior número de pessoas com diplomas de nível superior contribui para o fomento da ciência, tecnologia e inovação, fatores que impulsionam a relevância nacional no contexto econômico global. Esses elementos proporcionam um maior potencial de crescimento e fortalecimento do país em diversos aspectos, contribuindo para sua posição de destaque no cenário mundial.

No entanto, uma questão que se apresenta como paradoxal ao analisar o ensino superior brasileiro, reside entre o incentivo e o estímulo para o ingresso na Educação Superior e as deficiências do sistema em reter os estudantes já matriculados nas instituições de ensino, o que acarreta altos índices de evasão universitária (Santos et al., 2017, p.74). Diante do apresentado, o presente trabalho busca entender como o fenômeno da evasão universitária se apresenta na Educação superior brasileira, em especial na Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Dos conceitos de evasão universitária

A evasão universitária é uma questão complexa que afeta muitos estudantes e instituições de ensino. De acordo com a Comissão Especial de Estudos sobre a Evasão nas Universidades Públicas Brasileiras (Andifes et al., 1996, n.p.) o conceito de evasão se desdobra

em três caracterizações: a) evasão de curso, que ocorre quando o estudante se desvincula do curso por meio de abandono (deixando de se matricular), desistência oficial, transferência ou mudança de curso, e exclusão por norma institucional; b) evasão da instituição, quando o estudante se desliga da instituição; e c) evasão do sistema, quando o estudante abandona o ensino superior temporária ou definitivamente.

Na realidade brasileira, o Ministério da Educação e seus órgãos de pesquisa, como o Inep, definem evasão como uma saída antecipada de um aluno antes da conclusão do ciclo acadêmico independentemente do motivo. Para o MEC, a evasão representa uma condição de insucesso em relação ao objetivo de promover o aluno a uma condição superior à de ingresso, ou seja, a evasão impede que o aluno amplie seu conhecimento, desenvolva habilidades e competências esperadas para aquele nível de ensino (Inep, 2017).

De acordo com a análise de Silva e Mariano (2021, p.07), ao se manifestar dessa maneira, é possível inferir que o MEC não considera relevante identificar as razões subjacentes à quebra de vínculo, visto que, independentemente das origens, a interpretação se restringirá a percebê-la como uma mera perda de vínculo. De igual forma, Silva e Mariano (2021, p.08) afirmam que a decisão do Inep em definir a evasão “independentemente do motivo” pode levar a um diagnóstico inconclusivo sobre o fenômeno, dificultando a implementação de políticas públicas assertivas e eficientes. Outra análise realizada pelos autores é a partir da definição do MEC em dizer que a saída antecipada é o encerramento definitivo do vínculo com o curso, instituição ou sistema superior de ensino. Silva e Mariano (2021, p.08) elucidam que essa visão pode ser problemática, visto que a evasão nem sempre é um processo terminativo e irreversível. Para embasar essa constatação, os autores têm como base o Censo da Educação Brasileira de 2010 e 2017, indicando que, em 2017, cerca de 28% dos estudantes considerados evadidos em 2010, ainda estavam vinculados ao sistema de educação superior (Silva; Mariano, 2021, p.11).

Para Silva e Mariano (2021, p.09), muitos desses estudantes fazem do reingresso ou da mobilidade entre cursos uma etapa usual da trajetória acadêmica, o que significa que a realidade do ensino superior brasileiro é marcada pela perda de vínculo dos estudantes, mas

isso não significa necessariamente uma condição terminativa, como aponta a definição do MEC. A recomendação dos pesquisadores é que os órgãos oficiais revisem como a evasão é contabilizada e definida, pois, ao reduzir a evasão apenas à perda de vínculo bruta e estática, sem considerar reingressos ou múltiplos vínculos, perde-se a dimensão dinâmica do fenômeno, aquela em que se observa as trajetórias (Silva; Mariano, 2021, p.11).

Por fim, os autores (Silva e Mariano, 2021, p.13) também questionam o fato do órgão oficial definir a evasão como uma condição de fracasso ou insucesso. Segundo a análise realizada pelos autores, a noção de insucesso na evasão presume ser capaz de avaliar como nulo o nível de conhecimento, capacidade cognitiva, competências e habilidades do estudante que deixou o curso. No entanto, essa definição não leva em consideração que a diplomação não necessariamente significa que o estudante adquiriu as habilidades e conhecimentos necessários, assim como a saída antecipada não significa necessariamente um fracasso (Silva; Mariano, 2021, p.13). Os autores concluem:

Para tanto, as avaliações de sucesso ou fracasso acadêmico deveriam antes se debruçar sobre formas de se perceber a participação do(a) discente no processo de criação cultural, de desenvolvimento do espírito científico, do pensamento reflexivo, do entendimento do ser humano e seu meio, de divulgação do conhecimento com desejo de aperfeiçoá-lo, bem como de ampliá-los sobre os problemas nacionais e desenvolver serviços à comunidade, estendendo conquistas e benefícios, bem como contribuir com o aperfeiçoamento da educação básica (Silva; Mariano, 2021, p.13).

Coimbra et al. (2021) também conduziram um estudo com o intuito de problematizar o conceito de evasão e estabelecer uma definição adequada para o fenômeno, especialmente no contexto do ensino superior federal. Conforme salientam Coimbra et al. (2021, p.03), a falta de uma definição precisa pode resultar em medições e quantificações ambíguas do fenômeno, bem como na formulação de políticas públicas com alvos pouco definidos. É oportuno ressaltar que, de maneira geral, as abordagens vigentes enfatizam as formas de evasão,

negligenciando as suas causas (Coimbra *et al.*, 2021, p.03). Os autores elencam os motivos que levam à evasão somente podem ser obtidos por meio de pesquisas com ex-alunos, que raramente contribuem para as reflexões sobre o assunto. Em relação a essa problemática, os pesquisadores ponderam:

O resultado, como se poderia esperar, são definições genéricas, abarcando quase todo tipo de perda de vínculo como evasão. Levando para a mesma conta falecimentos, troca de cursos, expulsões, jubileamentos, saída por ausência de vocação, por problemas financeiros, por problemas curriculares, por adoecimento, entre tantos outros. Cada uma dessas razões pode ou não representar um problema, bem como cada uma delas pode exigir um tipo de abordagem, de mensuração e de política pública (Coimbra *et al.*, 2021, p.03).

Com base na revisão bibliográfica realizada por Coimbra *et al.* (2021, p.07), foi observado que a maioria das definições sobre evasão empregam termos distintos, mas convergem na descrição como a simples perda de vínculo, saída da instituição, abandono do curso ou desligamento – seja ele voluntário ou não – do curso, instituição ou sistema. Sobre esse cenário, Coimbra *et al.* (2021, p.07) enfatizam, especialmente, a pesquisa de Dilvo Ristoff (1999), que alerta para a necessidade de uma abordagem que leve em conta as complexidades e nuances das perdas de vínculo, distinguindo os fenômenos e separando-os entre problemas ou não.

Ristoff (1999 apud Coimbra *et al.*, 2021, p.09) destaca que a evasão é frequentemente analisada de maneira isolada. Em sua perspectiva, as análises predominantes concebem a evasão como exclusão, perda ou fuga, desconsiderando o que pode ser, na realidade, resultado das aspirações dos indivíduos que frequentam as instituições federais de ensino superior e que nem sempre se adequam às limitações impostas pelas instituições. Ristoff (1999 apud Arruda *et al.*, 2017) também procura diferenciar evasão de mobilidade acadêmica, analisando suas ocorrências. A mobilidade acadêmica, nesse sentido, pode ser definida como o fenômeno em que o aluno desiste do curso em que está matriculado para ingressar em outro curso. O seguinte trecho é

especialmente relevante para a compreensão do conceito de evasão que se pretende adotar neste trabalho:

Parcela significativa do que chamamos de evasão, no entanto, não é exclusão, mas mobilidade, não é fuga, mas busca; não é desperdício, mas investimento; não é fracasso – nem do aluno, nem do professor, nem do curso ou da instituição – mas tentativa de buscar o sucesso ou a felicidade, aproveitando as relações que o processo natural de crescimento dos indivíduos faz sobre as suas verdadeiras potencialidades (Ristoff, 1997, p. 27 *apud* Coimbra et al., 2021, p.09).

Para Coimbra et al. (2021, p.09), o que Ristoff (1997) sustenta é que a evasão no âmbito educacional pode estar relacionada a uma série de fatores, incluindo a opção legítima por uma vida que não seja universitária e que, isso, não necessariamente expressa incapacidades institucionais. Schirmer e Tauchen (2019, p.321) também abordam o conceito de evasão na educação superior brasileira em sua revisão literária, ressaltando a pesquisa de Ristoff (1997), que associa a evasão à satisfação de expectativas de pessoas, levando em consideração fatores objetivos e subjetivos e múltiplas causas que precisam ser entendidas no contexto socioeconômico, político e cultural, bem como inadequações do sistema educacional.

Na conclusão do artigo, Coimbra et al. (2021, p.13) trazem uma possível sugestão para enriquecer o campo da evasão universitária no que diz respeito a sua conceituação. Os autores sugerem o uso de uma nomenclatura alternativa, mantendo, porém, a noção já consolidada na academia e na gestão pública sobre o tema. Para isso, segundo os autores (Coimbra et al., 2021, p.14), a evasão pode ser definida como qualquer tipo de desvinculação do curso, instituição ou sistema de ensino superior. Porém, eles propõem a criação de uma tipologia para identificar os fatores que devem ser considerados como um problema social. Utilizando essa tipologia, os autores esperam que se possa introduzir uma abordagem política e metodológica no debate em torno da evasão.

Assim, de acordo com Coimbra *et al.* (2021, p. 14), entende-se evasão por exclusão quando um estudante perde o vínculo com o curso, a instituição ou o sistema de ensino superior por problemas estruturais ou incapacidade da instituição de garantir o direito à educação. Esse tipo de evasão seria considerado um problema social e a instituição deveria buscar soluções para corrigi-lo. Os autores citam alguns exemplos do que são possíveis motivadores da evasão por exclusão, como a forma como os professores ensinam, a falta de conexão entre o que se aprende e o mundo real, dificuldades na relação entre ensinar e aprender e a falta de apoio e oportunidades acadêmicas.

Por outro lado, segundo Coimbra *et al.* (2021, p.14), seria considerada evasão para inserção quando um estudante muda de curso, instituição ou sistema de ensino superior buscando novas oportunidades. Alguns motivadores dessa modalidade podem ser o baixo prestígio da profissão, baixos salários da profissão, pressão familiar, expectativa de futuro profissional, busca por segurança e descoberta de outros interesses. Essa mudança não seria considerada necessariamente um problema, pois é uma escolha individual que não está diretamente relacionada à qualidade do curso ou da instituição.

Para finalizar a ramificação do conceito, a evasão por externalidades seria quando um estudante perde o vínculo com o curso, instituição ou sistema de ensino superior por motivos externos e involuntários, como óbito, graves motivos de saúde, deslocamento familiar e territorial e problemas com a justiça (Coimbra *et al.*, 2021, p.15).

Conforme apontado por Senger e Dallago (2020, p.552), é essencial não encarar a evasão universitária apenas como uma desistência total do curso superior, pois existem várias facetas a serem exploradas e debatidas para fornecer subsídios às decisões administrativas das instituições de ensino.

Do mapa do Ensino Superior aos índices de evasão

Com relação aos dados da trajetória acadêmica dos alunos do ensino superior, o Inep, por meio do Censo da Educação Superior (2020), mostra que, se tomar como referência os alunos que ingressaram no ensino superior em 2017, a taxa de desistência acu-

mulada é de 56%. No recorte de apenas universidades federais, essa taxa cai para 39%, enquanto que, nas instituições privadas, o número é de 59%.

Segundo o Mapa do Ensino Superior, um estudo realizado pela Secretaria de Modalidades Especializadas de Educação (Semesp) em 2021, os anos de 2020 e 2021 registraram os maiores índices de evasão de alunos do ensino superior privado no Brasil de toda a série histórica. A pesquisa traz dados atualizados com relação à pandemia de Covid-19, uma crise sanitária que, desde 2020, vem trazendo repercussões sociais, políticas e econômicas.

O cenário não é diferente quando falamos no ensino superior. De acordo com o levantamento, houve um aumento 26,8% no número de alunos em comparação com 2019 matriculados no Ensino a Distância graças ao distanciamento social imposto pela pandemia. A taxa de evasão, no entanto, também cresceu no EAD. Em 2021, houve 43,3% de evasão no EAD, número maior que o de 2020 (40%). Para este estudo, serão considerados, majoritariamente, os índices de evasão e as repercussões disso no ensino público, visto que há diversas variáveis na rede privada que não serão foco dos pesquisadores. Até o presente momento, há diversos estudos acadêmicos que abordam a temática da evasão universitária em redes públicas de ensino.

Tendo em vista a realidade econômica e social do Brasil, Musslinger et al. (2021, p.426) afirmam que o ensino superior desempenha um papel crucial na inserção do indivíduo no mercado de trabalho e no alcance do sucesso profissional. Segundo os autores, as empresas buscam por profissionais qualificados e essa qualificação, em geral, exige a posse de um diploma universitário. Contudo, a trajetória acadêmica pode ser influenciada por diversos fatores e, muitos deles, podem levar o aluno a não conclusão do curso superior.

É relevante destacar que o diálogo acerca do fenômeno de evasão do ensino superior tem sido objeto de estudo há vários anos e com a contribuição de diversos autores. Um dos pioneiros na investigação sobre trajetórias educacionais no âmbito do ensino superior e referência na área é Vincent Tinto. Desde 1975, Tinto busca criar uma teorização sobre o assunto, porém, tem constatado que o campo de pesquisa sobre evasão é desordenado devido à falta de consenso acerca dos

comportamentos denominados de abandono (Tinto, 1989 *apud* Santos *et al.*, 2017, p. 76). Apesar das dificuldades encontradas, Santos *et al.* (2017, p.76) classificam que os estudos realizados por Tinto apontam para quatro conjuntos de fatores que influenciam a decisão do estudante de abandonar a universidade, os quais misturam elementos individuais, relacionados aos estudantes, bem como institucionais, como elementos ligados às instituições de ensino superior e ao contexto educacional em geral.

Considerando o conjunto de fatores que influenciam na evasão do estudante, ainda de acordo com Tinto (1989, *apud* Santos *et al.*, 2017, p.76), é possível identificar três momentos críticos para o fenômeno da evasão na trajetória educacional dos discentes. O primeiro período crítico ocorre durante a transição entre o ensino médio, um ambiente conhecido e familiar, para o ensino superior, um mundo impersonal e até então desconhecido. O segundo momento diz respeito às falsas expectativas sobre as condições de vida institucional e acadêmica, visto que, quando as expectativas não se alinham com a perspectiva do aluno, a frustração pode levar ao abandono. Por fim, o terceiro período é quando o aluno não atinge os objetivos da disciplina e a instituição não oferece alternativas para superar as deficiências acadêmicas.

Além disso, também foram encontrados outros subsídios empíricos e teóricos para a compreensão da evasão. Costa e Gouveia (2018, p.170) apontam, com base em uma revisão de literatura, fatores-chave que estão relacionados à retenção¹ dos estudantes no ensino superior. Dentre os fatores, estão preparação acadêmica, integração social, integração acadêmica, compromisso com a instituição, compromisso com o objetivo, ambiente e características demográficas.

A evasão no ensino superior, portanto, é um desafio complexo que afeta a continuidade dos estudantes nas universidades. De acor-

1. Por retenção, entende-se permanecer na faculdade ou na universidade até obter um diploma (Hagedorn, 2006, p.04). A retenção é também definida como “permanência prolongada do aluno na universidade, em que o discente continua em situação de matriculado no curso de Graduação por um tempo maior do que o planejado pela instituição” (Lima Júnior *et al.*, 2019; Vasconcelos; Silva, 2011 *apud* Araújo *et al.* 2021, p.1047).

do com a pesquisa realizada por Nierotka *et al.* (2023), a literatura nacional e internacional procura entender os principais fatores que afetam a trajetória dos alunos em um curso universitário, ressaltando questões individuais, familiares, educacionais e institucionais como elementos influentes. Outros estudos, como os de Ferreira e Fernandes (2015) e Matta, Lebrão e Heleno (2017), também apontam para a preocupação com a evasão no ensino superior em diversas áreas de conhecimento, incluindo Psicologia e Educação, que têm impacto tanto em instituições públicas quanto privadas (*apud* Barroso *et al.*, 2022). Portanto, a compreensão desses fatores pode ajudar a desenvolver estratégias para reduzir a evasão e promover a permanência dos estudantes na universidade.

Observa-se, então, que a problemática abordada se trata de um assunto profundo que abrange tanto os indivíduos envolvidos quanto o sistema educacional em si, trazendo consequências significativas em âmbitos individuais, sociais, acadêmicos e econômicos (Santos *et al.*, 2017, p.74). Nesse sentido, diversas pesquisas têm se dedicado ao estudo da evasão universitária, a fim de aprofundar a análise acerca das causas e dos impactos decorrentes do abandono dos estudantes nos sistemas de ensino.

Causas e consequências: a produção documental

Considerando o cenário apresentado, a presente pesquisa é também uma tentativa de compreender as causas e consequências do abandono de estudantes na UTFPR, destacando as implicações da evasão nos mais diversos domínios, proposta também apresentada por outras pesquisas. Oliveira (2019) conduziu uma pesquisa descritiva, de abordagem quantitativa, com o propósito de analisar as causas da evasão no curso de Licenciatura em Matemática da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), no período de 2014 a 2017. Os resultados apontaram que a falta de interesse pelo curso, a dificuldade em acompanhar as disciplinas e a falta de preparo para o ensino superior foram as principais causas apontadas pelos estudantes para evasão. Além disso, o estudo constatou que os estudantes com menor renda e oriundos de escolas públicas foram os mais afetados pela evasão.

Por sua vez, o estudo de Santos (2021) realizou um levantamento dos fatores que influenciaram a evasão dos alunos do curso de Licenciatura em Física da UTFPR campus Curitiba no período de 2009 a 2019, tendo identificado o aspecto vocacional como o principal motivo para a desistência. Silva (2021), por sua vez, propôs um conjunto de ações para o enfrentamento do fenômeno da evasão a partir de registros ocorridos nos cursos de graduação em Engenharia Ambiental, Engenharia Civil, Engenharia de Alimentos e Engenharia Eletrônica da UTFPR no período entre 2016 e 2020. O estudo foi estruturado na forma de uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e um estudo de caso, tendo proposto intervenções como a adequação do procedimento para solicitação de desistência de curso e transferência externa.

Com relação aos índices de evasão na UTFPR, existem alguns dados que explicitam como esse problema tem se mostrado na universidade. Em 2017, no período de 01/08/2017 a 31/10/2017, um levantamento foi realizado pela Controladoria Regional da União no Estado do Paraná para avaliar a evasão no ensino superior, mais especificamente na UTFPR, no contexto da eficiência da gestão pública. A pesquisa efetuou uma análise dos dados cadastrais e acadêmicos dos estudantes que possuíam ou mantêm associação com a universidade no período de 2012 a 2017 (1º semestre), totalizando um quantitativo de 52.365 matrículas. Dentre estas matrículas, 19.879 resultaram em desistências, o que corresponde a um índice global de evasão de 38%.

De acordo com os resultados da pesquisa, foi constatado que 33% das evasões de estudantes ocorreram no primeiro semestre do curso, sendo que a predominância dessas evasões se deve à reprovação por faltas, o que indica que esses estudantes abandonaram o curso sem ter frequentado as aulas de forma regular. Além disso, observou-se um maior índice de evasão nas licenciaturas, seguida pelos cursos de tecnologia e bacharelado, sendo que a taxa de evasão no campus de Curitiba foi menor em comparação com a média dos campi do interior, havendo alguns campi com índice de evasão ainda menor do que o de Curitiba. A análise dos dados também demonstrou que, quanto maior a nota obtida pelo estudante no Sistema de Sele-

ção Unificada (SiSU), menor a propensão à evasão. Outro achado foi que quanto menor a idade do estudante, menor o índice de evasão.

Em relação aos custos financeiros envolvidos, verificou-se que o custo médio anual atribuído a cada estudante evadido foi de R\$ 17.231,00 (ano base 2016), tendo sido determinado a partir da discrepância entre o custo médio do estudante graduado e o custo médio geral do estudante. Em conclusão, os resultados indicam que, de acordo com a bibliografia estudada e os números obtidos pela UTFPR - 1/3 das evasões ocorrerem no 1º semestre praticamente sem frequência de aulas -, a evasão de estudantes pode ser influenciada por fatores intrínsecos de natureza pessoal, tais como indecisão na escolha do curso, dificuldades de adaptação à vida universitária e outras dificuldades pessoais.

O Censo da Educação Superior de 2021, de igual forma, traz dados específicos acerca da evasão universitária na UTFPR. Por se tratar de uma pesquisa nacional, é também possível verificar qual a taxa de evasão por universidade. No caso da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, a taxa de desistência acumulada, tomando os ingressantes em 2017, é de 43% no curso de bacharelado, 58% no tecnológico e 60% na licenciatura. Esses dados, inclusive, corroboram com os dados encontrados pela auditoria realizada na UTFPR em 2017, que indicam que os cursos de licenciatura são os mais evadidos, seguido dos tecnológicos e bacharelados.

Conforme evidenciado pelos autores referenciados neste contexto, diversas variáveis podem contribuir para a evasão de estudantes no ensino superior, incluindo fatores pessoais, vocacionais e institucionais. Com base nesse entendimento, surge a indagação sobre quais variáveis são responsáveis pelos diferentes índices de evasão observados entre diferentes cursos e quais motivos são influentes nesse cenário.

De acordo com o estudo da Controladoria Regional da União no Estado do Paraná (2017), a análise dos dados da UTFPR indica que nenhum fator isolado ou conjunto é capaz de reduzir significativamente a evasão. Além disso, é importante salientar que a eliminação completa da evasão não é uma meta factível, considerando a influência do fator intrínseco, que é numericamente relevante. Contu-

do, é possível empreender ações mitigatórias conjuntas para reduzir a evasão de forma significativa.

O desafio consiste, assim, em abordar o tema de maneira inovadora e singular. Nesse caso, a opção pelo formato experimental de documentário permite a abertura de novas perspectivas para o tema da evasão universitária, permitindo a apresentação de diferentes pontos de vista e experiências. Para Bill Nichols (2010, p. 219) a abordagem documental pode dar às pessoas a oportunidade de falar por si, contudo, o principal cuidado deve ser com a espetacularização do tema abordado. Além disso, o cineasta brasileiro Mocarzel (2009), destaca:

Num mundo cada vez mais imagético o cinema tem uma multiplicidade de papéis, e a câmera pode ser utilizada como instrumento social e político tanto para fortalecer como para denunciar grupos sociais (Mocarzel, 2009 *apud* Portal Aprendiz, 2009, *online*).

A utilização do documentário experimental como ferramenta de conscientização sobre a evasão universitária é uma forma de dar voz aos estudantes que passam por essa situação. Ao apresentar suas experiências de forma criativa, o documentário pode sensibilizar a comunidade universitária e a sociedade em geral sobre os desafios enfrentados pelos universitários. Além disso, o documentário experimental pode contribuir para a identificação das principais causas da evasão universitária. Ao explorar diferentes situações e perspectivas, o documentário pode apontar fatores comuns que contribuem para a evasão, como dificuldades financeiras, problemas de adaptação ou falta de suporte emocional (Portal Aprendiz, 2009, *online*).

Com o intuito de obter um conjunto de vozes representativo, foram conduzidas entrevistas com ex-alunos, bem como alunos matriculados atualmente e formados pela UTFPR. Segundo Duarte (2004, p.215), as entrevistas são ferramentas essenciais para a realização do mapeamento de práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios em universos sociais específicos. A autora destaca que, se realizadas de forma adequada, as entrevistas permitem ao pesquisador uma imersão profunda, coletando indícios das percepções e significados individuais dos sujeitos em relação à sua realidade e possibilitando a

descrição e compreensão das relações que se estabelecem no interior do grupo, o que é mais difícil de alcançar com outros métodos de coleta de dados. Nesse sentido, Duarte (2004, p.216) ressalta que as entrevistas podem fornecer dados empíricos de natureza densa e rica, os quais podem ser considerados como uma fonte valiosa para fins de investigação.

No âmbito deste projeto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com ex-alunos da UTFPR e, para a execução do documentário, foram entrevistadas pessoas de diferentes cursos, dentre eles alunos e alunas que estão regularmente matriculados e alunos que já se formaram pela instituição. Em relação às entrevistas semiestruturadas, Duarte (2004, p.216) enfatiza que essa tarefa não é mais complexa do que se imagina, visto que é necessário criar situações que “provoquem” um discurso mais ou menos livre, mas que ainda cumpra os objetivos da pesquisa e seja relevante do ponto de vista acadêmico e do contexto investigado.

Possíveis conclusões

Por meio da produção de um documentário experimental foi possível contribuir na desmistificação de ideias equivocadas sobre a evasão universitária. Feitosa (2016, *online*) cita, por exemplo, que muitas pessoas acreditam que a evasão é causada por falta de interesse ou preguiça dos estudantes. Destarte, o documentário problematizou as causas da evasão, por vezes complexas e com questões estruturais significativas, como falta de apoio financeiro e de políticas públicas adequadas (Feitosa, 2016, *online*).

A produção documental permitiu contribuir na sensibilização da comunidade acadêmica e a sociedade em geral sobre a importância de lidar com o problema da evasão universitária, mostrando que a evasão não é apenas uma questão individual, mas, sim, uma questão social que afeta toda a sociedade (Feitosa, 2016, *online*, tanto na promoção da inclusão, quanto da diversidade na universidade. Através da inclusão de depoimentos de estudantes de diferentes origens e realidades socioeconômicas, na quebra de estereótipos e preconceitos, mostrando a importância da diversidade para a construção de uma universidade mais inclusiva e justa.

Por fim, o uso da linguagem audiovisual documental se mostrou uma ferramenta poderosa para dar voz aos ex-alunos que evadiram, permitindo que suas histórias pessoais fossem compartilhadas de forma empática. As entrevistas com discentes e egressos forneceram um contraponto valioso, permitindo a identificação de semelhanças e diferenças em suas jornadas acadêmicas em comparação com os ex-alunos que evadiram. Esse contraste revelou que, embora alguns desafios sejam comuns a todos, a capacidade de resiliência e o suporte recebido (seja familiar, financeiro ou institucional) desempenham papéis cruciais na permanência dos estudantes. Através dessas narrativas, foi possível identificar a questão do “tempo” como fio condutor e gerar uma identificação do público com os personagens, destacando a importância de olhar para a evasão não apenas como um número estatístico, mas como histórias de vidas impactadas.

Referências

- Araújo, Ana Cléssia Pereira Lima De; Mariano, Francisca Zilania; Oliveira, Celina Santos de. Determinantes acadêmicos da retenção no Ensino Superior. *Ensaio*: aval. pol. públ. Educ., Rio de Janeiro, v.29, n.113, p. 1045-1066, out./dez. 2021. Disponível em: <scielo.br/j/ensaio/a/zf9flzpyq4tj543zs6crqmn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 Abr. 2023.
- Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes); Associação Brasileira dos Reitores das Universidades Estaduais e Municipais (Abruem); Secretaria de Educação Superior (Sesu)/Ministério da Educação (MEC). *Diplomação, Retenção e Evasão nos Cursos de Graduação em Instituições de Ensino Superior Públicas*. 1996. Disponível em: <andifes.org.br/wp-content/files_flutter/diplomacao_retencao_evasao_graduacao_em_ies_publicas-1996.pdf>. Acesso em: 22 Abr. 2023.
- Barroso, Paula Cristina Freitas; Oliveira, Íris Martins; Noronha-Sousa, Dulce; Noronha, Ana; Mateus, Cristina Cruz; Vázquez-Justo, Enrique; Costa-Lobo, Cristina. Fatores de evasão no ensino superior: uma revisão de literatura. *Psicologia Escolar e Educacional*, v. 26, 2022. Disponível em: <scielo.br/j/pee/a/wyz4bxntjbtijy3jhx4mhdb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Controladoria Regional da União no Estado do Paraná. *Relatório de Avaliação dos Resultados da Gestão*. 2017. Disponível em: <utfpr.edu.br/transparencia/auditoria/cgu/2017-evasao-no-ensino-superior-ra201701759>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Coimbra, Camila Lima; Silva, Leonardo Barbosa e; Costa, Natália Cristina Dreossi. A evasão na educação superior: definições e trajetórias. *Educ. Pesqui.*, São Paulo, v. 47, e228764, 2021. Disponível em: <scielo.br/j/ep/a/wrkk9jvnbnjjsnnynkffjqi/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 Abr. 2023.

Costa, Oberdan Santos da; gouveia, Luis Borges. Modelos de retenção de estudantes: abordagens e perspectivas. *Revista Eletrônica de Administração*. Porto Alegre, v. 24, n. 3, p. 155–182, set. 2018. Disponível em: <scielo.br/j/read/a/j4g7r3m5qhxnhyrdkt4cdyh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Duarte, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar*, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Disponível em: <scielo.br/j/er/a/qpr8clhy4xhdjschj7yw7jh/?format=pdf>. Acesso em: 10 Mai. 2023.

Feitosa, Jamille Muniz. *Análise de evasão no ensino superior: uma proposta de diagnóstico para o campus de Laranjeiras*. 2016. Disponível em: <ri.ufs.br/bitstream/riufs/12013/2/jamille_muniz_feitosa.pdf>. Acesso em: 15 Abr. 2023.

Hagedorn, Linda Serra. *How to define retention: a new look at an old problem*. University of Southern California. Disponível em: <files.eric.ed.gov/fulltext/ed493674.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). *Censo da Educação Superior*. 2021. Disponível em: <app.powerbi.com/view?r=eyjrjoiunjuzzju2yzity2vlzc00mzcwltk4owytod-mznweyzjkm2zhiiwidci6iji2zjczdok3lw4ywmtngixzs05nzhmlwvhngmwncz0mzrizij9>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). *Metodologia de Cálculo dos Indicadores de Fluxo da Educação Superior*. 2017. Disponível em: <download.inep.gov.br/informacoes_estatisticas/indicadores_educacionais/2017/metodologia_indicadores_trajetoria_curso.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Lima Junior, Paulo; Bisinoto, Cynthia; Melo, Nilce Santos De; Rabelo, Mauro. Taxas longitudinais de retenção e evasão: uma metodologia para estudo da trajetória dos estudantes na educação superior. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, v. 27, n. 102, p. 157-178, 2019. Disponível em: <[scielo.br/j/ensaio/a/w5ndty3hqkwyv-cxhgwbvpxb/?format=pdf&lang=pt](https://doi.org/10.1590/1808-5910v27n102a15)>. Acesso em: 27 Abr. 2023.

Mussliner, Bruno Osvaldo; Mussliner, Monica de Sousa e Silva; Meza, Edwin Benito Mitacc; Rodríguez, Guillermo Luján. O Problema da evasão universitária no sistema público de ensino superior: uma proposta de ação com base na atuação de uma equipe multidisciplinar. *Brazilian Journal of Development*. v. 7, n. 4, p. 42674–42692, 28 abr. 2021. Disponível em: <ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/brjd/article/view/28957/22870>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Nichols, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas, SP: Papirus, 2010.

Nierotka, Rosileia Lucia; Bonamino, Alicia Maria Catalano de; Carrasqueira, Karina. Acesso, evasão e conclusão no ensino superior público: evidências para uma coorte de estudantes. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, v. 31, n. 118, jan. 2023. Disponível em: <[scielo.br/j/ensaio/a/wycscb88ryntdnynhhxftrp/?format=pdf&lang=pt](https://doi.org/10.1590/1808-5910v31n118a1)>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Oliveira, Jocilene Cristina de. *Análise da evasão em um curso de licenciatura em Matemática da Universidade Tecnológica Federal do Paraná*. 2019. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Licenciatura em Matemática. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Disponível em: <repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/7397/1/cp_damat_2019_1_02.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Portal Aprendiz. *Cineastas discutem o papel do documentário social*. 2009. Disponível em: <portal.aprendiz.uol.com.br/content/cineastas-discutem-papel-do-documentario-social>. Acesso em: 15 Abr. 2023.

Santos, Bettina Steren dos; Davoglio, Tárcia Rita; Lettnin, Carla Da Conceição; Spagnolo, Carla; Nascimento, Lorena Machado do. Educação superior: processos motivacionais estudantis para a evasão e a permanência. *Revista Brasileira de Política e Administração da Educação*, v. 33, n. 1, p. 73, 23 abr. 2017. Disponível em: <seer.ufrhs.br/index.php/rbpae/article/view/64630/41186>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Santos, Nicole Pereira dos. *Levantamento do perfil do aluno evadido do curso de Licenciatura em Física da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Curitiba*. 2021. 39 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Licenciatura em Física. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Disponível em: <repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/29022/1/perfilalunoevadidofisica.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Schirmer, Sirlei Nadia; Tauchen, Gionara. Políticas públicas de enfrentamento da evasão na educação superior brasileira: um estudo do estado da arte. *Revista @mbienteeducação*. São Paulo: Universidade Cidade de São Paulo, v. 12, n. 3, p.316-341 set/dez 2019. Disponível em: <publicacoes.unicid.edu.br/index.php/ambienteeducacao/article/view/782>. Acesso em: 22 Abr. 2023.

Secretaria de Modalidades Especializadas De Educação. *Mapa do Ensino Superior no Brasil*. 2020. Disponível em: <semesp.org.br/wp-content/uploads/2020/04/mapa-do-ensino-superior-2020-instituto-semesp.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Senger, Amalia; Dallago, Cleonilda Sabaini Thomazini. Trajetória acadêmica interrompida: um estudo da evasão e suas causas. *Serv. Soc. Rev.*, Londrina, v. 23, n.2, p.550-569, out/dez. 2020. Disponível em: <ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/ssrevista/article/view/40266/28557>. Acesso em: 22 Abr. 2023.

Severino, Antônio Joaquim. O ensino superior brasileiro: novas configurações e velhos desafios. *Educ. Rev.* [online]. 2008, n.31, pp.73-89. Disponível em: <educa.fcc.org.br/pdf/er/n31/n31a06.pdf>. Acesso em: 04 Jun. 2023.

Silva, Sildemar Albertini da. *Evasão no Ensino Superior: perspectivas dos evadidos dos cursos de engenharia da UTFPR Campus Campo Mourão na construção de uma proposta de intervenção*. 2021. 109 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração Pública) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Disponível em: <repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/27618/2/evasaoensinosuperior.pdf>. Acesso em: 02 Abr. 2023.

Silva, Leonardo Barbosa e; Mariano, Alexsandro Souza. A definição de evasão e suas implicações (limites) para as políticas de educação superior. *Educação em Revista*, Belo Horizonte, v.37, e26524, 2021. Disponível em: <scielo.br/j/edur/a/sj6fzbskxwrbn5vdnknc9p/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 Abr. 2023.

Renata Richard Couto

renatarichard@gmail.com

**Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro,
RJ, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-10

IMPACTOS DAS NOVAS MÍDIAS NA EDUCAÇÃO AMBIENTAL: DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO AMBIENTAL

RESUMO

É possível integrar tecnologias emergentes aos processos de educação ambiental infanto-juvenil, sob a ótica de uma aprendizagem expandida? Vivemos um paradoxo: nunca na história da humanidade, tivemos tantas tecnologias e recursos de conexão e, paralelamente, nunca estivemos tão desconectados de nós mesmos, dos outros e principalmente, do meio ambiente. Há décadas, tecnologias são exploradas pela indústria do entretenimento e direcionadas ao público infanto-juvenil, e ignoradas pelo segmento da educação, no Brasil. É urgente estudar oportunidades e desafios dessa integração e reconexão homem-natureza. A metodologia usada neste artigo será bibliográfica, baseada nos autores John Urry e Ailton Krenak, a partir das respectivas obras “Mudanças climáticas e Sociedade” e “Futuro Ancestral”.

PALAVRAS-CHAVE

Educação; Meio Ambiente; Tecnologia; Transmídia.

Introdução

A sociedade contemporânea vive um paradoxo: Nunca na história da humanidade, tivemos tantas ferramentas e recursos de conexão e, ao mesmo tempo, nunca estivemos tão desconectados do meio ambiente que nos cerca, dos outros e de nós mesmos. É possível integrar tecnologias de inovação nos processos de educação ambiental para crianças e jovens, sob a ótica de uma aprendizagem expandida, para além da sala de aula?

O relacionamento do homem com o meio ambiente foi moldado há poucos séculos atrás por uma visão antropocêntrica onde o homem se posicionou no centro do mundo, transformando em coisa, todos os biomas naturais, florestas e um número infinito de habitantes – alguns que antes mesmo de tomarmos ciência de sua existência, já estarão extintos pela ação predatória do modo de vida da sociedade moderna e contemporânea – e em seguida pelo sistema capitalista que transformou a natureza em recursos a serem explorados à exaustão, inclusive humanos, como no Brasil onde colonizadores europeus escravizaram e exterminaram mais de seis (6) milhões indígenas e cerca de doze (12) milhões de africanos trazidos e comercializados como mercadoria (Wikipedia).

O ser humano precisa ser convertido pela floresta, afirma Ailton Krenak em um dos seus ensaios no livro *Futuro Ancestral* (2022), onde questiona “Como fazer a floresta existir em nós, em nossas casas, em nossos quintais? Podemos provocar uma experiência florestiana e contestar a ordem urbana sanitária ao dizer: vou deixar meu quintal cheio de mato”. A visão antropocêntrica, onde o homem se coloca no centro de toda a existência e o modo como a humanidade vive e consome os recursos naturais do planeta nos últimos séculos, estabeleceu uma relação perigosa de distanciamento com a natureza.

De um lado o ser humano, do outro todas as outras formas de existência, animal, vegetal, mineral, seja ela qual for. Ao se autodenominar como sujeito e objetivar a natureza e toda diversidade de seres e biomas, o homem tornou-se “tutor” da natureza, explorando-a de acordo com seus interesses. Essa divisão é uma escolha equivocada, um erro histórico que deve ser desfeito e só não ou é, pelos interesses existentes na lógica capitalista de exploração.

Nas últimas décadas, tecnologias e suportes inovadores de comunicação têm sido intensamente explorados pelo segmento de entretenimento e consumidos sem controle pelo público infanto-juvenil, porém, pouco estudado e aplicado de forma integrada às ferramentas tradicionais de ensino, no Brasil. Existem poucas iniciativas, diante das oportunidades e desafios dessa integração aplicada à alfabetização e letramento ambiental e às dinâmicas de aprendizado de alunos e professores em e para além da sala de aula.

As tecnologias digitais ganharam uma escala gigantesca abalando estruturas da nossa sociedade, mudando a formas de como consumimos o conhecimento, de como nos relacionamos. O consumo excessivo de conteúdos por interfaces móveis, computador e outros suportes, cresce exponencialmente atingindo toda sociedade.

Um dos grandes impactos dessa sequência de ondas foi a velocidade. O fluxo frenético de novas tecnologias e conteúdos invadem o dia a dia das pessoas, incluindo os de jovens e crianças. É difícil acompanhar e regular. Novidades surgem e são exploradas a cada instante, pois diferente da educação, o segmento da indústria do consumo, em especial a indústria do entretenimento infanto-juvenil, há décadas absorve e explora comercialmente essas ferramentas e suportes, com centenas de produtos digitais.

Devido à urgência e complexidade deste tema, essa pesquisa-ação busca expandir o processo de aprendizado através do uso desses recursos inovadores, e, para dar protagonismo ao meio ambiente e aos habitantes não humanos, o projeto propõe uma abordagem narrativa expandida e decolonial. O programa de aprendizagem *Jardins Ancestrais e outros mundos possíveis* se baseia numa aventura imersiva e interativa pelos biomas da floresta atlântica, utilizando recursos de realidade aumentada como suporte de aprendizagem expandida, focada em educação ambiental para o público infanto-juvenil.

A metodologia desse artigo será de base bibliográfica, destacando o autor John Urry, a partir da ótica das mobilidade e implicações ambientais relacionadas no livro *Mudanças climáticas e Sociedade*, usando como recorte o capítulo 4, onde o autor aborda a questão dos modelos sociais atuais, geradores de grande impacto

ambiental, em conjunção com olhar contemporâneo sobre a ancestralidade, de Ailton Krenak, a partir dos ensaios que o autor faz na obra *Futuro Ancestral*, e da pesquisa-ação envolvendo o desenvolvimento de um programa piloto de educação ambiental infantil.

Aprendizado ao infinito e além das salas de aula

Mesmo anos depois da implementação da Lei n. 11.645/2008, que estabelece a obrigatoriedade do ensino da história e cultura indígena no ensino básico, a educação brasileira segue o mesmo desafio: seguir o apagamento histórico dessa valiosa memória ou compartilhar e adotar ações que expandem o alcance desses conhecimentos? Quando estamos falando em conhecimento e conscientização ambiental falamos diretamente dos povos originários do Brasil? As florestas sempre foram o lar desses povos, porém com a diferença que eles têm essa consciência e a preservam há milhares de anos.

Nesse ambiente cada vez mais virtualizado, as crianças estão perdendo o contato e interação com a natureza, com esses quintais. Sem vivenciá-los, sem referências, grande parte dessas crianças urbanizadas e tecnologizadas, não estabelece uma relação de pertencimento nem consegue construir seus jardins interiores. E se pudéssemos reconectar as crianças com os nossos jardins ancestrais por meio da tecnologia e ao mesmo tempo educá-las sobre a importância da preservação dos nossos biomas?

De acordo com a Constituição Brasileira, é dever público “Promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente.” (Capítulo VI da Constituição Brasileira, Art. 255, §1º, VI). Mas pouco acontece. As questões ambientais devem estar nas pautas de todos os campos acadêmicos, não apenas nas aulas de biologia. São necessárias diferentes frentes, uma das vias principais é a educação, que não está apenas nas salas de aula, pois em muitos casos não se trata de educar e sim de reeducar, afinal fomos educados de forma equivocada.

O uso de tecnologias em programas de aprendizado ambiental como realidade aumentada, metaverso e inteligência artificial, agregados à ferramentas de multiletramento, podem ampliar as pos-

sibilidades de alfabetização ambiental, ser aplicáveis de maneira flexível permitindo replicação ajustável do conteúdo e fluxo do aprendizado à ambientes e recursos naturais e tecnológicos existentes em localidades específicas e também promover relações de integração de conteúdos ficcionais e de entretenimento no processo de aprendizagem ambiental. Num movimento de levar a educação nos meios virtuais, onde as crianças circulam.

Paulo Freire afirma, em *Pedagogia do oprimido* (1978), que a educação e o conhecimento são processos de busca e que é obrigação do educador quebrar essa relação hierárquica. "O educador que aliena a ignorância, se mantém em posições fixas, invariáveis. Será sempre o que sabe enquanto os educandos serão sempre os que não sabem" (1978, p. 67). Essa posição linear hierárquica também é contestada no mundo digital quando Félix Guattari (1992, p134) aponta a disruptura dessa linearidade, através da linguagem hiper-textual dos meios digitais:

"O assunto computacional nos afasta em grande velocidade das restrições da antiga linearidade bíblica. Chegou a hora dos hipertextos de todos os tipos e até de uma nova escrita cognitiva e sensível que Pierre Lévy descreve como "ideografia dinâmica". As mutações maquinícias entendidas no sentido mais amplo, que desterritorializam a subjetividade, não deveriam mais desencadear em nós reflexos defensivos, tensões retrógradas. É absurdo culpá-los pela estupidez dos meios de comunicação de massa."

A interação entre os múltiplos suportes, traz um protagonismo do aluno no processo da aprendizagem e, como forma de dar protagonismo para a floresta e seus habitantes, a cada nova aventura, o público mergulha no micro ou macro universo desse bioma, sempre guiados por um habitante nativo daquele lugar.

As narrativas ficcionais e documentais do programa irão envolver a criança em um ciclo de jornadas de aventura e conhecimento pelos biomas brasileiros, através de vivências presenciais e virtuais, visando despertar a consciência, respeito e preservação do meio ambiente e da diversidade de seres que nele vivem.

Vidas altamente poluentes

A problemática relação entre natureza e sociedade é um tema recorrente nos estudos de John Urry, renomado professor de sociologia e autor de mais de 40 livros, cujo estudo e pesquisa destaca as áreas do turismo, da mobilidade e das implicações ambientais relacionadas a essas ações. Urry perseguiu dois temas particulares ao longo de sua carreira acadêmica: o regionalismo através da relação entre sociedade e espaço e influências políticas e, a economia e sociedade a partir das mudanças econômicas e sociais nas sociedades capitalistas ocidentais e possibilidades de desenvolvimento de políticas econômicas locais.

No livro *Mudanças climáticas e sociedade* (2011), o autor aborda a importância do comportamento humano para a compreensão das causas e impactos das mudanças climáticas, em particular, no uso excessivo de recursos naturais feito por nossa sociedade, especialmente nas últimas décadas. Como Urry identifica, nunca houve estudo de viabilidade dos modos de capitalismo dos séculos XIX e XX. Talvez porque tal estudo inviabilizasse sua existência exploratória e predatória. Atualmente, existem leis que se aplicadas corretamente amenizariam diversos impactos negativos causados pelas ações humanas, mas precisamos rever muitas delas, principalmente as que objetificam e coisificam o meio ambiente e os outros habitantes deste planeta.

Ao examinar o consumismo e suas práticas de forma geral, Urry abordou quatro questões centrais problemáticas: as máquinas de alto carbono; as práticas de consumo; os vícios neoliberais; o grande crescimento da população. Com argumentos diretos contra sistema capitalista predatório, destaca o modo neoliberal de capitalismo dominante desde a década de 1980, afirmando que avançamos para um novo “capitalismo de recursos” (2011, p. 49) e faz dura crítica a hegemonia da economia usada como principal metodologia das ciências sociais utilizada na abordagem das alterações climáticas e outros impactos humanos na natureza. Para Urry, é necessário uma revisão severa dos sistemas e teorias comportamentais, de se refletir, produzir pensamentos e ações para lidar com essa “relação problemática entre natureza e sociedade”, com atenção especial à complexidade das alterações climáticas.

O autor também direciona sua crítica à academia que, ao longo dos anos, o campo da sociologia tenha perdido o ritmo na atenção ao impacto desse tema, afirmando a importância do campo da sociologia estar no primeiro plano desses debates. Ao destacar a influência da mobilidade no processo de desequilíbrio ambiental, pesquisando muitas formas pelas quais as práticas sociais com elevado teor de carbono se desenvolveram e expandiram, como essa produção e consumo de bens serviços marcas e lugares envolve a difusão de sistemas de provisão, indica o início desse consumo altamente poluente nos Estados Unidos. Estes produtos, serviços e locais americanos refizeram a vida na Europa, e posteriormente em grande parte do mundo embora em níveis de utilização de energia muito mais baixos em relação aos EUA, que seguem liderando o ranking.

O protagonismo do meio ambiente

Atualmente, uma das mais importantes missões que a humanidade tem, é resgatar o protagonismo do meio ambiente em toda a sua grandiosidade, nos seus mínimos detalhes, em tudo que ainda compõe esse sistema forjado há milhares de anos, e do qual nós humanos fazemos parte de forma integrada. Esse sistema foi o primeiro a ser apagado com o acontecimento dos antigos, modernos e atuais modelos de sistema capitalista baseados na mecânica de exploração dos recursos naturais como insumo de seus produtos, serviços e bens de consumo.

Como aborda Urry em seus estudos, o sistema capitalista foi, desde sempre, insustentável, mesmo com o planeta ainda territorializado e pouco a ciência tendo representatividade nessas questões. Hoje, como nas últimas décadas em processo de globalização, mesmo a ciência sabendo, questionando, apontando erros históricos, nos encontramos no centro de uma séria crise climática e continuamos a devorar a terra e nós mesmos.

Se toda população do planeta adotasse o sonho de vida americano, seriam precisos 5 planetas Terra para suprir os recursos demandados, como denunciou Arnaud Gauffier, codiretor de programas da WWF-França, em reportagem publicada por *Le Monde* (2019) . Segundo apurações, em 2019, a humanidade consumiu mais peixes,

derrubou mais árvores, aumentou consideravelmente a superfície de terras agricultáveis, esgotando na metade do ano (29/07/2019) tudo que a natureza pode produzir em um ano, e enfatiza:

"Essa data, que surge sempre mais cedo, reflete a natureza predatória do ser humano sobre os recursos naturais. Nós destruímos cada vez mais rapidamente a capacidade de renovação dos recursos do planeta".

Atualmente, a crise climática é um sinal que atinge em cheio nossa sociedade. O universo é infinito, nosso planeta, não.

É preciso rever nossos estilos de vida. Como aprender a coexistir dentro desses outros mundos se nem o conhecemos? São séculos de negação, de exploração, construindo, geração após geração, hábitos de consumo sem levar em conta as questões ambientais. É preciso entender e repensar o espaço, compreender o futuro que navega entre o presente e nossa ancestralidade para melhor direcionar as escolhas que estão por vir.

Estas escolhas transformam o homem no seu próprio antagonista com essa sobrecarga de uso dos recursos que a Terra dispõe. Os modos de consumo contemporâneo evidenciam a necessidade de se repensar e de promover mudanças.

O protagonismo da ancestralidade

Por que invocar o conhecimento ancestral na questão da educação ambiental? Porque a ancestralidade é contemporânea e tem muito a ensinar. Os povoamentos ancestrais eram e são exemplos de preservação e coexistência com o meio ambiente. Hoje, mais de 80% das áreas preservadas do Brasil, se encontram dentro das reservas de assentamento de povos indígenas. Essa relação de respeito e preservação que os povos tradicionais possuem com a natureza foi tema de debate na mesa "Os direitos da Mãe Terra: uma análise dos povos e comunidades tradicionais da América Latina", no Congresso UFBA 2018, onde a especialista nos estudos da América Latina, Natalie Lessa explicou a necessidade de entendermos a natureza como um sujeito de direitos, que precisam ser respeitados.

"O primeiro princípio para esses povos é que a mãe terra não está dissociada, pois nós também somos

ela. Então se fazemos mal para o nosso planeta, estamos fazendo mal a nós mesmos” (...) O que a gente vive hoje é a imposição de um modelo único de produção de alimentos e de bens de consumo”

Historicamente, os sistemas movidos pelo sonho moderno e pelo sonho americano são destrutivos e insustentáveis. A cidade foi invadida pela indústria e pela produção e transformou a lógica da vida coletiva, em vida privada. Os assentamentos urbanos e alguns tipos de assentamentos rurais – principalmente as monoculturas relacionadas ao mercado de commodities – têm seguido os modelos socioeconômicos baseados na lógica mercantil de exploração de recursos a qualquer custo, desprezando as práticas de sobrevivência e preservação da natureza dos assentamentos indígenas tradicionais e atuais. Sobre esse olhar, visualizamos as cidades Jardins dos povos xinguanos, como assentamentos de povoamentos humanos urbanos modernos, como Ailton krenak exemplifica:

“Temos que parar com esta fúria de meter asfalto e cimento em tudo. Nossos córregos estão sem respirar. Uma mentalidade de catacumba agravada com a política de Marco Zero. Acham que tem que meter uma placa de concreto em cima de qualquer corre-gozinho como se fosse uma vergonha ter água correndo ali, a sinuosidade do corpo dos rios é insupor-tável para a mente reta, concreta e ereta de quem planeja o urbano. Hoje, na maior parte do tempo, o planejamento urbano é feito contra a paisagem. Como recorrer o tecido urbano industrial em tecido Urbano natural trazendo a natureza para o centro e transformando as cidades por dentro”?2

Ainda no livro *Futuro Ancestral*, Krenak comenta fala de Davi Kopenawa, ao narrar as alianças entre os humanos e os espíritos da floresta - os xapiri: “temos que reflorestar o nosso imaginário e assim quem sabe a gente consiga se aproximar de uma poética de urbani-dade que devolva a potência da vida”. Em vez de ficarmos repetindo os gregos e os romanos, vamos erguer um bosque jardins suspensos de humanidade ao invés de lajotas tapando córregos e ribeirões. Afinal, a vida é selvagem.

No caso de crianças que vivem em centros urbanos o impacto é maior, pois essas muitas vezes só conseguem "correr livremente" em ambientes digitais, aumentando o distanciamento dessas com o meio ambiente. É necessário e urgente reconectar a criança à natureza, construir pontes reais para que se restabeleça este relacionamento. Rubem Alves poeticamente afirma, o que a ciência, seus estudos e especialistas confirmam e os povos indígenas há séculos defendem: o contato com a natureza melhora todos os marcos mais importantes de uma infância saudável – imunidade, memória, sono, capacidade de aprendizado, sociabilidade, capacidade física, contribuindo significativamente para o bem-estar integral das crianças e jovens. Precisamos direcionar visão e ações para além do umbigo antropocêntrico da humanidade e escutar a sabedoria da nossa ancestralidade que por milhares de anos coexiste em relação de abundância com a Terra. Krenak, propõe uma visão ampliada do que é ser social.

"Nossa sociabilidade tem que ser repensada para além dos seres humanos tem que incluir abelhas, tatus, baleias, golfinhos. Meus grandes mestres da vida são uma constelação de seres humanos e não humanos."

(2022, p.101)

É urgente reconhecer e respeitar o multiprotagonismo da diversidade e complexidade dos sistemas naturais que regem o meio ambiente. De repensar as formas e mudar modos, hábitos históricos e contemporâneos que mantêm nos últimos séculos, esse sistema predatório capitalista, que tutela a natureza e se dá ao direito de explorar seus recursos até a exaustão.

Conclusão

Como coexistir nesses outros mundos? É preciso entender e repensar o espaço, compreender o futuro que navega entre o presente e nossa ancestralidade para melhor direcionar as escolhas que estão por vir.

As questões ambientais devem estar nas pautas de todos os campos acadêmicos, em todas as frentes, mas não podemos esquecer o essencial que é a conscientização crítica cujo caminho é a educação, é preciso promover uma horizontalidade nas relações entre

professor e aluno, entre a sociedade e a natureza. Hoje aprendemos com nossas crianças, em casa, em sala de aula, e para além desses espaços. As inovações assim como os conhecimentos ancestrais podem e devem estar inseridos nos programas de alfabetização e letramento ambiental, de forma a expandir nossas capacidades de entendimento e ação, na amplitude de suas possibilidades, com sabedoria, consciência e respeito.

A visão de Urry contribui expressivamente para esta pesquisa pela necessidade de olhar e promover ações mais efetivas para novos e antigos hábitos de baixo impacto, pela importância de uma reconexão autêntica entre o homem e a natureza, por debater questões antigas porém atuais e urgentes como a atual crise climática que vem sendo moldada nesses últimos séculos e, por trazer a influência da mobilidade nos processos estruturais desses sistemas de consumo altamente poluente. Este último ponto, trouxe a necessidade de inclusão de uma nova premissa ao projeto, na etapa de replicação do programa de educação ambiental para outras regiões, que é de desenvolver programas com baixa necessidade de mobilidade.

Reflexão: uma única casa. Imagine avistar no meio do universo inóspito e gelado, um planeta azul e verde. E, ao se aproximar, ver, sentir, perceber milhares de cores, sabores, diversidades, florestas, rios e mares. Nele tem comida pra todo mundo em abundância, riqueza que não termina e melhor: nada se desperdiça! A ciência tem muita ciência de que a natureza da Terra é um “sistema” muito mais sábio e inteligente que todo o conhecimento da ciência humana. São milhares de anos de evolução, se autorregulando, se auto reciclando, se auto nutrindo.

A Terra é a casa da humanidade, isso não tem nada de sonho. A ciência humana acumula inúmeras descobertas extraordinárias e não descobrimos nem uma fração de todos os seus mistérios, e, como esta não acompanha o ritmo predatório de exploração, muitos desses mistérios provavelmente serão extintos antes mesmo de termos ciência de sua existência. A humanidade está totalmente inserida na natureza, assim como a natureza está inserida no planeta, assim como o planeta está inserido no universo. Temos que rever nossos estilos de vida e aprender a viver de forma coletiva e integrada com os sistemas

naturais que regem nosso planeta. Os sistemas que nutrem os sonhos modernos e americanos, além de servir a poucos, deixam um rastro de destruição ambiental. É preciso acordar desses “sonhos” e mudar, antes que a realidade se torne um pesadelo constante.

Referências

- Urry, John. *Climate Change & Society*. Reino Unido. Editora Polity Press. 2011.
- Krenak, Ailton. *Futuro Ancestral*. São Paulo: Editora. Companhia das Letras, 2022.
- Freire, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro. 1978
- Alves, Rubem. *As melhores crônicas de Rubem Alves*. Editora Papirus Editora. 2008.

Meios eletrônicos

Barroux, Rémi. Reportagem publicada no Le Monde. EUA. *Cinco planetas para um ano de consumo*. A partir de hoje, a humanidade vive a crédito. Disponível em: <ihu.unisinos.br/categorias/591179-a-partir-de-hoje-a-humanidade-vive-a-credito> Acesso em: 30 Julho 2019.

Lei nº 11.645 de 10 de março de 2008. Disponível em: <planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11645.htm>. Acesso em: 22 julho 2024.

Deniza Clarice Gurgel de Freitas Cezário

denizagurgel@gmail.com

**Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – IDP,
Brasília, DF, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-11

**PERFUMES, BOTINAS E VINHOS COMO
EXTENSÃO DA MARCA BOLSONARO:
O BRANDING APLICADO AO POPULISMO DA
DIREITA BRASILEIRA**

RESUMO

O presente trabalho buscou analisar a aplicação de técnicas de branding na comunicação política. Partiu-se da hipótese de que o trabalho estratégico de gestão de marca pode se tornar um diferencial para a permanência de uma liderança no debate político, independente de cargos eletivos ou na estrutura do governo. Dessa forma, o branding político se consolidaria como caminho inovador na comunicação política que solucionaria a problemática do esquecimento dos eleitores garantindo construções de conexões mais profundas com esse público, a ponto deles se tornarem advogados de marca e apoiadores, inclusive financeiros, de um projeto político. Para isso, foi feito um estudo de caso dos produtos lançados com o nome Bolsonaro e o impacto deles na gestão de marca do líder populista da direita brasileira. Também foi feito um breve debate sobre populismo e despolitização como um dos possíveis riscos para a adoção de tais práticas.

PALAVRAS-CHAVE

Branding Político; Marketing Político; Comunicação Política;
Semiótica; Populismo.

O voto na urna e na memória do eleitor

Um dos grandes desafios dos políticos é permanecer sendo lembrado e apoiado após as eleições, principalmente em casos de derrotas na urna vivendo em um país em que as pessoas não lembram em quem votam. Em 2010, uma pesquisa do Instituto Datafolha mostrou que, no Brasil, 20 dias após o primeiro turno, 30%¹ dos eleitores já haviam esquecido o nome dos candidatos em que votaram.

O esquecimento aconteceu mesmo após as eleições de 2018 quando a polarização foi intensificada entre grupos com grande nível de fidelidade à um candidato. Em 2022, por exemplo, 13,6%² dos entrevistados não lembravam o voto para presidente em 2018 e mais de 50% não recordavam os votos para senador, deputado federal e deputado estadual. Os dados podem explicar a descrença que existe nas instituições do país e na classe política, uma vez que a confiança é diretamente atrelada à memória.

As pesquisas também deixam claro que os políticos, independente da cadeira que disputam, precisam criar estratégias para se fixarem na memória do eleitor. Uma hipótese de caminho para ocupar esse espaço na mente das pessoas é tratar a marca política como um ativo, fazendo um trabalho de gestão mais estratégico e menos reativo, focando no “funcionamento das sensibilidades, e especialmente das visualidades na construção de identidades e cidadanias” (Martín-Barbero, 2017, p. 21. Tradução nossa). Conseguindo assim aumentar a conexão e a vinculação emocional com o eleitor.

Políticos e profissionais de comunicação que atuam na área precisam reconhecer que as estratégias de marketing devem passar “pelos novos modos de simbolização e ritualização dos laços sociais, os quais se encontram cada vez mais entrelaçados às redes de comunicação, desterritorializando discursos e solapando fronteiras espaciais e temporais” (Lopes, 2018, pp. 42-43).

Poucos foram os que conseguiram ter essa visão. “Os progressistas, em particular, estão descobrindo, surpresos, que abandonaram o terreno emocional [...] Outros estão ocupando: os conservadores que

1. Dados publicados na Agência Câmara em 2014.

2. Dados do CNT/MDA publicados pelo jornal O Globo em 2022.

utilizam melhor as palavras e os gestos” (Gutiérrez-Rubí, 2023, p. 64. Tradução nossa).

No Brasil, a família Bolsonaro, uma das forças políticas que passa a liderar o campo conservador brasileiro a partir da segunda década do século XXI, seria um exemplo de quem compreendeu a necessidade construir e consolidar uma marca para permanecer relevante no cenário político e no imaginário do eleitor independente de cargos eletivos, principalmente depois do processo eleitoral de 2022.

A partir de então o sobrenome do ex-presidente passou a ser tratado como uma marca que trabalha o *brand equity*, ou valor da marca.

Brand equity é um conjunto de ativos e passivos vinculados a uma marca, seu nome e símbolo, que somam ou subtraem do valor fornecido por um produto ou serviço a uma empresa e/ou aos clientes dessa empresa. Para que os ativos ou passivos sejam a base do valor da marca, eles devem estar vinculados ao nome e/ou símbolo da marca. [...] Os ativos e passivos nos quais se baseia o valor da marca variam de contexto para contexto. No entanto, eles podem ser agrupados de forma útil em cinco categorias: lealdade à marca; consciência do nome; qualidade percebida; associações de marca além da qualidade percebida; outros ativos proprietários da marca – patentes, marcas registradas, relacionamentos com canais etc. (Aaker, 2009. Tradução nossa).

A família Bolsonaro, desde 2023, lança produtos que trabalham cada uma dessas cinco categorias de *brand equity*. São inovações cujos indícios apontam para o objetivo de melhorar a experiência do cliente, no caso, do apoiador dele.

O estudo de caso de tais produtos nos ajuda a entender como estratégias de extensão de marca direcionadas pelo branding, comumente utilizadas no marketing de produtos e serviços, podem ser aplicadas dentro da comunicação política como forma de relacionamento com o eleitor. Bem como levanta o debate sobre os benefícios e os riscos de tais aplicações para o processo democrático brasileiro.

Branding na política brasileira

Toda organização, seja ela mercadológica, sem fins lucrativos ou política é também uma marca, ou deveria ser tratada como tal. Sendo assim, segundo Rafael Kiso (2021), é preciso um olhar estratégico para a performance de curto prazo e para o *branding*, com foco no futuro e na longevidade da marca.

O *branding*, segundo Jaime Troiano (2019), não pode mais ser visto como uma ação pontual e passageira, mas como um modelo de instrumento de gestão para entrar e permanecer no imaginário das pessoas que se relacionam com a marca.

O trabalho de *branding* das grandes empresas ou lideranças tem em comum a capacidade de comunicar “pauta de comportamentos, dos valores que efetivamente pratica e do quanto seus colaboradores acreditam nelas e no papel que elas têm [...] na sociedade” (Troiano, 2019, p.99). Elementos que fazem parte do processo de escolha entre uma marca e outra, pois conectam-se com mediadores como “pensamentos, sentimentos e desejos subconscientes que impulsionam as decisões [...] que tomamos em todos os dias de nossas vidas” (Lindstrom, 2017, p. 115) que impactam na forma como as pessoas se relacionam com os produtos da cultura de massa.

A comunicação hoje é uma questão de mediações mais que de meios de comunicação. [...] As mediações constituem uma perspectiva teórica compreensiva tanto dos processos de produção e do produto como da recepção. [...] Todo o processo de comunicação é articulado a partir das mediações [...] vistas como uma perspectiva de investigação sobre e a partir da recepção (Lopes, 2018, p. 51).

Outro aspecto relevante nas grandes marcas é a relação com os consumidores de modo a transformá-los em grandes fãs e defensores para “tentar criar seguidores semelhantes à adoração obsessiva que um fã de esportes sente ou mesmo, em alguns aspectos, à fé de uma congregação religiosa” (Lindstrom, 2010, p.15. Tradução nossa).

Relação muito parecida com a que vem se desenhando entre eleitores e políticos, principalmente a partir da segunda década dos anos 2000, quando passou a se intensificar uma polarização extrema

no país e um processo de despolitização. O que levou o presente artigo a investigar a consolidação do conceito de *branding político*, seus benefícios para as lideranças e seus riscos para o processo democrático.

Branding político é como uma pessoa ou grupo político é percebido pelo público em geral. Possui componentes funcionais distintos, como a própria liderança e a política em si, assim como a marca de um produto. A percepção, impressão, associação ou imagem geral de um político ou organização política pelo público é moldada pela marca política. Ela ajuda a construir a reputação do político e justificar a mudança ou a permanência do mesmo, dando um sentido de identidade, construindo uma relação de confiança com os eleitores e diferenciando-o da concorrência (Alturas et al., 2024, p. 55. Tradução nossa).

Para solidificar uma marca por meio da comunicação, percebemos que os políticos têm aplicado os três pilares da metodologia Unbound definidos por Kiso: uso de mídias diversas, canais variados com conteúdos próprios e projetos web como sites, aplicativos e e-commerce. Todos eles aplicados ao estudo de caso desse trabalho: os produtos vendidos online pela família Bolsonaro após a eleição de 2022 em uma clara estratégia de extensão de marca.

Estratégias de extensão de marca, como estender uma marca mestre existente para novos produtos ou para segmentos econômicos ou superpremium, seriam viáveis apenas se os ativos de marca fossem desenvolvidos e gerenciados estrategicamente, mantendo opções de extensão futura em mente (Aaker, 2015, p.205).

O que nos leva a inferir que, construir parcerias com outros empreendedores para criar a Bolsonaro Store, as Botinhas Bolsonaro, a Mito Eyerwear, os Vinhos II Mito e os perfumes Bolsonaro é uma estratégia de extensão futura para a manutenção do bolsonarismo. Provavelmente com o objetivo de eleger, nas mais diversas esferas políticas do país, candidatos apoiados por Bolsonaro, que se apresentam como extensões de marca do ex-presidente ou dentro de uma relação de cobranding. Isso sem desconsiderar ainda, a meta de garantir que o ex-presidente volte ao poder.

Cada um desses produtos revelam a visão inovadora e atual da família Bolsonaro, que entendeu a necessidade de se diferenciar e criar experiências únicas para seu público-alvo e cliente fiel, no caso, o eleitor.

Marcas distintas exigem algo mais. Precisam ser energizadas para proporcionar uma experiência sensorial e emocional completa. Não basta apresentar visualmente um produto ou serviço em um anúncio. Vale a pena anexar um som, como música ou palavras e símbolos poderosos. A combinação de estímulos [...] proporciona um impacto $2 + 2 = 5$. [...] Vale a pena acionar outros canais sensoriais – paladar, tato, olfato – para aumentar o impacto total. (Kotler apud Lindstrom, 2010, pp. 8-9. Tradução nossa).

Ao lançar esses produtos, a família Bolsonaro não estava levando em conta apenas discussões sobre funcionalidade, estética, viabilidade do produto e inserção em uma nova área de atuação, “o que estava em jogo era a elaboração de uma das dimensões essenciais de uma marca: suas manifestações simbólicas” (Troiano, 2019, pp. 24). Os perfumes, as botinas, os óculos e os vinhos passaram a ser muito mais do que objetos de consumo. Eles viraram símbolos políticos.

Por definição, os símbolos políticos referem-se especificamente às suas manifestações físicas. Estes podem incluir bandeiras, monumentos, cores, memoriais e também atos comemorativos e performances políticas durante os quais os símbolos políticos são reavaliados/redesenhadados, politizados ou postos em ação para mobilizar identidades. Os símbolos políticos ajudam a civilização a moldar a sua percepção e visão no mundo da política, estes podem levar a diferentes significados que outros podem não aceitar, pelo contrário, estes símbolos podem ser uma forma de ter facções políticas antagónicas que se manifestam como um elemento para lutas pelo poder (Alturas et al., 2024, p. 51. Tradução nossa).

Assim como o mercado “caminhou de uma disputa entre produtos, para uma concorrência das suas respectivas formas de propaganda e comunicação em geral, até chegar ao estágio que começamos a

viver mais recentemente: uma competição entre as realidades simbólicas de suas marcas” (Troiano, 2019, pp. 21-22), a política também vem resgatando e reforçando essa contenda e os produtos Bolsonaro elevam essa disputa para uma nova era de marketing político guiado pelo *branding*.

Cada vez mais o debate político coloca “em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder [...] Pois nem a produtividade social da política é separável das batalhas que se travam no terreno simbólico” (Martín-Barbero, 2009, p. 15). A política contemporânea vem centrando o debate em questões ideológicas e identitárias e “quando as pessoas querem associar-se a um fenômeno político ou ação social correspondente, utilizam simbolismo para facilitar a identificação. O uso de símbolos políticos pode ser um processo psicológico e político que pode levar à excitação” (Alturas et al., 2024, p. 51. Tradução nossa).

Grandes marcas políticas conectam-se de forma tão intensa com seus apoiadores, levando-nos ao ponto que “a verdade dos fatos, todos um a um, não importa. Verdadeira seria somente a mensagem no seu conjunto, que confirma o viés do eleitor” (Nunes; Traumann, 2023, p. 53) sobre uma determinada liderança. O que nos leva a refletir se o trabalho de *branding* na política encaminhará sempre para a construção de lideranças populistas, termo “usado para definir políticos que defendem os interesses do povo e [...] líderes carismáticos” (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022, p.2).

O populismo surge na América Latina em 1945 com governos “como os de Juan Perón na Argentina e Getúlio Vargas no Brasil, [que] não foram verdadeiras revoluções, mas sintomas revolucionários da criação de um novo paradigma político para governar a nação no início da Guerra Fria” (Finchelstein, 2019).

Como característica, o modelo populista trabalha um discurso de disputa “que coloca as pessoas (puras) contra elites (corruptas) ou instituições. Considera-se também que a ideologia que permeia o populismo é fraca, justificando a agregação a outros valores, como liberalismo, nacionalismo e socialismo” (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022, p. 106). Essa disputa, dentro de uma realidade em que as plataformas digitais amplificam os debates e a disseminação de informações, aca-

ba virando terreno fértil para o que Nunes e Traumann chamaram de calcificação política.

Sendo assim, analisar como o *branding* impacta a política na perspectiva populista é importante para entender os efeitos de se “comunicar diretamente com apoiadores, além de possibilitar a identificação das estratégias e retóricas utilizadas para a manutenção de valores defendidos por esses líderes” (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022, p. 106) como Bolsonaro.

A construção de uma estratégia de extensão de marca política

O populismo de direita ocidental, vivido nas democracias liberais, reconfigurou a cultura política quebrando paradigmas sobre apresentação do político, formas de relacionamento com o eleitor e modos de comunicação.

No Brasil, Jair Messias Bolsonaro é considerado um dos grandes nomes desse movimento populista de direita do século XXI, principalmente a partir da década de 2010. E, como tal, ele e seu grupo político vem quebrando esses paradigmas e utilizando formas de comunicação e técnicas de marketing que ainda não haviam sido vistas na política brasileira.

Assim como outros líderes de direita e extrema-direita “utilizam um discurso étnico-nacionalista com marcas populistas” (Morelock; Narita, 2019, p. 12), Bolsonaro trouxe em seu sistema de crenças “Deus, pátria, família” uma noção conservadora de nacionalismo.

O patriotismo sempre pautou as narrativas bolsonaristas junto com outros valores religiosos e familiares virando um grande elemento simbólico da marca de Jair Messias Bolsonaro e está presente em todos os produtos lançados, aproximando Bolsonaro do conceito de grande marca que pressupõe estar sempre “interligada com a cultura e os valores” (Aaker, 2015, p. 206) que permeiam as “crenças implícitas e as filosofias de um grupo de pessoas e suas suposições sobre como é o mundo” (Kalbach, 2022, p. 58).

O populismo de Bolsonaro, com a percepção de que ele era o grande representante do povo, fez crescer a ideia de que, ele “não deveria aceitar a derrota caso perdesse a eleição (39% de eleitores bolsonaristas defendiam essa tese naquela época)” (Nunes; Traumann, 2023, p.134). Essa intransigência culminou nas invasões e depreda-

ções das sedes dos Três Poderes em Brasília, no dia 8 de janeiro de 2023. Porém, mesmo com quase 90% dos brasileiros reprovando esses atos, Bolsonaro ainda mantinha 47% das intenções de voto caso a eleição acontecesse em 2023, segundo pesquisas da Quaest.

A família Bolsonaro percebeu então que a marca do ex-presidente ainda tinha força. Mapearam todo o ecossistema em torno dele e compreenderam que a polarização política extrapolou o período eleitoral, passando “a ser um ato identitário, presente no cotidiano do consumo, do estilo de vida, hábitos e escolhas” (Nunes; Traumann, 2023, p.160), chegando ao ponto de as pessoas estarem dispostas “a boicotar marcas e produtos quando as empresas se manifestam sobre temas relacionados ao país, sobretudo os referentes a questões sociais e minorias” (Nunes; Traumann, 2023, p.23). Ação que se caracteriza como parte de um processo de despolitização.

Segundo Vimieiro e Maia (2017, p. 16), a despolitização da esfera pública pode ser apreendida quando há “a retirada ou o apagamento de uma importante questão política do ciclo noticioso da mídia” e quando há um “enquadramento sistemático de uma opção política específica como “senso comum” [...]”. Assim, as tentativas de apagamento das diferenças podem ser encaradas como processos de despolitização, já que tendem a naturalizar ou silenciar o debate público, o que contribui de forma negativa para a democracia. (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022, p. 11).

Dentro dessa lógica, pouco tempo depois da derrota na campanha presidencial de 2022, eles começaram a desenvolver estratégias de marketing de relacionamento com os apoiadores de Jair Messias Bolsonaro. Passaram a trabalhar de forma intensiva e ostensiva a consciência de marca e a fidelização da base dos eleitores.

Eles perceberam que esse cenário era propício para explorar extensões da marca Bolsonaro associada a produtos de consumo. Compreendendo “as transformações dos seus próprios modos de percepção, isto é, das formas e meios pelos quais as pessoas comuns olham e veem, ouvem e escutam, saboreiam, desfrutam e gastam” (Martín-Barbero, 2017, p. 17. Tradução nossa), entraram no mercado por meio de setores que preenchem espaços na jornada do apoiador de-

les: calçados, cosméticos e vinhos. Todo mundo precisa usar sapatos para sair de casa. Muitos gostam de produtos para cuidados com a pele, maquiagens e perfumes. Outros tantos valorizam um bom vinho em ocasiões especiais. Cada um desses momentos virou um ponto de contato com a marca Bolsonaro.

Mais do que vender produtos, a família Bolsonaro busca, com cada um deles, construir uma jornada de contato próxima e durável com os apoiadores, sabendo que cada um deles é um produtor de conteúdo digital que podem trazer engajamento a causa bolsonarista.

Os clientes estão nas plataformas de mídias sociais, sobretudo no smartphone. Esses canais são os maiores responsáveis pela influência de consumo atualmente. A produção de conteúdo pelos próprios clientes transformou o antigo conceito de publicidade e propaganda. Com o *Unbound Marketing*, a missão da estratégia de marketing em ambiente digital é captar clientes nas redes sociais e transformá-los em promotores da marca para obter resultados exponenciais. (Kiso, 2021, pp. 218-219)

A cada produto lançado, existe uma tentativa de “fazer o cliente chegar à etapa chamada de experiência compartilhada, ou seja, como estimular clientes apaixonados pela marca e proporcionar-lhes uma boa experiência, para que eles se tornem promotores do negócio” (Kiso, 2021, p. 268). Algo inovador na comunicação política brasileira e objeto de estudo desse trabalho.

Perfumes, botinas e vinhos

Bolsonaro ganhou protagonismo e papel de liderança ao exercer o poder ideológico, e atingindo cada vez mais pessoas nas diferentes plataformas de comunicação, influenciando a vida e a decisão delas “exercendo o poder [...] de forma afetiva, como Weber definiu” (- Gurgel, 2021, p. 273).

Esse poder afetivo começou muito antes de Bolsonaro virar presidente. Analisando todo o processo desde o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, quando o então deputado federal Jair Bolsonaro passou a chamar mais atenção com falas polêmicas e controversas, percebemos que ele foi ganhando popularidade por se colocar “como a voz de milhões de brasileiros que se sentiam tolhidos por suas opiniões” (Nunes; Traumann, 2023, p. 66).

Sabendo que as pessoas passaram a ter coragem de falar o que antes era calado em uma espiral do silêncio provocada pelo “politicamente correto” e, mais do que isso, queriam demonstrar o que pensam como forma de posicionamento e identidade, a família de políticos lançou a *Bolsonaro Store*.

A loja *online* começou a funcionar em fevereiro de 2023, enquanto Bolsonaro vivia uma espécie de exílio nos Estados Unidos. Com o *slogan* ‘o nosso sonho segue mais vivo do que nunca’ o *e-commerce* nasceu com um forte apelo para os valores emocionais dos apoiadores. Os produtos buscavam despertar “uma sensação de pertencimento para que as pessoas queiram participar” (Kalbach, 2022, p. 58) da causa de não deixar o projeto bolsonarista morrer.

A novidade chamou a atenção. Virou o assunto mais comentado no Twitter, afinal “toda vez que entramos em contato com algo pela primeira vez [...] o cérebro abre uma janela de retenção, começa a armazenar informações e realizar sinapses” (Kiso, 2021, p. 1562). O ex-presidente conseguiu entrar um pouco mais na mente das pessoas.

Em 2024 o nome Bolsonaro também passou a ser licenciado para produtos de outras empresas “em uma estratégia discursiva comum a líderes populistas: o personalismo” (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022, p.7). A associação a produtos como botinas, tênis, sandálias, perfumes e vinhos é uma estratégia para aumentar a consciência da marca e a probabilidade de ela ser lembrada em momentos importantes, como o processo eleitoral, “e, assim, estar entre as marcas que o cliente considera” (Aaker, 2015, p. 236). No caso da política, o cliente é o eleitor.

Quando a marca é considerada um ativo, surge a oportunidade de alavancar esse ativo para gerar crescimento, que é o objetivo da maioria das empresas. Ela pode ser utilizada como marca mestre ou endossante para dar apoio à entrada estratégica em outra classe de produtos, oferecendo uma plataforma que produzirá consciência de marca e associações positivas. (Aaker, 2015, p.274)

A ideia desses itens é induzir que “o cliente se expresse através da sua marca”(Kiso, 2021). Além disso, ajudam a criar uma experi-

ência compartilhada estimulando “clientes apaixonados [...] para que eles se tornem promotores do negócio” (Kiso, 2021), no caso, dos diversos produtos lançados, e também da liderança política.

É interessante observar que os produtos licenciados seguem um esquema de associação de marcas focado nos símbolos bolsonaristas, principalmente os elementos patrióticos. Mais uma forma de demonstrar o poder, afinal, quem o detém “tem também a capacidade de criar representações simbólicas a serem seguidas por outras pessoas” (Gurgel, 2021, p. 273).

Figura 1, 2 e 3: Perfumes, botina e crocs com a marca Bolsonaro.



As cores da bandeira brasileira, ou a própria bandeira em si, por exemplo, apropriadas pelo bolsonarismo como forma de demonstrar nacionalismo, típico do populismo, aparecem nos tênis, sandálias e crocs, no nome ou na própria assinatura de Bolsonaro. Elas também estão presentes nos vidros do perfume Bolsonaro. O primeiro lançado possuía um degradê de verde e amarelo, enquanto o segundo era azul e branco.

Os partidos políticos e os eventos sociais têm tradicionalmente utilizado as cores como símbolo e como forma de expressão que invoca sentimentos de unidade e um sentimento partilhado de pertença a um determinado grupo. Além disso, o psicólogo Kanchier (2018) afirma que as cores evocam respostas individuais emocional, física e comportamental (Alturas et al., 2024, p. 2. Tradução nossa).

No caso dos vinhos, o patriotismo veio reforçado com frases e imagens da bandeira junto com as garrafas. É interessante perceber que, dos 5 rótulos lançados em 2024, apenas o espumante era de fato produzido no Brasil. Os demais são provenientes da Viña Altas Cum-

Perfumes, botinas e vinhos como extensão da marca Bolsonaro:
o branding aplicado ao populismo da direita brasileira

bres, localizada em Maule, no Chile. Porém, chama a atenção o fato de que o local de origem da maioria dos produtos não afeta a ideia de patriotismo da marca.

A crença patriótica na comunicação do produto, reforçada por meio de frases, artes e fotos é tamanha que não gera crise o fato deles serem chilenos. Informação confirmada pelo próprio Eduardo Bolsonaro³, filho de Jair, e sócio do empreendimento e pelo rótulo das garrafas.

Figura 4: Divulgação do vinho rosé Michelle Bolsonaro.
Cor rosa para reforçar a feminilidade e bandeira para reforçar o patriotismo.



Figura 5 e 6: Banners do site de venda dos vinhos
com referências ao patriotismo e nacionalismo.



3. Declaração disponível em vídeo no Instagram pessoal de Eduardo Bolsonaro: <[instagram.com/p/CzgubLAOD11](https://www.instagram.com/p/CzgubLAOD11)>. Acesso em: 10 jul. 2024.

Figura 7: Foto retirada pela autora do artigo.
Rótulo com informação da produção chilena dos vinhos.



Os perfumes e os vinhos cumprem estrategicamente a função de levar o apoiador à uma experiência compartilhada com a marca Bolsonaro e revelam um trabalho de gestão de marca política jamais visto no país com o uso de técnicas de *brand sense*. O sucesso é inegável. Segundo o criador⁴ dos perfumes assinados por Jair, o maquiador e empresário Agustín Fernandez, mais de R\$500 milhão foram vendidos em menos de três meses de lançamento. Os perfumes fazem parte de uma parceria com Michelle Bolsonaro, sócia de Agustín também em lançamentos de outros produtos cosméticos com o nome dela.

4. Declaração disponível em vídeo no Instagram pessoal de Agustín Fernandez <[instagram.com/p/C8-eviiSb-a](https://www.instagram.com/p/C8-eviiSb-a)>. Acesso em: 08 jul. 2024.

Perfumes, botinas e vinhos como extensão da marca Bolsonaro:
o branding aplicado ao populismo da direita brasileira

Figuras 8 e 9: Imagens de divulgação do 1º perfume (verde e amarelo) lançado em março de 2024 e do 2º perfume (azul e branco) lançado em junho de 2024.
Ação publicitária com o casal, reforçando a ideia de “imbrochável” criada pelo próprio Bolsonaro.



Eles passaram a trabalhar com abordagens multissensoriais valiosas para despertar emoções. “Isso capacita as marcas a criar uma atmosfera que se alinhe com pontos de contato específicos entre a marca e seus clientes [...] dependendo dos objetivos” (Kotler, 2023, pp. 180-181). No caso bolsonarista, a técnica aumenta a ideia de proximidade com o próprio líder deles. Cria-se a sensação de estar tomando a mesma bebida que Bolsonaro, ter o mesmo cheiro que ele.

Se trata de construir marcas a partir da integração dos cinco sentidos básicos [...] 80% de toda a comunicação entre humanos é não-verbal e 95% é através do subconsciente. Daí a importância de construir a relação política como uma experiência emocional que ative nossos mecanismos internos e consiga a atitude e a predisposição necessárias para conseguir uma ação concreta: a participação, o voto, a simpatia, a empatia. (Gutiérrez-Rubí, 2023, p. 71. Tradução nossa).

Perfumes, botinas e vinhos como extensão da marca Bolsonaro:
o branding aplicado ao populismo da direita brasileira

Além dos elementos sensoriais, todos os produtos Bolsonaro são instagramáveis. A família tem clareza de que “embora os espaços físicos continuem a ser a principal via para proporcionar experiências aos clientes, [...] devem reimaginar estes espaços, incorporando experiências digitais para garantir a sua relevância futura” (Kotler, 2023, p. 20).

As botinas merecem uma atenção especial. Elas por si só já são um símbolo que remetem a valores fortes bolsonaristas, como a valorização do agro, “grupo identitário fundamental na base bolsonarista [...] em regiões dominadas pela cultura sertaneja” (Nunes; Traumann, 2023, p. 127).

Os slogans das botas também fazem essa exaltação. As frases ‘passos firmes como o agro’ e ‘fortes como um touro, seja no campo ou na cidade’ falam implicitamente da masculinidade sempre reforçada por Bolsonaro, que se autodefiniu como “imbrochável, imorrível e incomível”, gerando identificação com um público masculino ainda mais conservador.

Figuras 10, 11 e 12: Banners presentes no site de venda das botinas Bolsonaro.



A Mito Eyewear, marca de óculos, trouxe as armas, que também viraram símbolo do bolsonarismo na defesa da política de legalização do porte delas. A logo traz a arminha feita com a mão e a posição em que as caixinhas de óculos foram dispostas junto da bandeira na foto de divulgação remetem a um revólver.

Na foto Bolsonaro também aparece usando botinas e chapéu típicos do agro, com os pés na mesa em uma pose estereotipada do homem másculo que ele faz questão de reforçar. A imagem como um todo gera aproximação com o público pró-armas pois age como “uma história em imagens que, apesar de sofrer com as mais torpes censuras, [...] insere uma via secreta de conexão com outros mundos” (Martín-Barbero, 2017, p. 15. Tradução nossa).

Figura 13: Foto de divulgação da Mito Eyewear.



Aparentemente a família Bolsonaro percebeu a necessidade de compreender e se aprofundar “nas transformações da cultura política e no papel de protagonismo que o cenário massmediático possui aí: ao mesmo tempo, como palco do reconhecimento social e de perversão do laço social, da crise da representação e das novas formas de representar” (Martín-Barbero apud Lopes, 2018. p. 53).

A disputa eleitoral se aproxima e o principal objetivo da família Bolsonaro parece ser fazer com que o nome de Jair siga sendo lembrado e esteja entre os preferidos para ocupar novamente o cargo de presidente. Os produtos são indícios de que eles estão constantemente atentos e estudando as articulações existentes entre política, cultura e comunicação.

Considerações finais

A família Bolsonaro vem mostrando que há uma forma segmentada e inovadora de pensar a comunicação política estruturada do ponto de vista do eleitor. Trouxeram para os apoiadores a responsabilidade de fazer a mudança que desejam para o país entendendo que “quando as pessoas precisam fazer algo, basicamente contratam produtos que façam por elas” (Kalbach, 2022, p. 89). No caso da política, elegem políticos que farão por elas. O desafio é manter viva a ideia de que esse político só pode ser ‘o capitão do povo’.

Para isso, eles mapearam a jornada completa dos apoiadores e identificaram todos os tipos de pontos de contato. Passaram a investir em produtos de consumo como forma de serem lembrados pelos seus apoiadores e também pelos seus detratores pois sabem que a polarização é fundamental para manter viva a ideia do inimigo comum e a percepção de que apenas o Messias pode derrotá-lo.

Sendo assim, a cada produto, há também um pico no debate entre elogios, críticas e trocas de ofensas nas redes sociais, levando o assunto para os tópicos mais comentados. Isso aumenta os pontos de contato dos apoiadores já existentes e em potencial, graças a exposição de publicidades (positivas e negativas) e pesquisas no Google, por exemplo. Há também um estímulo para adquirir e demonstrar o uso do produto como forma de reforço de identidade, transformando os eleitores em promotores da marca Bolsonaro.

Chama a atenção ainda a força das crenças Bolsonaristas, impregnadas de tal forma, que não há nada que faça questionar a relação dos produtos com as causas defendidas. Mesmo quando um “vinho patriota”, para “celebrar o Brasil” é produzido no Chile. Uma clara incoerência de marca, que passou despercebida ou foi solenemente ignorada e disfarçada em algo que poderíamos chamar de “patriotic washing”. Termo cunhado para esse estudo inspirado na ideia de green washing, técnica presente no mercado publicitário para induzir clientes a acreditarem que um produto é sustentável. No caso do Vinho Il Mito, o “patriotic washing” tenta induzir a ideia de ser um produto nacional.

Porém, é preciso analisar o impacto dessas práticas dentro de um processo de despolitização do país. A vinculação apaixonada

por uma liderança política pode reduzir a participação dos brasileiros no debate democrático, o que seria prejudicial ao país, que já sofre com a polarização intensa em que ambos os lados querem extirpar um ao outro.

Referências

- Aaker, D. *On Branding: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas*. Edição do Kindle ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.
- Aaker, D. A. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Edição do Kindle ed. New York: Free Press, 2009.
- Agência Câmara de Notícias. Cientista político explica por que muitos eleitores esquecem em quem votam - Notícias - *Portal da Câmara dos Deputados*. Disponível em: <camara.leg.br/noticias/442267-cientista-politico-explica-por-que-muitos-eleitores-esquecem-em-quem-votam>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- Alturas, C. J. et al. Political Branding: The use of campaign color as symbolism of platforms among the Philippine presidential candidates in the 2022 elections. *Diversitas Journal*, v. 9, n. 1_Special, 10 mar. 2024a.
- Alturas, C. J. B. et al. Political Branding: The use of campaign color as symbolism of platforms among the Philippine presidential candidates in the 2022 elections. *Diversitas Journal*, v. 9, p. 50–69, 2024b.
- Baptista, É. A.; Hauber, G.; Orlandini, M. G. Despolitização e populismo. *Média & Jornalismo*, 26 maio 2022.
- Finchelstein, F. *Do fascismo ao populismo na história*. Edição do Kindle ed. São Paulo: Almedina, 2019.
- Gurgel, D. Imagem de Poder: estratégias de líderes para transmitir autoridade e construir uma marca forte. Em: *Encontre sua marca*. São Paulo: Litterare, 2021.
- Gutiérrez-Rubí, A. *Gestionar las emociones políticas*. [s.l.] Editorial Gedisa, 2023.
- Kalbach, J. *Mapeamento de experiências: um guia completo para alinhamento dos clientes por meio de jornadas, blueprints e diagramas*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2022.

- Kiso, R. *Unbound marketing: como construir uma estratégia exponencial usando o marketing em ambiente digital*. Edição do Kindle ed. São Paulo: DVS, 2021.
- Kotler, P. *Marketing 6.0: The Future Is Immersive*. Edição do Kindle ed. [s.l]: s.n.].
- Lindstrom, M. *Brandsense: Sensory Secrets Behind the Stuff We Buy*. New York: Free Press, 2010.
- Lindstrom, M. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. Edição do Kindle ed. Rio de Janeiro: HarperCollins, 2017.
- Lopes, M. I. V. de. A teoria barberiana da comunicação. *Matrizes*, v. 12, jan. 2018.
- Martín-Barbero, J. *Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- Martín-Barbero, J. Entre el mirar y el ver: los inesperados efectos de un escalafrío visual. Em: *Ver con los otros: comunicación intercultural*. Edição do Kindle ed. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 2017.
- Morelock, J.; Narita, F. Z. *O problema do populismo: teoria, política e mobilização*. Jundiaí - SP: Paco, 2019.
- Nunes, F.; Traumann, T. *Biografia do abismo: como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil*. Rio de Janeiro: HaperCollins Brasil, 2023.
- O Globo. Um em cada sete eleitores não se lembra em quem votou para Presidência em 2018, diz pesquisa - *Jornal O Globo*. Disponível em: <oglobo.globo.com/politica/um-em-cada-sete-eleitores-nao-se-lembra-em-quem-votou-para-presidencia-em-2018-diz-pesquisa-1-25506558>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- Troiano, J. *Brandintelligence: construindo marcas que fortalecem empresas e movimentam a economia*. Edição do Kindle ed. [s.l.] Estação das Letras e Cores, 2019.

Maíra Rossin Gioia de Brito

mairargioia@gmail.com

Universidade Federal do Paraná -UFPR, Curitiba, PR, Brasil

João Cubas Martins

joaocubas@ufpr.br

Universidade Federal do Paraná -UFPR, Curitiba, PR, Brasil

José Carlos Fernandes

zeca@ufpr.br

Universidade Federal do Paraná -UFPR, Curitiba, PR, Brasil

Valquíria Michela John

valquiriajohn@ufpr.br

Universidade Federal do Paraná -UFPR, Curitiba, PR, Brasil

DOI 10.29327/5738768.1-12

PAÍSES LUSÓFONOS E ESTUDOS RADIOFÔNICOS: UM PANORAMA DECOLONIAL NAS PESQUISAS DA SOPCOM

RESUMO

Este trabalho sistematiza os resultados de um estado da arte, a partir do levantamento exploratório nos anais do Grupo de Trabalho de Rádio e Meio Sonoros dos Congressos da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom) entre 2013 e 2019. A discussão se baseia na proposição de Aníbal Quijano quando à colonialidade do saber e se propõe a discutir o panorama dos/as autores/as da comunidade lusófona, assim como os seus referenciais. Os resultados apontam que Brasil e Portugal contribuem exclusivamente para os estudos radiofônicos na comunidade lusófona, deixando de lado outros cenários que poderiam ser investigados.

PALAVRAS-CHAVE

Decolonial; Colonialidade;
Rádio; Estado da arte.

O giro decolonial e a Sopcom

A Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), fundada em 1998, busca desenvolver a investigação em Ciências da Comunicação em Portugal. Desde então, a cada dois anos, a entidade realiza eventos em que congrega pesquisadores oriundos dos países de língua portuguesa (Sopcom, 2024). Assim como em outras associações correlatas, há Grupos de Trabalho (GT), que funcionam como seções autônomas dentro da estrutura da Sopcom de modo a produzir e compartilhar conhecimento específicos de determinadas áreas. Uma dessas seções é o Grupo de Trabalho Rádio e Meios Sonoros que foi criado em 2013, sob a influência do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Segundo a pesquisadora portuguesa Madalena Oliveira, ex-presidente da Sopcom, também ex-presidente da Ecrea e uma das editoras da revista *Radio, Sound & Society*, o GP brasileiro foi capaz de traçar “um sólido repertório bibliográfico de referência obrigatória para inúmeros trabalhos de pós-graduação e muitos autores da língua portuguesa e espanhola” (Oliveira, 2016, p. 15). Porém, no âmbito lusófono, apenas Portugal e Brasil contribuem para a construção do campo científico do meio radiofônico, de acordo com o levantamento realizado para este trabalho. Precisamos considerar que a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), criada em 1996, além de Portugal e Brasil, conta com Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste.

Figura 1: Países integrantes da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP)



Nota: adaptado pelos autores

Lembramos aqui que o processo de criação da CPLP data de 1989, quando foi realizado o primeiro encontro dos Chefes de Estado e de Governo dos países de Língua Portuguesa em São Luís do Maranhão (MA). No encontro foi estabelecida a criação do Instituto Internacional da Língua Portuguesa. Atualmente, a CPLP representa uma população de aproximadamente 300 milhões de habitantes.

A partir dessas reflexões, nos propusemos a pensar os estudos radiofônicos desde a perspectiva decolonial, ou seja, do Sul, com o Sul e para o Sul, ao constituir um panorama que evidencia a nacionalidade dos/as pesquisadores/as que abarcam o escopo. Dessa maneira fazemos uso do conceito de colonialidade do poder e do saber desenvolvido por Quijano (2005), que foi o articulador do grupo Modernidade/Colonialidade (M/D). O M/D reúne uma série de pesquisadores/as que propuseram o “giro decolonial” (Ballestrin, 2013), uma perspectiva de compreender as práticas e os processos socioculturais sobre o Sul, desde o Sul e para o Sul. São autores/as que discutem sobre como o colonialismo, além de todas as dominações pelas quais foi marcado, foi ainda uma dominação epistemológica. Para Quijano (2005), a imposição eurocêntrica de ser a “exclusiva produtora e protagonista da modernidade, e que

toda modernização de populações não europeias é, portanto, uma europeização, uma pretensão etnocentrista e além de tudo provincial" (Quijano, 2005, p. 112). Como o autor aponta, a colonialidade "Consiste, en primer término, en una colonización del imaginario de los dominados. Es decir, actúa en la interioridad de ese imaginario. En una medida, es parte de él" (Quijano, 1992 p. 12). Uma forma de ilustrar essa perspectiva epistêmica é o mapa invertido da América do Sul, proposto pelo artista plástico uruguai Joaquín Torres García, em 1943 e que pode ser visualizado a seguir na Figura 2.

Figura 2: Mapa invertido da América do Sul



Nota: adaptado de Torres García, 1943

Ao propor a chamada *Escuela del Sur*, Torres García afirmou que:

[...] na realidade nosso Norte é o Sul. Não deve haver norte, para nós, senão por oposição ao nosso Sul. Por isso pomos agora o mapa ao contrário, e assim temos a ideia correta de nossa posição, e não como querem no resto do mundo. A ponta da América, ao prolongar-se, a partir de agora, assinala insistenteamente o Sul, nosso Norte. (Torres García, 1984, s/p)

Como nos apresenta o argentino Walter Mignolo, outro integrante fundamental do grupo M/C, "[...] a colonialidade é o lado

obscuro necessário da modernidade; é a sua parte indissociavelmente constitutiva” (Mignolo, 2003 apud Ballestrin, 2013, p. 100). Ainda para Quijano (2000) a colonialidade “origina-se e mundializa-se a partir da América” (p. 342). Neste contexto, opera também a colonialidade do saber, ou seja, a imposição epistêmica de que o conhecimento de dá desde o Norte, o saber considerado válido tem, assim, uma perspectiva universalista e, deste modo, eurocêntrica:

Sua constituição ocorreu associada à específica secularização burguesa do pensamento europeu e à experiência e às necessidades do padrão mundial de poder capitalista, colonial/moderno, eurocentrado, estabelecido a partir da América. (Quijano, 2005, p. 9)

Por isso, acreditamos ser necessário promover o “giro decolonial” nos estudos em Comunicação e neste caso específico, nos estudos do GT Rádio e Meios Sonoros da Sopcom e o panorama aqui apresentado traz atravessamentos capazes de fomentar a reflexão. Destacamos ainda que oferecer outra ordem acerca da construção do conhecimento que possa ir além das matrizes eurocentristas e estadunidenses, ou seja, do Norte Global, ganhou corpo nas últimas décadas, especialmente com a incorporação de Grupos de Interesse e de Trabalho nas principais redes e associações que promovem a troca de experiências e pesquisas. São perspectivas que estão na contramão do epistemocídio provocado pelos processos coloniais, geradas a partir do Sul e que discutem e executam formas de mudar a ideia, quase que fossilizada, de que “qualquer forma de saber que não se enquadre na ordem eurocêntrica de conhecimento tem sido continuamente rejeitada, sob o argumento de não constituir ciência credível” (Kilomba, 2020, p. 53). Destacamos o exemplo da Associação Latino-Americana de Pesquisadores da Comunicação (Alaic) criada justamente para reunir pesquisadores (as) latino-americanos (as) em um esforço conjunto para incluir a América Latina na comunidade mundial de pesquisadores (as) das Ciências da Comunicação. Pautada pela pluralidade do pensamento comunicativo, a instituição realiza congressos bienais com o propósito de “[...] cumprir sua missão como entidade científica da comunicação latino-americana, abrindo espaço para que as gerações atuais e futuras consolidem

cada vez mais as Ciências da Comunicação em nossas sociedades” (Kunsch, 2004, s/p).

O que fizemos?

Para identificar as autorias e as citações realizadas nos trabalhos, realizamos o levantamento exploratório nos anais de quatro edições do GT de Rádio dos Congressos da Sopcom, desde a sua constituição, em 2013, até 2019. As informações foram extraídas de consultas no site da entidade, chegando ao total de 21 artigos. A frequência de trabalhos apresentados sofreu redução, especialmente nas duas últimas edições disponíveis: 2013 (8 artigos), 2015 (8 artigos), 2017 (4 artigos) em 2019 (1 artigo).

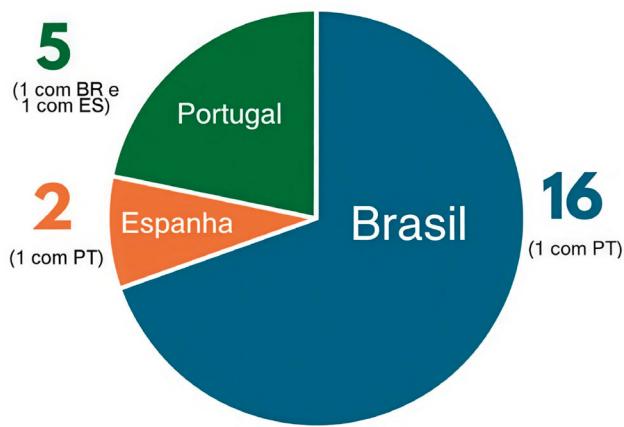
Após realizar o download dos arquivos diretamente no site da Sopcom, os papers foram analisados a partir de duas categorias: nacionalidades dos/as pesquisadores/as (autores/as dos artigos) e nacionalidade dos/as autores/as nas referências bibliográficas dos artigos. Para a investigação foram levados em consideração os resumos e as referências bibliográficas e, quando necessário, incluída a leitura do paper.

A perspectiva de um “giro decolonial” consiste em valorizar as pesquisas, as reflexões e os saberes provenientes do Sul, inclusive aqueles que se produzem fora dos espaços acadêmicos e, neste caso, dos países lusófonos do Sul Global. Conforme Quijano (2005), “a longo prazo, em todo o mundo eurocentrado foi-se impondo a hegemonia do modo eurocêntrico de percepção e produção de conhecimento e numa parte muito ampla da população mundial o próprio imaginário foi, demonstradamente, colonizado” (p. 104), e esse aspecto pode ser observado na análise dos dados.

Uma leitura decolonial com resultados paradoxais

A nacionalidade dos/as autores/as se concentrou entre pesquisadores/as do Brasil (16 trabalhos, sendo um em parceira com autor/a português/a), da Espanha (2 trabalhos, sendo um em parceria com autor/a português/a) e de Portugal (5 trabalhos, sendo um em parceria com autor/a espanhol/a e um com autor/a brasileiro/a), o que constata a invisibilidade de pesquisas provenientes do restante dos países que compõem a CPLP.

Figura 3: Nacionalidade dos pesquisadores que publicaram no GT de Rádio dos Congressos da SOPCOM, entre 2013 e 2019



Nota: adaptado pelos autores

Ainda que Portugal seja o país sede do evento e que a Espanha seja um país fronteiriço, chama a atenção o número de trabalhos apresentados por brasileiros/as, como já apontou a investigação anterior de Brito e John (2024). Ao tensionar a perspectiva decolonial no mesmo escopo, as autoras constataram que os estudos radiofônicos feitos por pesquisadores/as brasileiros/as mostram que é possível uma epistemologia a partir dos saberes e práticas do Sul e que “o dado nos aponta para um fluxo de informações científicas no campo teórico-metodológico do rádio e das mídias sonoras cuja rota se constitui da ex-colônia (Brasil) para o colonizador (Portugal)...” (Brito; John, 2024, p. 9). Porém, como percebemos ao estender a investigação para os demais países lusófonos, o panorama é distinto, com inexistência de sete integrantes da CPLP.

Ainda nesse contexto, importante registrar que, como refletem Dulci e Malheiros (2021), “vários autores/as do “giro decolonial” já destacaram o quanto as epistemologias criadas pelo Norte Global são hegemônicas e geraram diversos processos de epistemicídios” (p. 176). No cenário dos estudos radiofônicos, os resultados direcionam para um cenário de contrafluxo a esse processo, ou seja, de um trânsito que vai do Sul para o Norte. No entanto, quando lançamos o

olhar para o âmbito dos países lusófonos, tal fluxo é limitado e pode dar indícios de um epistemicídio em curso.

Ao analisar os demais atravessamentos, como as referências bibliográficas citadas nos trabalhos, também nos deparamos com a ausência de pesquisadores/as da comunidade lusófona, com exceção dos/as brasileiros/as e dos/as portugueses/as. O dado corrobora diretamente com a reflexão trazida pela intelectual negra, psicóloga, filósofa, escritora e artista plástica, nascida em Portugal, Grada Kilomba. No livro *Memórias da Plantação*, no qual ela discorre sobre o racismo cotidiano a partir de narrativas autobiográficas de mulheres negras, Kilomba aponta para um epistemicídio do conhecimento gerado a partir do Sul. Segundo a autora, “qualquer forma de saber que não se enquadre na ordem eurocêntrica de conhecimento tem sido continuamente rejeitada, sob o argumento de não constituir ciência credível” (Kilomba, 2020, p. 53).

Tomando como base o escopo deste trabalho, é como se, com exceção do Brasil e de Portugal, os demais países da CPLP estivessem “fora do mapa”. A proposta epistemológica que deixa o Sul “fora do mapa” é a convicção de que todos os saberes são incompletos, condição a que não escapa a própria ciência (Santos; Araújo; Baumgarten, 2016). Importante mencionar que não foi objeto deste trabalho aferir se houve ou não submissão de pesquisas de autores/as dos países citados. Mas a produção e a circulação de conhecimento concentradas em apenas dois países lusófonos no escopo analisado, também ficou evidente ao nos debruçarmos nas referências bibliográficas.

Não foi encontrada nenhuma citação de autor/a de origem lusófona, exceto de nacionalidade brasileira ou portuguesa, conforme pode ser observado na Figura a seguir.

Figura 4: Países da CPLP e citações em trabalhos do GT de Rádio da SOPCOM entre 2013 e 2019



Nota: adaptado pelos autores

Aqui cabe destacar que a área ocupada pelos países que integram a CPLP é muito ampla. São 742 mil km², o equivalente a pouco mais que 7% da área do planeta, espalhados por quatro continentes: Europa, América, África e Ásia. Embora a área esteja situada majoritariamente no hemisfério Sul, reúne realidades diversas. O estudo “Rompendo o Impasse: Reimaginando a cooperação em um mundo polarizado”, da Organização das Nações Unidas, trouxe, em 2024, a classificação atualizada de 191 países com base no Rendimento Nacional Bruto per capita, educação e expectativa de vida. Dentre os países lusófonos, Portugal foi o único no grupo com desenvolvimento humano considerado muito alto, na posição 42. O Brasil ocupou a posição de número 89, na faixa dos países com desenvolvimento alto. No grupo de nações com resultado médio, estão Cabo Verde, na posição 131, São Tomé e Príncipe, em 141, Angola, em 150, e Timor-Leste no lugar 155. Guiné-Bissau ocupa a posição de número 179 e Moçambique a de 183, os dois países no grupo de economias com desenvolvimento humano considerado baixo. Para além dos índices de desenvolvimento humano, necessário acionar o contexto do Ensino Superior nos países citados.

Nos países de língua oficial portuguesa, o ensino superior, de um modo geral, apresenta ainda fortes

limitações, quer pela população que alcança quer pelas funções que desempenha [...] verifica-se que a maior parte dos estudantes, particularmente, na África, licencia-se nas áreas do comércio, gestão e direito, humanidades e ciências sociais [...] A cooperação entre os vários países de Língua Portuguesa, com vista à melhoria do desempenho dos sistemas de ensino superior, sobretudo nos países onde este grau de ensino é mais recente e apresenta maiores debilidades, pode constituir-se como uma estratégia para permitir ultrapassar as lacunas verificadas, sobretudo ao nível de qualificação do corpo docente e do desenvolvimento de atividades de investigação relevantes para o desenvolvimento económico dos países. (Rego; Lucas; Ramos; Carvalho; Baltazar, 2015, p. 32)

Além disso, necessário considerar os índices de educação básica nos países que, como mencionamos, configuraram um apagão em referências bibliográficas no estudo aqui apresentado. De acordo com o documento “Estatísticas de Educação da CPLP”, a taxa de analfabetismo na década de 2010 em parte dos países que compõem a comunidade lusófona é alta, conforme pode ser observada na Figura 5. Os percentuais nos mostram que ainda há um caminho longo para equilibrar a balança.

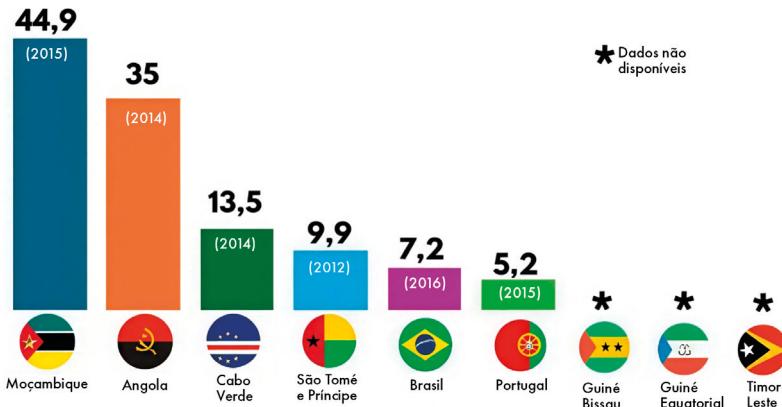
Figura 5: Taxa de Analfabetismo nos países da CPLP



Nota: adaptado da Estatísticas de Educação da CPLP (2015)

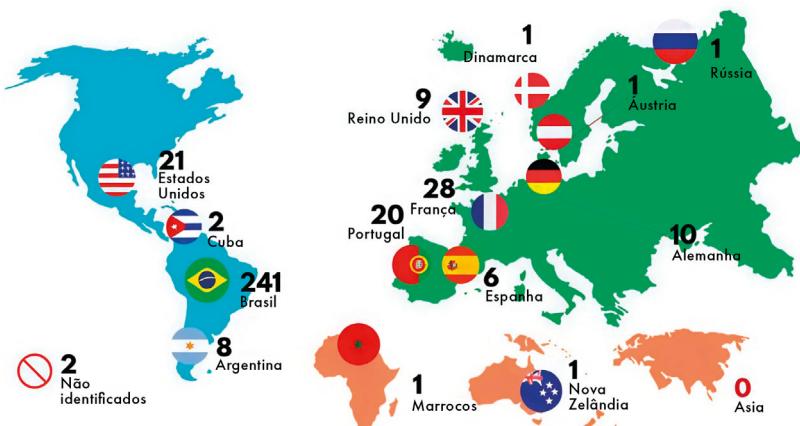
Voltando às referências bibliográficas, dentre as 351 citações dos pesquisadores/as brasileiros/as estão autores/as da Alemanha (10), Argentina (8), Cuba (2), Dinamarca (1), Espanha (6), EUA (21), França (28), Marrocos (1), Nova Zelândia (1), Rússia (1), Reino Unido (9), Portugal (20) e Brasil (241), além de duas nas quais não foi possível identificar a nacionalidade, conforme pode ser observado na Figura 6.

Figura 6: Citações de pesquisadores brasileiros por país



Nota: adaptado pelos autores

Já dentre as 74 citações dos pesquisadores/as portugueses/as estão autores/as da Alemanha (3), Áustria (1), Bélgica (1), Brasil (8), Espanha (5), EUA (3), França (2), Irlanda (1), Islândia (1), Portugal (35) e Reino Unido (13), além de uma não identificada. Por outro lado, dentre as 33 citações feitas por espanhóis/las estão autores/as da Argentina (1), Bélgica (1), Colômbia (2), Espanha (21), EUA (2), Irlanda (1), Peru (1), Reino Unido (3), além de uma não identificada. A análise pode ser observada na Figura 7.

Figura 7: Citações de pesquisadores portugueses por país

Nota: adaptado pelos autores

Podemos notar que, em média, cada autor/a brasileiro/a cita um/a português/a por trabalho. Já cada autor/a português/a cita 1,6 brasileiro/a por trabalho. A segunda nacionalidade mais citada por portugueses/as é a britânica, mas entre os/as brasileiros/as a segunda nacionalidade mais mencionada é a francesa. Os/as autores/as brasileiros/as que são referenciados formam um grupo com aproximadamente 30 nomes, conforme pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1. Pesquisadores/as citados/as em cada edição do GT de Rádio da Sopcom

Autor(a)	2013	2015	2017	2019	Total
Luiz Artur Ferrareto	2	5	3	0	10
Doris Fagundes Haussem	2	0	4	0	6
Nair Prata	1	2	3	0	6
Debora Cristina Lopez	0	3	2	0	5
Gisela Ortriwano	3	2	0	0	5
Marcelo Kischnhevsky	0	4	1	0	5
Álvaro Bufarах	0	1	2	0	3
Eduardo Meditsch	1	1	1	0	3

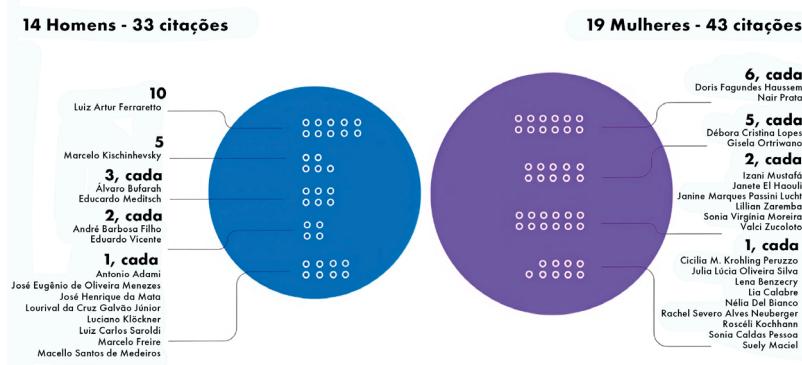
André Barbosa Filho	2	0	0	0	2
Eduardo Vicente	2	0	0	0	2
Izani Mustafá	0	0	2	0	2
Janete El Haouli	0	2	0	0	2
Janine Marques Passini Lucht	2	0	0	0	2
Lillian Zaremba	0	2	0	0	2
Sonia Virgínia Moreira	1	0	1	0	2
Valci Zuculoto	1	0	1	0	2
Antonio Adami	0	0	1	0	1
Cicilia M. Krohling Peruzzo	1	0	0	0	1
José Eugenio de O. Menezes	0	0	1	0	1
José Henrique da Mata	0	0	1	0	1
Julia Lúcia Oliveira Silva	1	0	0	0	1
Lena Benzecry	0	0	1	0	1
Lia Calabre	1	0	0	0	1
Lourival da Cruz Galvão Jr.	1	0	0	0	1
Luciano Klockner	0	0	1	0	1
Luiz Carlos Saroldi	1	0	0	0	1
Marcelo Freire	1	0	0	0	1
Macelmo Santos de Medeiros	0	0	1	0	1
Nélia Del Bianco	0	1	0	0	1
Rachel Severo A. Neuberger	0	1	0	0	1
Roscéli Kochhann	0	1	0	0	1
Sonia Caldas Pessoa	1	0	0	0	1
Suely Maciel	1	0	0	0	1

Nota: elaborado pelos autores

É possível notar a significativa presença de autoras mulheres, num total de 19, mais da metade. Dentre os seis autores mais citados, quatro são mulheres, sendo que Nair Prata e Doris Fagundes Haussen dividem o segundo lugar. Destacamos que essa leitura é importante

na perspectiva das epistemologias do Sul, sobretudo no que se refere ao processo de colonialidade do saber. Apesar de Quijano (2005) ter dado foco aos aspectos raciais e de classe, autoras como Lugones (2014) enfatizam a necessidade de levar em conta também o gênero no que tange aos atravessamentos sobre colonialidade do poder, do saber e do ser. Mais detalhes estão na Figura 8.

Figura 8: Autoras e autores brasileiros de trabalhos da Sopcom entre 2013 e 2019



Nota: adaptado pelos autores

Citamos ainda que tal constatação vai na contramão de levantamentos realizados no Brasil, como o feito por Salgado e Mattos (2022), que, ao analisarem os trabalhos do primeiro quadriênio dos anais da Compós3, constataram que nenhuma mulher aparece na lista dos 10 autores mais citados pelos/as pesquisadores/as em seus artigos. “As mais citadas, a francesa Michélle Mattelart e a brasileira Lúcia Santaella, se encontram respectivamente, nas 31^a e 32^a posições (...), com 24 menções cada” (Salgado; Mattos, 2022, p. 8). Outro ponto a ser considerado é que dentre as autoras citadas, grande parte delas como Doris Fagundes Haussen, Nélia Del Bianco, Valci Zuculoto, Nair Prata, Sonia Virgínia Moreira, Sonia Caldas Pessoa e Julia Lucia de Oliveira Silva, estão no ranking dos/as autores/autoras mais presentes em números de trabalhos apresentados no GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom entre 1991 e 2010 (Prata; Mustafá; Pessoa, 2014).

Mais uma análise significativa diz respeito ao gênero, especialmente ao olharmos para a autoria principal dos artigos apresentados pelos/as pesquisadores/as brasileiros/as. Do total de trabalhos apresentados por brasileiros (14 no total), 64% (9) têm como primeira autoria pesquisadoras. São elas: Bárbara Avrella, Izani Mustafá, Luana Viana, Graziella Mello Vianna e Nair Prata, sendo que Izani Mustafá e Nair Prata aparecem com mais de um trabalho.

Por outro lado, destacamos a inexistência de brasileiros/as nas referências espanholas, apesar de os pesquisadores espanhóis Fernández Sande e Gallego Pérez terem apontado que nos últimos anos o Brasil está na dianteira em termos de produção científica sobre o rádio e que a constatação pode ser cravada, conforme apontaram Kischinhevsky et al (2017) com o resultado do primeiro número da revista *Radio, Sound & Society*, da European Communication Research and Education Association. Os autores citam que o dossiê *Latin Radio, Diversity, Innovation and Policies* teve a participação de oito pesquisadores brasileiros assinando quatro dos sete artigos. Aqui nos cabe destacar e chamar a atenção para o fato do número de pesquisadores/as portugueses/as que se dedicam ao rádio e os meios sonoros serem menores do que no Brasil. O próprio GT Rádio e Meios Sonoros da SOPCOM reconhece que:

[...] nasceu da vontade de um conjunto de investigadores de organizar a área e de criar condições para o trabalho em colaboração. Sendo pouco numerosos, os investigadores desta área têm estado relativamente dispersos por vários centros de investigação, desenvolvendo muitas vezes trabalho excessivamente solitário. (SOPCOM, 2024)

Como dito anteriormente, o Brasil reuniu pesquisadores/as mais cedo. O GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom irá completar 35 anos de atuação em 2026. Para Oliveira (2020), em Portugal o processo de consolidação é mais recente, com a constituição de um grupo similar em 2013.

Somos ainda um grupo muito pequeno, de pouco mais de duas dezenas de pesquisadores. No entanto, é assinalável o entusiasmo e o dinamismo deste

grupo. Em alguns congressos também registramos mais propostas de comunicação do que os estudos de televisão, por exemplo [...] a pouca sensibilidade dos avaliadores de linhas de financiamento para o rádio, um meio considerado, por preconceito, ultrapassado, também não contribuiu para um desenvolvimento mais rápido... (Oliveira, 2020, p. 484)

É preciso levar em consideração, ainda, que em termos acadêmicos, as Ciências da Comunicação são uma área recente em Portugal. O primeiro curso – então denominado de Comunicação Social – data de 1979, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. A própria SOPCOM só foi constituída em 1998 a partir da realização do I Encontro Luso-Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Universidade Lusófona, em Lisboa. Foi quando os/as pesquisadores/as decidiram reunir esforços.

De qualquer maneira, os números mostram uma significativa composição das matrizes teórico-metodológicas dos dois países da comunidade lusófona que aparecem nos trabalhos do GT, uma vez que brasileiros/as e portugueses/as citam autores entre si. Além disso, podemos dizer que, mesmo em um país do Sul Global, o Brasil, há registros evidentes de uma colonialidade do saber, a partir da expressiva citação de autores do Norte Global, mesmo que não se considere a integração lusófona Brasil-Portugal.

Para além dos números

O cenário aqui apresentado reforça a importância dos estudos radiofônicos desenvolvidos, em especial no Brasil. Porém, há o apagamento de outros cenários que poderiam contribuir para um maior entendimento dos fenômenos em outros países de língua portuguesa. Neste caso, o entendimento do idioma, que poderia ser um impasse para ampliar as parcerias, não seria um impedimento. Por outro lado, como destaca Oliveira (2020), o Brasil tem um papel significativo na consolidação dos estudos em língua portuguesa, se debruçando às pesquisas sobre a indústria, a produção, a linguagem e o impacto do rádio nas sociedades. A autora ainda reforça que “essa institucionalização de um campo do saber científico específico é fundamental para o futuro do rádio, não só por permitir conhecer de forma mais

sistemática o papel que as emissoras têm no entretenimento como na informação, mas também por contribuir para a valorização da comunicação sonora como uma forma de expressão e de socialização tão singular". Ao realizar o mapeamento aqui apresentado, reforçamos a necessidade de reflexão quanto à "[...] importância e necessidade de reconfigurar outras propostas epistemológica para o campo, não se detendo apenas às teorias e pensamentos europeus ou estadunidenses" (Amaral, 2021, p. 479).

Referências

- Amaral, M. E. P. do. Notas sobre o pensamento decolonial e os estudos da comunicação. *Revista Extraprensa*, p. 471-487, 2021. Universidade de São Paulo. Disponível em: <doi.org/10.11606/extraprensa2021.181765>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Ballestrin, L. América Latina e o giro decolonial. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 11, p. 89-117, maio/ago. 2013. Disponível em: <periodicos.unb.br/index.php/rbcn/article/view/2069>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Brito, Maíra Rossin Gióia de; John, Valquíria Michela. Um Giro do sul para o norte: a pesquisa brasileira de rádio e a (de) colonialidade do saber. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, [S. I.], v. 22, n. 44, 2024. Disponível em: <revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1076>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- García, J. T. *América invertida*. Desenho de caneta e tinta. Espólio Joaquín Torres García e Cecilia de Torres LTD, 1943.
- Kunsch, M. M. K. A presença da ALAIC na comunidade latino-americana de Ciências da Comunicação, 2004. *Site Alaic*. Disponível em: <alaic.org/pt/historia>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Kilomba, G. *Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano*. Editora Cobogó, 2020.
- Kischinhevsky, M. et al. A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa. *Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, SP. v. 40, n. 3, set./dez. 2017.

- Leal, B. Norte global. *Café História*. Disponível em: <cafehistoria.com.br/glossary/norte-global>. 2023. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Lugones, M. Rumo a um feminismo descolonial. *Estudos Feministas*, p. 935-952, 2014. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/36755/28577>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Oliveira, M. Entre a paixão dos profissionais e a discrição dos académicos. In: Zuculoto, V; Lopez, D; Kischinhevsky, M. *Estudos Radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom em perspectiva*. São Paulo: Intercom, 2016.
- Oliveira, M. Radiojornalismo e os vários modos da experiência sonora: identidade, diversidade e pesquisa acadêmica nos novos contextos tecnológicos. *Revista-americana de Jornalismo*, p. 474-492, 2020. Universidade Federal da Paraíba.
- Quijano, A. Colonialidad y modernidad-racionalidad. *Site Lavaca*. 1992. Disponível em: <lavaca.org/wp-content/uploads/2016/04/quiijano.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- Quijano, A. Colonialidad del poder y clasificación social. *Journal of World-Systems Research*, v. 11, n. 2, p. 342-386, 2000.
- Quijano, A. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: Lander, Edgardo (org.) *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais*. Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: Clacso, 2005.
- Rego, C.; Lucas, B.; Ramos, I.; Carvalho, Baltazar, M. (2015). Ensino superior nos países de língua portuguesa: contributos para o diagnóstico no início do século XXI. *Revista Forges*, p. 11-35). Associação Fórum da Gestão do Ensino Superior nos Países e Regiões de Língua Portuguesa.
- Salgado, T. B. P.; Mattos, M. A. Indícios de colonialidade nas abordagens comunicacionais brasileiras: o primeiro quadriênio dos anais do Encontro Compós (2000-2003). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, p. 1-16, 2022. Intercom.
- Santos, B. de S.; Araújo, S.; Baumgarten, M. As Epistemologias do Sul num mundo fora do mapa. *Sociologias*, [S. l.], v. 18, n. 43, 2016. Disponível em: <seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/68312>. Acesso em: 13 ago. 2022.

Sopcom (Portugal). A comunidade científica nacional das ciências da comunicação em Portugal. Disponível em: <sopcom.pt/a-sopcom>. Acesso em: 20 jun. 2024.

Sopcom (2018). Estatísticas Educacionais da CPLP. Disponível em: <ine.st/phocadownload/userupload/Documentos/Informacoes_Estatisticas/Educacao/Relat%C3%B3rioF_Estat%C3%ADsticas_Educacionais_CPLP.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2024.

Ricardo Matos de Araújo Rios

ricmrios@gmail.com

**Universidade Presidente Antônio Carlos – Unipac, Barbacena,
MG, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-13

**O PASSADO OU O PRESENTE?
ESCOLHAS EDITORIAIS NAS CELEBRAÇÕES
DE 40 ANOS DA TELEDIFUSÃO DE MACAU
SOB OS OLHARES DA TDM E DA RTP**

RESUMO

O presente trabalho analisa e discute as escolhas editoriais dos canais de TV da Rádio e Televisão Portuguesa (RTP) e da Teledifusão de Macau (TDM) nas reportagens que celebraram os 40 anos da inauguração da TDM, no dia 13 de maio de 2024. A análise do conteúdo gerado leva em consideração as teorias de enquadramento jornalístico, fundamentais para compreender as escolhas editoriais e de organização da realidade definida pelos *media*. Ao final, espera-se que este trabalho possa contribuir com a discussão da presença dos *media* lusófonos em Macau.

PALAVRAS-CHAVE

Enquadramento, Geografias da Comunicação,
Macau, RTP, TDM.

1. Introdução

Inaugurada em 1984, a Teledifusão de Macau (TDM) completou 40 anos em maio de 2024. O que poderia ser mera nota coberta nos telejornais, foi apresentado de maneira distinta pelos dois media responsáveis pela existência da TDM: a RTP e a própria TDM, através do Canal Macau.

Através do Telejornal do Canal Macau e do Telejornal da RTP1, de 13 de maio de 2024, os dois veículos celebraram a efeméride de inauguração da TDM, com reportagens que destacaram as equipes pioneiras da televisão em Macau, o desenvolvimento da Comunicação Lusófona na Região Administrativa Especial de Macau (RAEM) e a continuidade dos serviços da TDM após a devolução do território à China em 1999. Porém, o público que acompanhou as duas reportagens pode observar diferentes pontos de vistas sobre o mesmo assunto. A escolha de fatos, narrativas e opções textuais fizeram com que o mesmo fato tivesse diferentes enquadramentos jornalísticos.

Em uma era de plataformização do material informativo, onde os algoritmos das redes sociais transformam-se em *gatekeepers* e mediam o que o público consome, a análise do enquadramento das notícias veiculadas por RTP e TDM referente aos 40 anos da televisão em Macau revela-se interessante pois demonstra que o jornalismo ainda mantém controle da narrativa veiculada nos media, com a possibilidade da exibição de diferentes pontos de vistas e seleção de variado enfoque, mesmo que a notícia fale do mesmo tema.

Ao discutir o enquadramento, é possível compreender mais os motivos que levaram a um jornalista escolher determinado fato ou imagem em detrimento de outro na construção da notícia. Esse processo só é possível se considerarmos os múltiplos contextos em que o jornalista e a empresa estão envolvidos, como cultura, política editorial ou regras de edição.

Para entender quais foram as escolhas de enquadramento feitas por RTP e TDM para noticiar os 40 anos da TV em Macau, esse trabalho propõe-se – por meio da Análise de Conteúdo – analisar o enquadramento das reportagens dos dois veículos, exibidas no dia 13 de maio de 2024, para avaliar quais fatos foram selecionados, se

houve repetição de dados, entrevistados e imagens nas duas reportagens e se há convergência em alguma delas.

2. Enquadramento noticioso

O enquadramento noticioso é a maneira como o jornalista seleciona os fatos a serem noticiados com base em aspectos culturais, sociais e políticos. Essa seleção é feita de forma subjetiva pelo gatekeeping do profissional ou por meio das escolhas editoriais da empresa jornalística. Através desse enquadramento, segundo Carvalho (2020), a mídia gera as narrativas que compõem a vida cotidiana de todos os indivíduos na sociedade.

O processo de enquadramento também gera relevância ao fato junto ao receptor da notícia, dando sentido àquilo que é apresentado. Goffman (2002) observa que as definições de uma determinada situação são construídas mediante aos princípios de organização que regem eventos e o envolvimento subjetivo do indivíduo neles. O autor completa que enquadramento é a palavra escolhida para referir-se a um destes elementos básicos, em que o mesmo é capaz de identificar. O tipo de enquadramento utilizado para compreender as situações, portanto, fornece um modo de descrever o evento ao qual se aplica tal frame, permitindo ao público localizar, perceber, identificar e rotular os fatos. Deste modo, como Carvalho (2020) pontua, a compreensão dos indivíduos acerca de diversas situações está ligada aos frames já cristalizados socialmente, oferecendo uma forma de encarar os assuntos.

Por sua vez, Entman (2003) conceitua enquadramento aos critérios de seleção e saliência. Para o autor, enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma determinada realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo. Através desse processo, a abordagem utilizada na construção da notícia, por exemplo, promove uma definição particular do problema, uma interpretação causal, ou uma recomendação de tratamento para o item noticiado.

Porto (2004) ressalta que o conceito de enquadramento tem sido utilizado para definir os princípios de seleção, ênfase e apresentação usados por jornalistas para organizar a realidade e o noticiário. O autor argumenta que, na cobertura de assuntos públicos, os enqua-

dramentos permitem aos jornalistas e suas audiências organizar e interpretar temas e eventos políticos. Ao produzir a notícia, os jornalistas se baseiam em discursos que estão presentes na esfera pública, mas também contribuem com seus próprios enquadramentos, “dando formas aos pacotes interpretativos que fazem parte de qualquer cultura”.

Com isso, para Porto (2004), a mídia é mediadora em conversas e discussões sobre os problemas sociais e políticos. E o enquadramento dado pela mídia tem um importante efeito na interpretação desses problemas, bem como na opinião pública em geral. Assim, os enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos de forma mais geral, construídos socialmente e que permitem aos indivíduos dar sentido aos acontecimentos da realidade da vida cotidiana.

Porto (2004) destaca a importância de diferenciar os enquadramentos noticiosos dos enquadramentos interpretativos. Para o autor, os enquadramentos noticiosos podem ser compreendidos como padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados, ou seja, o ponto de vista adotado para a construção da notícia que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros. Em resumo, os enquadramentos noticiosos são criados por jornalistas. Já os enquadramentos interpretativos são padrões de interpretação que possibilitam uma avaliação particular de diversos temas. Estas interpretações podem ser promovidas por vários atores sociais, representantes do governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, associações profissionais. Porto (2004) esclarece que, apesar dos jornalistas também contribuírem com seus próprios enquadramentos interpretativos na produção da notícia, este tipo de enquadramento se origina geralmente de atores sociais e políticas externos à prática jornalística. Ou seja, interpretações que emergem de um contexto mais amplo que podem ser incorporadas ou não pela mídia. Os jornalistas podem apresentar os seus enquadramentos interpretativos em colunas de opinião ou matérias analíticas.

Ao compreender os processos de enquadramento, é possível entender os motivos que levam o jornalista a escolher alguns aspectos na construção da reportagem e ignorar (ou excluir) outros. Com essa escolha, a mídia tem papel central na construção da realidade social, interferindo diretamente na construção do cotidiano do indivíduo.

3. Metodologia

A metodologia deste trabalho está alicerçada na análise de conteúdo, como proposta por Bardin (2008). Após a captura do material, o trabalho debruça-se na análise de enquadramento das notícias veiculadas, respectivamente, no Telejornal da TDM e no Telejornal da RTP1 em 13 de maio de 2024, para compreender as escolhas editoriais que levaram às reportagens exibidas pelos dois media.

4. Os 40 anos da televisão em Macau na visão da TDM e da RTP

No dia 13 de maio de 2024, o Telejornal da TDM abria sua edição noturna com uma reportagem com tempo de arte de cinco minutos abordando os 40 anos da Teledifusão de Macau.

A reportagem “TDM assinala 40 anos de emissões televisivas”, feita pela repórter Joana Mendes, destacou a equipe pioneira, a importância da RTP na criação do canal, a relevância da manutenção do Serviço Lusófono da TDM e, sobretudo, apresentou o panorama de expansão do canal na China Continental, conforme apresenta a transcrição da chamada da reportagem e da matéria jornalística:

[Imagens da abertura da emissão da TDM em 1984]

“A informação em português aqui está nos vossos ecrãs”. Foi assim que há 40 anos José Alberto Sousa abriu daqui deste local o primeiro telejornal da TDM. Uma emissão onde foi acompanhado por Marina Tang e onde ambos apresentavam o primeiro telejornal de Macau num canal de televisão em duas línguas.

[VOZ: **Joana Freitas**] Menos de dois anos depois de ter sido fundada, a 1 de janeiro de 1982, a TDM fazia a primeira emissão. Estávamos a 13 de maio de 84, com o apoio da RTP, a televisão portuguesa. A primeira emissão televisiva feita a partir de Macau abria oficialmente às 18h30. Nascia assim o primeiro canal de televisão do território, um canal bilíngue em português e canto-nês, que pretendia finalmente acabar com a dependência da população dos canais de Hong Kong.

[VOZ: **Fernando Maia Cerqueira** (Chefe de Redacção da TDM 1984-1988, em entrevista nos 10 anos da TDM, em 1994)] “Então a partir do momento em que foi anunciado formalmente que

a televisão vai arrancar no dia 13 de maio e isso foi nos avisado no dia 11 de maio, aumentou a ansiedade e a tensão em todas as pessoas. E íamos ter informação sobre Macau, que era uma componente que nem sempre fazia parte dos jornais de televisão de Hong Kong”

[VOZ: **Joana Freitas**] Macau passa a ter programas de entretenimento e informação, sempre em duas línguas. José Alberto Souza e Marina Tang apresentam oficialmente o primeiro telejornal da Teledifusão de Macau.

[VOZ: **José Alberto Souza**] “A informação em português aqui está pela primeira vez nos vossos ecrãs”

[VOZ: **Marina Tang**, em entrevista no ano de 2019] “Wow! It looks so familiar, but different. Different. Well, I remember I was here with Alberto de Souza and, well, I missed him very, very much. In fact, he's a good friend and a good teacher. I would say a good teacher. We were sitting together and... Well if you ask me how I feel I would say that you know I feel like nervous. I didn't know how to react because you know that is the first second that you know I knew that I was going to be on camera. It was going be the real thing, and we had an audience out there and they will be watching... I think when the camera was on I just read the news and then, afterwards, you know, I almost collapsed because, you know, it was so tense... And then, of course, it was a great team behind”

[VOZ: **Joana Freitas**] Nos anos 60 havia já uma proposta para que fosse criado um canal de televisão no território, mas essa ideia acabaria rejeitada. Em 1978 decide-se finalmente avançar com a criação da Empresa Pública de Teledifusão de Macau. Almeida e Costa assina em 1982 o decreto-lei que cria a Empresa. Menos de dois anos depois, a 5 de maio, vai para o ar o primeiro sinal da TDM, a mira técnica. A 13 de maio, a primeira emissão. Um acontecimento histórico ao qual não faltaram nem os residentes, nem o governador.

[VOZ: **Vasco de Almeida e Costa**, ex-governador de Macau (1981-1986), em 13 de maio de 1984, durante o lançamento da TDM] “Vencendo barreiras sociais, culturais, geográficas e políticas, chega diretamente, com a força da sua imagem, a cada casa, a cada família, a cada cidadão. Encarada com certo ceti-

cismo por uns e até com algum receio por outros, mas aguardada com justificada expectativa por muitos, a televisão aqui está”.

[VOZ: **Joana Freitas**] Apenas seis anos depois, o único canal de televisão bilingue divide-se em dois. Passam a existir assim dois canais, o canal Macau e o TDM Ou-mun, que se mantêm até hoje. A TDM começa timidamente, há 40 anos. Hoje fala quatro línguas, 24 horas por dia. Há um ano que o Canal Ou-mun chega a mais gente com a transmissão na Grande Baía. 40 anos depois, em seis canais de televisão diferentes. A transmissão acontece assim para milhares de pessoas em cantonês, mandarim, português e inglês.

Imagen 1: Imagens da reportagem do Canal Macau



Fonte: tdm.com.mo/pt/news-detail/963650

No mesmo dia, a RTP levou ao ar no Telejornal uma reportagem dos 40 anos da TDM. Porém, diferentemente daquela feita pelo Canal Macau, o Telejornal da RTP1 optou por cobrir um evento realizado no Centro Científico e Cultural de Macau, em Lisboa, que celebrou a data. A reportagem “40 anos de TDM: Teledifusão de Macau transmite em português”, conduzida pela repórter Soraia Ramos, teve tempo de arte de dois minutos. A reportagem mostrou que a celebração contou com profissionais da RTP que participaram

da implantação da TV no então território ultramarítimo português à época, bem como ex-profissionais da TDM que vivem em Lisboa. A RTP não exibiu imagens atuais da TDM, nem procurou conversar com profissionais atuantes na RAEM e/ou na TDM:

[VOZ: **Soraia Ramos**] 40 anos depois do início das emissões da TDM, são muitas as recordações. A TDM acompanha várias cerimónias que também eram marcantes e líderes da audiência:

[VOZ: **Maria de Belém Roseira**, administradora da TDM de 1986 a 1987] “A TDM acompanhava as cerimónias que também eram muito marcantes e líderes da audiência. Olha a cerimónia de Fátima e obviamente das notícias desportivas”

[VOZ: **Soraia Ramos**] E há um momento muito especial com o último governador de Macau:

[Voiceover] “Todos os que se encontravam no local terão ficado por momentos também com o coração apertado”

[VOZ: **Soraia Ramos**] O território passava aqui para a soberania da China.

[VOZ: **Vasco Joaquim Rocha Vieira**, último Governador de Macau, sendo erroneamente creditado como Nicolau Santos, presidente da RTP] Foi muito emocionante, mas eu senti que não era eu que estava ali. Eram todos os portugueses que fizeram Macau, que contribuíram para que Macau fosse uma realidade extraordinária, fruto da nossa cultura, fruto do nosso bom entendimento com os chineses”

[VOZ: **Soraia Ramos**] A Teledifusão de Macau só foi possível com uma ligação intrínseca à RTP:

[VOZ: **Nicolau Santos**, presidente da RTP] “Um pequeno grupo de grandes profissionais da RTP punha no ar a primeira emissão do que viria a ser um serviço público de televisão moderno, eficaz”.

[VOZ: **Soraia Ramos**] Num abraço para o outro lado do mundo, que ainda hoje se mantém.

[VOZ: **Nicolau Santos**, presidente da RTP] “Na formação de profissionais, na troca de conteúdos e de experiência e no apoio mútuo a diversas produções que temos feito com regularidade”

[VOZ: **Soraia Ramos**] Por cá, ninguém quer que a TDM acabe.

O passado ou o presente? Escolhas editoriais nas celebrações de 40 anos da teledifusão de Macau sob os olhares da TDM e da RTP

[VOZ: **Luis Marques Mendes**, ex-ministro] “[A TDM] Tem um papel ainda mais importante do que tinha antes. Já não é apenas chegar à comunidade, é afirmar a marca Portugal”

[VOZ: **Soraia Ramos**] E há até quem assuma que ficou com uma espécie de doença.

[VOZ: **Pedro Mariano**, diretor de informação da TDM de 1994-1998] “Macau é como uma doença na pele. Não sai mais. Pode-se lavar, pode-se apanhar sol, pode-se usar produtos médicos, pode-se usar produtos médicos... Isso é bom ou menos bom? Não sai. Fica na pele, é muito bom. Primeiro estranha-se, depois entranha-se”

[VOZ: **Soraia Ramos**] É Portugal, entranhado em Macau, há já 40 anos.

Imagen 2: Imagens da reportagem da RTP



Fonte: <rtp.pt/noticias/mundo/40-anos-de-tdm-teledifusao-de-macau-transmite-em-portugues_v1571272>.

Percebe-se que, do ponto de vista de enquadramento, RTP e TDM seguiram caminhos distintos na cobertura dos 40 anos da televisão em Macau. Enquanto a TDM decidiu fazer uma reportagem completa, buscando mostrar passado, presente e futuro, com foco no que acontece em Macau, ouvindo os atuais empregados da Teledifusão de Macau, a RTP focou no quanto importante foi seu papel na

construção da TV em Macau, exibindo apenas imagens do encontro de 13 de maio em Lisboa.

5. Conclusão

Ao falarem do mesmo tema, RTP e TDM seguiram por enquadramentos distintos, mas algo convergiu nas duas reportagens: nenhum profissional que atua neste momento na TDM foi ouvido. Isso mostra que o enquadramento optou por trabalhar com a história do Canal Macau, mesmo que a reportagem da TDM tenha dado um panorama das transmissões atuais da empresa.

Algo interessante a se pontuar é que, devido ao acordo de cooperação TDM-RTP, a população macaense e os portugueses que vivem em Macau tiveram uma experiência única: puderam acompanhar as duas reportagens na televisão, já que vários programas da RTP Internacional (entre eles, o Telejornal) são exibidos pelo Canal Macau. Os espectadores do Canal Macau tiveram uma experiência importante para compreender como cada *media* enquadrou a realidade e deu sentido ao mundo que se apresentou naquele instante. O trabalho também deixa duas perguntas abertas: para o público macaense, os enquadramentos importam? E até quando a cultura dos media lusófonos sobreviverá em Macau? A resposta à segunda pergunta só será conhecida, como observamos (Rios, 2022, p. 266), após o dia 20 de dezembro de 2049, quando Macau será transferida definitivamente à China.

Por ser analítico e não observatório, o trabalho não ouviu envolvidos que participaram da produção e nem fez pesquisa de campo para compreender os aspectos que levaram as opções de enquadramento à cada reportagem. Este processo pode ser explorado por outras pesquisas que desejem compreender as opções de agenda setting dos media aqui analisados.

Referências

- Bardin, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- Carvalho, W. A (des) construção da imagem de Aécio Neves (PSDB) a partir dos conceitos de mineiridade e identidades híbridas. Juiz de Fora: UFJF, 2020.

- Entman, R. Cascading activation: contesting the White House's frame after 9/11. In: *Political Communication*, v. 20, n. 4, 2003.
- Goffman, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- Porto, M. Enquadramentos da mídia e política. In: Rubim, A (org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: EdUFba, 2004.
- Rios, R. *Colonização às avessas? O domínio da televisão brasileira em Angola, Moçambique e Portugal em 2021*. Juiz de Fora: UFJF, 2022.

Michel Carvalho da Silva

midiacidada@gmail.com

**Associação Brasileira de Comunicação Pública – ABCPública,
Brasília, DF, Brasil**

DOI 10.29327/5738768.1-14

**O PAPEL MITIGADOR DA COMUNICAÇÃO
PÚBLICA NO CASO FAUSTÃO: A CRISE EPISTÊMICA
E A PRODUÇÃO DE IGNORÂNCIA SOBRE
POLÍTICAS PÚBLICAS**

RESUMO

Discute-se o papel da comunicação pública no enfrentamento à produção deliberada de ignorância sobre políticas públicas. Para tanto, examinamos os conteúdos elaborados pelo Ministério da Saúde no episódio envolvendo o transplante de coração do apresentador Faustão, que foi objeto de uma ampla campanha de desinformação no ambiente digital. A partir das noções de crise epistêmica e contrato de comunicação, a análise mostra que o órgão federal, enquanto sujeito comunicante, busca, ao mesmo tempo, refutar as informações falsas e imprecisas sobre o referido caso, e se posicionar como instância especializada de informação pública.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Pública; Desinformação; Ministério da Saúde;
Faustão; Crise epistêmica.

Introdução

A ideia de “integridade da informação” está associada à precisão, consistência e confiabilidade da informação (United Nations, 2022). No atual ecossistema midiático, em que campanhas de desinformação e discursos de ódio circulam livremente no ambiente digital, a noção de integridade informacional ganha cada vez mais espaço no debate global. Hoje, países, organismos internacionais e centros de pesquisa discutem como combater os efeitos da desinformação on-line. No Brasil, de acordo com um levantamento do Instituto DataSenado¹, 72% dos usuários de plataformas de redes sociais já viram notícias que desconfiam serem falsas nos últimos meses. Segundo o mesmo estudo, 81% dos entrevistados acreditam que a disseminação de notícias falsas pode impactar “Muito” os processos eleitorais.

As campanhas de desinformação estão relacionadas à produção deliberada de ignorância (McIntyre, 2019). Esse fenômeno é um problema global, principalmente quando, por exemplo, se tenta mitigar os danos de uma pandemia ou se quer promover uma mudança de comportamento na população em relação às mudanças climáticas. Nossa argumento principal neste trabalho é, então, que a produção intencional de ignorância, por meio de estratégias de desinformação de diferentes agentes políticos e econômicos, tem impacto direto na compreensão das políticas públicas por parte da população, o que representa, em muitos casos, desincentivo ou não adesão a ações governamentais.

A partir dessa premissa, entendemos que a comunicação pública, em suas diferentes dimensões, assume papel importante na mitigação de danos relativos à eclosão de conteúdos desinformativos, que confundem a opinião pública e reforçam dúvidas, generalizações, discursos de ódio e teorias da conspiração. No presente estudo, analisamos, de forma exploratória, as estratégias comunicativas do Minis-

1. A Pesquisa DataSenado “Panorama Político 2024: Notícias falsas e Democracia”, realizada entre 5 e 28 de junho de 2024, ouviu 21.808 brasileiros de todas as regiões do país. A íntegra do estudo está disponível em: <senado.leg.br/institucional/datasenado/materias/relatorios-de-pesquisa/pesquisa-datasenado-revela-o-que-pensa-o-brasileiro-sobre-fake-news>. Acesso em 4 set. 2024.

tério da Saúde (MS) no “caso Faustão”, em que uma campanha de desinformação, em agosto de 2023, informava que o apresentador de TV Fausto Silva teria “furado” a fila de transplante de órgãos, ao receber um novo coração.

Um estudo da Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getúlio Vargas (FGV-ECMI)² mostrou que o episódio envolvendo o transplante de coração realizado pelo apresentador de TV monopolizou o debate sobre saúde nas plataformas de redes sociais por algumas semanas naquele período. Segundo o mencionado levantamento, que monitorou o Instagram, o Facebook, o Telegram e o antigo Twitter, as principais discussões se referiram à qualidade do Sistema Único de Saúde (SUS), à corrupção na gestão pública, à doação de órgãos, e ao vazamento de dados pessoais (FGV-ECMI, 2023). Diante do discurso desinformativo acerca do caso Faustão, a comunicação pública governamental do MS produziu uma série de conteúdos para refutar qualquer tipo de informação falsa sobre a política de doação de órgãos no Brasil.

Para investigar o papel mitigador da comunicação pública no que se refere ao enfrentamento à desinformação e, consequentemente, a produção de ignorância, o presente trabalho discute inicialmente a relação entre comunicação pública e políticas públicas. Em seguida, reflete-se sobre o processo de produção deliberada de ignorância no contexto da crise epistêmica que estamos vivenciando. A partir dessa revisão de literatura, examina-se o discurso elaborado pelas mídias governamentais do MS no combate à série de informações falsas colocadas em circulação no ambiente digital.

Comunicação Pública e Políticas Públicas

A discussão em torno do significado de comunicação pública passa pela análise de aspectos fundamentais para as democracias contemporâneas, que vão desde a disputa entre interesse público e interesses privados, passando pelo direito de expressar e receber in-

2. Disponível em: <mediademocracia.fgv.br/estudos/faustao-pauta-o-debate-sobre-saude-com-desinformacoes-sobre-o-sus-e-vacina-de-covid-19>. Acesso em: 2 set. 2023.

formações e opiniões, até chegar às noções de publicidade, transparéncia, cidadania, participação e responsabilização. Neste trabalho, entendemos a comunicação pública em sua tridimensionalidade: interesse público, relacionada ao bem comum e à promoção da cidadania; institucional, ligada ao fortalecimento da imagem pública do órgão governamental; e política, associada à ideia de campanha permanente e conquista de apoios (Silva, 2021).

A partir desse entendimento conceitual, podemos pensar a comunicação de políticas públicas como um direito do cidadão e uma obrigação de governos e parlamentos (Lassance, 2009), uma vez que a publicidade é um dos princípios da administração pública, como estabelecido no artigo 37 da Constituição Federal (Brasil, 1988). A ideia de “política pública” para o conjunto da sociedade costuma ser abstrata, mas ela é materializada por instrumentos palpáveis, que se notam no dia a dia, tais como programas, projetos, obras, organizações, campanhas e leis nas diversas áreas de atuação - saúde, educação, meio ambiente, gestão pública, infraestrutura e segurança e tantas outras (Secchi, 2012).

Para Secchi, política pública é entendida como uma diretriz ou conjunto de diretrizes voltadas para o enfrentamento de um problema público. Já Marques (2013) define como ações implementadas pelo Estado e pelas autoridades governamentais em um sentido amplo. Segundo o pesquisador, estudar políticas públicas é analisar por que e como o Estado age como age, dadas as condições que o cercam, daí a importância da comunicação nesse processo de justificação.

Nesse sentido, a comunicação constitui, desde o processo de formação da agenda para a construção da política pública até o processo de sua implementação e avaliação, um instrumento potencializador da relação entre os agentes envolvidos (Cezar, 2018). O objetivo principal dessa atividade comunicativa é permitir que seus públicos tenham acesso à informação e, consequentemente, despertem seu espírito cívico (Duarte, 2011).

Quando nos debruçamos sobre um problema público, como o transplante de órgãos no Brasil, Estado, sociedade e mídia estão implicados no estabelecimento da agenda - entendida como o conjunto de assuntos sobre os quais o governo, e pessoas ligadas a ele, con-

centram sua atenção num determinado momento. Segundo Kingdon (2003), uma questão passa a fazer parte da agenda governamental quando desperta a atenção e o interesse dos formuladores de políticas públicas.

Considerando-se o grande número de acontecimentos existentes no cotidiano, que requer a atenção do Estado, a disputa por atenção é complexa, e deve levar em conta quais problemas são considerados mais ou menos relevantes ao longo do tempo, o que é fundamental para compreender a ação (ou a falta) governamental (Capella, 2013). A formação de agenda tem relação com os ciclos de visibilidade de determinado problema social. Um desses processos tem relação com o enquadramento dado pelos meios de comunicação ao assunto que exige a ação pública. As temáticas recebem atenção dos governos e dos formuladores de políticas públicas quando expostos recorrentemente na mídia, como ocorreu recentemente com a questão da emergência climática e as fortes chuvas no Rio Grande do Sul.

A comunicação atua, então, nas políticas públicas como um divulgador das etapas e a mobilização dos atores sociais envolvidos. “Seu objetivo principal é a diminuição das barreiras entre governantes e governados, no intuito de disseminar as informações contidas e preconizadas em lei” (Cezar, 2018, p. 53). O repasse das informações tem o propósito de cumprir as metas estipuladas pelos agentes governamentais e buscar soluções para uma determinada situação, vivenciada pela coletividade no âmbito do espaço público.

Em síntese, consideramos que a comunicação pública governamental – com seus diferentes suportes e linguagens – pode reduzir a assimetria informacional entre Estado e sociedade. Com isso, é possível combater à desinformação on-line sobre programas e ações governamentais, em consonância com um dos doze princípios da comunicação pública³, preconizados pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), que menciona que:

3. Os doze princípios da comunicação pública fazem parte do Guia da Comunicação Pública, documento de referência para os profissionais da área, que sistematizam e alinham as obrigações legais à dimensão conceitual de uma comunicação governamental/institucional voltada ao interesse público.

A Comunicação Pública deve combater a desinformação, garantindo a transparência, a oferta de dados precisos, a rapidez na checagem de fatos e a disseminação de correções e informações verificadas. (Medeiros; Chirnev, 2021, *on-line*).

A crise epistêmica e a produção deliberada de ignorância

A crise epistêmica favorece campanhas de desinformação, que corroem o tecido social e geram um sentimento de ceticismo generalizado em relação às instituições tradicionais de construção e validação do conhecimento, como o Estado, os centros de pesquisa e, sobretudo, os veículos profissionais de jornalismo (Benkler; Faris; Roberts, 2018). Esse processo é resultado da corrosão dos pilares de sustentação fundamentais de regimes democráticos. Ao analisar o papel exercido pelas plataformas de redes sociais nas eleições norte-americanas de 2016, Benkler et al. revelam que essa crise é produzida pela associação de comunicação desintermediada das redes digitais e processos de polarização e radicalização política.

Com a crise epistêmica, cresce o consumo de conteúdos fraudulentos e enviesados, elaborados por veículos de informação hyperpartidizados (Bennett; Livingston, 2018), como canais ligados a movimentos antivacina e negacionistas climáticos, que produzem ignorância e refutam hipóteses explicativas amparadas em evidências. A ignorância é produto de uma intervenção política e cultural ampla, que tem como objetivo obscurecer a informação e a compreensão da população sobre temas de interesse público, como a execução de uma determinada política pública. Neste trabalho, estamos nos referindo à ignorância⁴ como sinônimo de “não saber”, de “desconhecimento”, o que não tem relação com ausência de escolarização formal.

Ao longo da história, alguns grupos políticos e econômicos se beneficiaram da ignorância coletiva, em que diversas populações se tornaram facilmente moduláveis por notícias e dados imprecisos e mentirosos. A indústria do tabaco, por exemplo, criou, durante meio século,

4. O termo ignorância tem sua origem no latim (*ignorantia*), derivado de *ignorare*, cujo significado é “não saber”. O léxico é composto por *in*, “não”, e *gnarus*, “sabedor ou aquele que domina um assunto” (Barbosa; Rêgo, 2020).

dúvidas sobre as pesquisas científicas que estabeleciam uma conexão direta entre o consumo de tabaco e a incidência de câncer (Oreskes & Conway, 2019). A produção da ignorância se ancorava em dados alternativos sobre os males causados pelo tabaco, com o financiamento e a promoção pública de pesquisadores dispostos a chegar às conclusões desejadas pelas empresas de cigarro.

A agnotologia, que indica o estudo da promoção da ignorância e da incerteza em campos nos quais o consenso científico está bem estabelecido, chama a atenção para técnicas desenvolvidas por agentes políticos e econômicos a fim de confundir grupos de interesse acerca da realidade em que vivem (Proctor & Schiebinger, 2008). Mais do que propagar desinformação, os produtores de ignorância têm o objetivo de gerar controvérsia (Machio, 2020), como alguns grupos de extrema-direita no Brasil que questionam a integridade das urnas eletrônicas.

Segundo Proctor e Schiebinger (2008), o objetivo da agnotologia é desenvolver ferramentas para compreender como diversas formas de conhecimento nunca passaram a existir, ou acabam desaparecendo, sendo proteladas ou negligenciadas. A ignorância é produzida ou mantida em diversas circunstâncias, por meio de mecanismos como a negligência deliberada ou inconsciente, o segredo, a supressão, a destruição de documentos, a tradição não questionada, entre outros (Burke, 2023).

No atual ecossistema comunicativo - hiperconectado e caótico – somos inundados por dados e mensagens, produzidos tanto por profissionais da comunicação quanto por amadores; tanto por humanos quanto por dispositivos automatizados (Boczkowski, 2021). A abundância de informações – verdadeiras ou não – torna complexa a busca por fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa, como se verificou durante os períodos mais críticos da pandemia da Covid-19 (Recuero; Soares; Zago, 2021). Esse cenário de excesso informativo favorece a ignorância, de tal modo que as pessoas não conseguem se fixar naquilo que é importante e pode impactar seu cotidiano, como a execução de uma determinada política pública.

A produção deliberada de ignorância coloca em xeque os sistemas peritos, esses dispositivos que possuem a função de organizar

e suprir, com conhecimentos e dispositivos, as necessidades humanas em um mundo marcado pelo distanciamento no tempo e espaço das relações sociais (Giddens, 1991). Segundo o autor, um sistema dessa natureza para operar requer uma confiança do público em sua competência especializada.

A crise epistêmica também é resultado justamente desse processo de ruptura do contrato de comunicação, em que o sujeito interpretante não reconhece a legitimidade do sujeito falante ao tomar a palavra, ou seja, não consegue mais confiar na validade de seus enunciados. Segundo a teoria semiolinguística Charaudeau (2006, 2018 e 2019), em um ato de comunicação, os parceiros estão regidos por um acordo tácito, que determina as limitações discursivas e formais do intercâmbio entre os sujeitos falantes, relativas ao espaço, ao tempo, às formas e às relações sociais. Essas restrições contratuais codificam as práticas sociolinguageiras, de modo que as estratégias discursivas (legitimização, credibilidade e captação) devem ser investigadas em função do contrato firmado. Quando se pensa em contrato, pressupõe-se o estabelecimento de cláusulas. No campo da comunicação, pode-se fazer um paralelo com essa ideia normativa, identificando as bases do acordo entre sujeito comunicante e sujeito interpretante.

A partir da noção de contrato comunicacional, é possível depreender que “dizer a verdade”, “tratar de fatos de interesse público”, “ser objetivo e imparcial nas informações” e “mostrar a realidade” são cláusulas centrais desse acordo tácito entre instituições públicas e os cidadãos. No caso de rompimento com essas exigências, esse acordo estabelece sanções simbólicas, associadas ao descrédito, isto é, de não reconhecimento de autoridade por parte do enunciatário.

O processo de não reconhecimento do sujeito comunicante pode ser observado pela indiferença ou pela contestação, como se verifica, em grande medida, nos comentários feitos por cidadãos nos perfis de organizações públicas nas plataformas digitais (Silva, 2021). Esse cenário de desconfiança generalizada é agravado pelo avanço de movimentos populistas de extrema-direita em escala global, que, de forma coordenada, investem em campanhas de ataque à integridade da informação e de deslegitimação das instituições democráticas (Da Empoli, 2022), como veremos no caso Faustão.

O caso Faustão e a campanha de desinformação

O levantamento da FGV-ECMI revelou que o transplante de coração do Faustão monopolizou o debate sobre saúde no ambiente digital no período de entre 1º e 30 de agosto de 2023. O estudo mostrou que muitas narrativas que circularam nas plataformas envolviam desinformação sobre o funcionamento da fila de transplantes do Sistema Único de Saúde (SUS) e até mesmo sobre as vacinas da Covid-19. O levantamento analisou 5.186 publicações no Instagram; 22.541, no Facebook e Instagram, e 110 mensagens veiculadas no Telegram sobre o assunto.

O transplante do apresentador produziu uma série de questionamentos por parte significativa dos opositores do governo Lula no ambiente digital, sendo que muitos levantaram suspeitas em relação à administração do SUS, e acusaram o MS de privilegiar o apresentador. As campanhas de desinformação reverberam o sentimento de que o SUS é demorado e burocrático, apesar de mostrarem um certo desconhecimento sobre o funcionamento de determinados serviços de saúde. Esses dois pontos, um motivado por disputa política, e outro por uma dúvida legítima, levantaram essa desconfiança.

Mesmo após o Ministério da Saúde emitir uma nota à imprensa⁵ explicando sobre o funcionamento dos transplantes no Brasil, muitas pessoas continuaram a disseminar informações falsas sobre o tema no ambiente digital, como mostra o estudo da FGV- ECMI. Em uma das *fake news* colocadas em circulação no ambiente digital, foram feitas comparações entre Faustão e MC Marcinho, que morreu no dia anterior ao transplante com falência múltipla de órgãos. A informação não levava em conta que o cantor tinha sido retirado da lista de transplantes um tempo antes devido a uma infecção generalizada.

Faustão recebeu um novo coração em 27 de agosto de 2023, em procedimento realizado no Hospital Albert Einstein, em São Paulo (SP). O apresentador havia sido diagnosticado com um quadro de insuficiência cardíaca grave e recebido indicação para o transplante

5. Disponível em: <gov.br/saude/pt-br/canais-de-atendimento/sala-de-imprensa/notas-a-imprensa/2023/actualizacao-de-transplantes-de-coracao-realizados-nesta-semana>. Acesso em 8 ago. 2024.

no dia 20 de agosto de 2023, cerca de uma semana antes da cirurgia. De acordo com informações do painel do Sistema de Transplantes do Brasil (SNT)⁶, logo após a inclusão de Faustão, havia 385 pessoas aguardando um novo coração, mas isso não quer dizer que o apresentador furou a fila. Segundo o MS, fatores como gravidade tornaram o caso de Faustão prioridade, o que o levou ao início da lista de espera.

De forma geral, o mencionado transplante é tratado nas plataformas de redes sociais com ironia e humor, seja a partir de piadas sobre como os pobres são tratados nos serviços de saúde no Brasil, seja com memes que reforçam a ideia de que pessoas com maior poder aquisitivo são favorecidas pelo SUS. Em um dos vídeos desinformativos⁷, um homem afirma que Faustão não respeitou a fila de espera e passou na frente de cinquenta mil pessoas justamente por ser rico e famoso: “Eu tô aguardando há tempo com o pé na cova, mas eu não furei fila não, porque eu sou pobre. Eu não vou receber, eu vou morrer”. A legenda do material apresenta o seguinte texto: “No Brasil, só quem faz transplante de coração é rico”.

Figura 1a: Série de informações falsas sobre o transplante de coração do apresentador Faustão



Autor: FGV-ECMI

6. Disponível em: <gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contra-fake/noticias/2023/08/como-funciona-a-lista-de-transplantes-de-orgaos-no-brasil>. Acesso em 8 ago. 2024.

7. Disponível em: <estadao.com.br/estadao-verifica/faustao-furou-fila-50-mil-pessoas-engonoso>. Acesso em 8 ago. 2024.

Figura 1b: Série de informações falsas sobre o transplante de coração do apresentador Faustão



Autor: FGV-ECMI

O levantamento da FGV-ECMI mostrou que a desinformação sobre o caso do apresentador também se referiu à eficácia das vacinas contra a Covid-19. No Telegram, além de informações falsas sobre a fila do SUS, houve mensagens alegando que o apresentador teria desenvolvido a insuficiência cardíaca devido ao imunizante contra o coronavírus. No entanto, Faustão já tinha problemas cardíacos antes mesmo de a vacinação contra a Covid-19 ter início no Brasil. Em dezembro de 2020⁸, meses antes de a primeira dose ter sido aplicada, o apresentador colocou um marca-passo – pequeno aparelho implantado perto do coração para monitorar e controlar os batimentos cardíacos.

Além disso, no Instagram e no Facebook, publicações sugeriam que a vacina seria a causa do óbito do suposto doador do coração de Faustão, um jogador de futebol que morreu aos 35 anos, vítima de um Acidente Vascular Cerebral (AVC) isquêmico, no dia 26 de agosto de 2023 (um dia antes do procedimento). Esse tipo de desinformação se filia a um discurso negacionista de grupos políticos que defendem teorias conspiratórias sobre a eficácia dos

8. Disponível em: <gente.ig.com.br/celebridades/2021-08-12/faustao-hospital-cirurgia-cateter-dialise.html>. Acesso em 8 ago. 2024.

imunizantes contra a Covid-19 (Szwako; Ratton, 2022), mesmo que as autoridades de saúde tenham confirmado que efeitos adversos graves em função da vacinação são raros.

As estratégias comunicacionais do Ministério da Saúde

Investigar as estratégias comunicacionais adotadas pelos MS no caso das campanhas de desinformação distribuídas sobre o transplante do apresentador Faustão se mostra importante por conta de duas razões principais: I) o orçamento público envolvido na formulação e veiculação de campanhas de utilidade pública, como as de incentivo à doação de órgãos; e II) a responsabilidade que o MS tem de orientar a população em situações de crise ou de não adesão a programas governamentais.

Quando se trata de estimular condutas desejáveis em saúde ou de facilitar o acesso a direitos garantidos pelo Estado, é necessário pensar sobre em que medida a comunicação de instituições públicas pode se aproveitar de episódios polêmicos, que monopolizam a atenção da sociedade, para justificar as políticas públicas vigentes. Nesses casos, busca-se reconhecimento como sujeito perito, portador de legitimidade e credibilidade, capaz de produzir entendimentos sobre ações e programas de governo.

No caso Faustão, verificamos que a comunicação pública governamental do MS produziu uma série de conteúdos informativos que buscaram mitigar os danos provocados por essas informações falsas e imprecisas acerca do assunto; e explicar a política pública de transplante de órgãos no Brasil. Entre as publicações feitas pelo Ministério da Saúde nas plataformas de redes sociais, estão uma *thread* no antigo Twitter (fig. 2), e posts no Tik Tok, Facebook e Instagram (fig. 3).

Figura 2: Thread explicando o sistema de transplantes de órgãos no Brasil

Ministério das Saúde
@minsaude

O Brasil tem o maior sistema público de transplantes de órgãos no mundo e isso é motivo de orgulho! A lista de transplante é única e vale tanto para os pacientes do SUS quanto para os da rede privada.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 176,6 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

Quando os critérios técnicos são semelhantes, a ordem é cronológica de cadastro, ou seja, a ordem de chegada, função como critério de desempate. Pacientes em estado crítico são atendidos com prioridade, em razão da sua condição clínica.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 100,8 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

E quais os critérios da lista de espera por um órgão? São todos critérios técnicos, em que litagem sanguínea, compatibilidade de peso e altura, compatibilidade genética e critérios de gravidade distintos para cada órgão determinam a ordem de pacientes a serem transplantados.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 281,8 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

Toda a estrutura é gerenciada pelo Ministério da Saúde, que assegura que cirurgias de alta complexidade sejam realizadas para pacientes de rede pública e privada, em situação de igualdade.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 153,6 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

No caso do apresentador Fausto Silva, em razão de seu estado grave de saúde, ele recebeu um coração após constatada a compatibilidade necessária para o procedimento.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 135 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

Além dele, só na última semana, entre 19 e 26 de agosto, foram realizados 11 transplantes de coração no país, sendo sete no estado de São Paulo, unidade da federação com maior volume de transplantes.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 151,2 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

No primeiro semestre de 2023, foram realizados 206 transplantes de coração no Brasil, o que representa aumento de 16% em relação ao mesmo período do ano passado.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 142,6 mil Visualizações

Ministério das Saúde
@minsaude

Todos os pacientes que realizam transplantes por meio do SUS recebem assistência integral, equânime, universal e gratuita, incluindo exames preparatórios, cirurgia, acompanhamento e medicamentos pós-transplante.

0: 24 PM - 27 de ago de 2023 - 127,7 mil Visualizações

Autor: X do Ministério da Saúde**Figura 3:** Perfil Oficial do MS respondendo a um comentário desinformativo

 fraancivan 13 sem
Deus me livre doar meus órgãos pra vocês não respeitar a lista ou até vender para os ricos e famosos 

[Responder](#) [Ver tradução](#)

 minsaude 13 sem
Qualquer manifestação de vender ou comprar órgãos é crime. Nenhum transplante de órgãos é realizado no Brasil sem o conhecimento das Centrais Estaduais de Transplantes das Secretarias de Estado da Saúde. Portanto, esta possibilidade não ocorre. Doação é um ato de livre e espontânea vontade e de amor ao próximo. O fato de muitas pessoas acreditarem em rumores deste tipo contribui para a diminuição do número de doações, tirando a chance de sobrevivência de vários pacientes que aguardam em lista de espera.

Autor: Instagram do Ministério da Saúde

As publicações do Ministério da Saúde (plataformas de redes sociais e site oficial) ressaltam que a priorização dos pacientes à espera de um órgão não tem qualquer relação com prestígio social ou condição econômica. O discurso do MS é que o Sistema Nacional de Transplantes se orienta por critérios técnicos, como gravidade do caso, compatibilidade e condições de saúde que viabilizem uma boa recuperação pós-transplante. Na nota à imprensa, publicada às 18h09 no

mesmo dia do transplante de Faustão, o texto chama a atenção para o fato de que o Brasil é referência no assunto e possui o maior sistema público de transplantes de órgãos no mundo.

Na publicação do dia 28 de agosto de 2023 do Instagram do MS⁹, a coordenadora do SNT, Daniela Salomão, rebate boatos e esclarece sobre os critérios para a lista de transplantes no Brasil. Na matéria “Em 2023, no Brasil, espera por transplante de coração foi menor que 30 dias para 27,5% dos pacientes”¹⁰, publicada no site oficial do MS no mesmo dia, o órgão federal exalta a redução no tempo de espera por um órgão no país. O texto explica ainda que não existe intervenção humana no processo, uma vez que é automatizado: “Quando um paciente receptor é inserido no sistema pela equipe de transplante, todos esses dados são informados. Quando são inseridos os dados do doador, é o sistema informatizado, por meio de algoritmos, prevendo todos os critérios, que vai gerar a lista de pacientes aptos a receber o órgão doado”.

Já a publicação do dia 1º de setembro de 2023 do Instagram do MS¹¹, a comunicação pública governamental do Ministério da Saúde promove a campanha Setembro Verde, que incentiva a doação de órgãos. No texto do post, o órgão federal menciona que “A esperança de uma segunda chance depende de você. Ao conversar com sua família sobre doação de órgãos e deixar explícita a sua vontade de ser um doador, você pode salvar a vida de quem precisa”. Ao divulgar a campanha, o MS, como sujeito comunicante, busca, mais uma vez, reforçar sua posição de instituição oficial de informação pública.

As estratégias comunicacionais do MS para se contrapor às informações falsas e imprecisas sobre o SNT mostram que a comunicação pública exerce um papel fundamental no processo de desenvolvimento das políticas públicas. Nossa argumento, explicado no esquema abaixo (fig. 4), é que enquanto a desinformação busca provocar dúvidas e controvérsias, confundindo os atores sociais envolvidos num dado problema público; a comunicação pública, além de promover

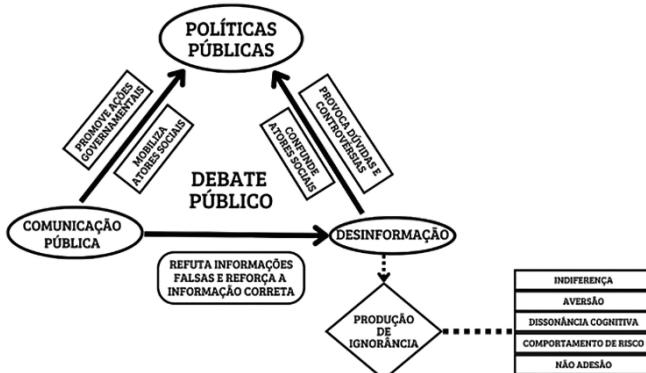
9. Disponível em: <[instagram.com/reel/CwgExmTqs_8](https://www.instagram.com/reel/CwgExmTqs_8/)>. Acesso em: 8 ago. 2024.

10. Disponível em: <gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/agosto/em-2023-no-brasil-espera-por-transplante-de-coracao-foi-menor-que-30-dias-para-27-5-dos-pacientes>. Acesso em 8 ago. 2023.

11. Disponível em: <[instagram.com/p/CwqCPZvA9Nd](https://www.instagram.com/p/CwqCPZvA9Nd)>. Acesso em 8 ago. 2024.

as ações de governo e mobilizar as pessoas, tenta refutar os conteúdos fraudulentos e reforçar as informações corretas sobre as políticas públicas em tela.

Figura 4: Esquema que explica o trinômio políticas públicas – comunicação pública – desinformação



Autor: Elaboração própria.

No que se refere ao esquema acima, podemos considerar que quando a população confia nas informações que recebe dos órgãos públicos, é mais provável que se envolva positivamente nas ações e programas de governo. Em tempos de produção deliberada de ignorância, a noção de integridade informacional se torna fundamental para guiar o comportamento das pessoas e fornecer respostas eficazes aos problemas que afetam a coletividade. Por isso, cresce a preocupação de governos e organismos internacionais sobre como promover a integridade da informação, prevenindo e enfrentando a desinformação sobre políticas públicas.

A qualidade das informações públicas divulgadas pode contribuir para a adesão ou a indiferença dos cidadãos em relação aos programas governamentais e serviços públicos existentes, como a política de transplantes de órgãos no Brasil. A aversão a um certo tipo de política pública ou o comportamento de risco da sociedade pode influenciar a qualidade do gasto público e os resultados esperados pela administração pública. Sem dúvida, a oferta de informações precisas e confiáveis é essencial para a tomada de decisões pelo público, a confiança das instituições públicas, e o funcionamento de uma sociedade democrática.

Considerações finais

Examinando a produção discursiva do MS, a partir da teoria semiolinguística, constata-se que o órgão federal busca, por meio de diferentes formatos, refutar informações falsas e imprecisas colocadas em circulação por uma série de conteúdos desinformativos. Ademais, a comunicação pública governamental do MS, enquanto sujeito comunicante, busca ser reconhecida pelo público como instância especializada de informação pública, ou seja, como um sistema perito que fornece dados técnicos que correspondem à realidade.

O discurso do MS, materializado pelas publicações das plataformas de redes sociais e do site oficial, reforça a ideia de que o apresentador de TV não teve prioridade na fila de espera por transplante por ser famoso ou rico. Ao explicar, de forma pormenorizada, o processo de execução dessa política pública e os critérios para a realização desse procedimento clínico, o órgão federal argumenta que o Sistema Nacional de Transplantes é seguro e confiável.

Os métodos adotados no trabalho em tela não permitem - e não tinham como objetivo - determinar se há uma relação causal entre a estratégia de comunicação pública governamental do MS e a redução de danos causados pela desinformação no caso Faustão. Por outro lado, podemos afirmar que uma parcela significativa da população, mesmo tendo acesso a uma informação oficial e precisa, continuará reproduzindo discursos desinformativos, seja por estratégia política ou para reduzir a dissonância cognitiva¹².

Referências

Barbosa, M.; Rêgo, A. Regina. *A Construção Intencional da Ignorância: o Mercado das Informações Falsas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

12. Festinger (1962) aponta que, como resposta à dissonância cognitiva, que se apresenta como inconsistência entre sua crença particular e a realidade dos fatos, o indivíduo dissonante acrescenta cognições enviesadas, que reafirmam suas convicções. As teorias da dissonância cognitiva determinam que o ser humano fará todo o possível para buscar sintonia entre seu comportamento (o que faz) e suas crenças (o que pensa). Assim, diante da eclosão de informações de todo tipo a que cada sujeito é submetido diariamente, estarão propensos a considerar como verdadeiros os conteúdos que minimizam ao máximo sua dissonância cognitiva, ou seja, esse sujeito aceitará como verdade aquelas informações que mais convergem com suas crenças pré-estabelecidas.

- Benkler, Y.; Faris, R.; Roberts, H. *Network Propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- Bennett, W. L.; Livingston, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139, 2018.
- Boczkowski, P. *Abundance: on the experience of living in a world of information plenty*. New York: Oxford University Press, 2021.
- Brasil. Ministério da Saúde. *Atualização de transplantes de coração realizados nesta semana*. Brasília, 2023. Disponível em <gov.br/saude/pt-br/canais-de-atendimento/sala-de-imprensa/notas-a-imprensa/2023/atualizacao-de-transplantes-de-coracao-realizados-nesta-semana>. Acesso em: 27 ago. 2023.
- Brasil. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília: Congresso Nacional, 1988. Disponível em: <planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 16 mar. 2024.
- Burke, P. *Ignorância: uma história global*. São Paulo: Vestígio, 2023.
- Capella, A. C. N. Agenda-Setting. In: Di Giovanni, G.; Nogueira, M. A. (org.). *Dicionário de Políticas Públicas*. São Paulo: Imprensa Oficial; FUNDAP, 2013.
- Capella, A. C. N. *Formulação de Políticas Públicas*. Brasília: Enap, 2018.
- Cezar, Layon Carlos. Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental. *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro, v. 52, n. 1, jan./fev. 2018.
- Charaudeau, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- Charaudeau, P. *Linguagem e discurso – modos de organização*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- Charaudeau, P. *Discurso político*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- Da Empoli, G. *Os Engenheiros do Caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. São Paulo: Vestígio, 2022.
- Duarte, J. Sobre a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. In: *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. Kunsch, M. M. K. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

- Empoli, G. *Os engenheiros do caos*. São Paulo: Vestígio, 2019.
- Festinger, L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. 2. ed. Stanford, CA: Stanford University Press, 1962.
- Fischer, M. *A máquina do caos*. São Paulo: Todavia, 2023.
- Giddens, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo, Editora Unesp, 1991.
- Kingdon, J. *Agendas, alternatives, and public policies*. 3. ed. New York: Harper Collins, 2003.
- Lassance, A. Comunicação e políticas públicas. In: Paulino, Fernando Oliveira (org). *Lusocomum: transparência, governança, accountability e comunicação pública*. Brasília: Casa das Musas, 2009.
- Lassance, A. Comunicação em políticas públicas de direitos humanos. In: Delgado, Ana L.M.; Gatto, Carmen I.; REIS, Maria S. R.; Alvez, Pedro A. (Org.). *Gestão de Políticas Públicas de Direitos Humanos*. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2016.
- Machío, A. Galán. *Agnotología: sociología de la ignorancia, ignorancia de la sociología*, 2020. E-Book Kindle.
- Marques, Eduardo; Faria, Carlos A. P. de (Org.). *A política pública como campo multidisciplinar*. São Paulo: Unesp ; Rio de Janeiro: Fiocruz, 2013.
- Medeiros, A. M.; Chirnev, L. *Guia da Comunicação Pública*. Disponível em: <abcpublica.org.br/wpcontent/uploads/2021/10/guia_de_comunicac%cc%a7a%cc%83o_pu%cc%81blica.pdf>. Acesso em 7 jan. 2024.
- McIntyre, L. *The scientific attitude: defending science from denial, fraud, and pseudoscience*. Cambridge: Mit Press, 2019.
- Oreskes, N.; Conway, E. M. *Merchants of doubt*. New York: Bloomsbury Publishing, 2019.
- Proctor, R. N.; Schiebinger, L. *Agnotology: the making and unmaking of ignorance*. California: Stanford University Press, 2008.
- Ribeiro, A. ; Silva, E. C. M. ; Vaz, Jose Carlos. Possibilidades, desafios e o papel do Estado no uso de Blockchain para o combate às Fake News e Desinformação. In: IX Encontro Brasileiro de Administração Pública - SBAP, 2022, São Paulo. *Anais do...* São Paulo: SBAP, 2022. p. 1-16.

Santos, N. Por que precisamos discutir a chamada “integridade da informação”? *Le Monde Diplomatique Brasil*, 06 fev. 2024. Disponível em <diplomatique.org.br/integridade-da-informacao>. Acesso em: 07 ago. 2024.

Silva, M. Carvalho da. *A comunicação pública no enfrentamento à desinformação: estratégias e rupturas no contrato comunicacional do Senado no Facebook*. Santo André, 2021. Tese (Doutorado em Ciências Humanas e Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do ABC, 2021.

Recuero, Raquel; Soares, Felipe B.; Zago, Gabriela. Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a Desinformação sobre Covid-19 no Twitter, *Contracampo*, v. 40, n. 1, 2021.

Secchi, L. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Szwako, José; Ratton, José Luiz. *Dicionário dos negacionismos no Brasil*. Recife: Cepe Editora, 2022.

The World Leadership Alliance – Club de Madrid's (WLA-CDM). Protecting Information integrity: national and international policy options. *Report of the roundtable on global governance for information integrity held in Riga (Latvia) on 27 September 2018*. Riga: Ministry of Foreign Affairs, 2018. Disponível em: <clubmadrid.org/wp-content/uploads/2019/03/protectinginformation-integrity-web.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2024.

United Nations. strategic guidance on information integrity: forging a pathway to truth, resilience and trust, 2022. Disponível em: <undp.org/publications/information-integrity-forging-pathway-truthresilience-and-trust>. Acesso em: 07 ago. 2024.

Wardle, C.; Derakhshan, H. Information Disorder: Toward an interdisciplinarian framework for research and policy making. *Concil of Europe*, 2017. Disponível em: <rm.coe.int/information-disorder-toward-aninterdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 4 jan. 2020.

OS AUTORES

ADRIANA CRISTINA OMENA DOS SANTOS

Professora titular na Universidade Federal de Uberlândia – UFU contemplada com bolsa produtividade em pesquisa junto ao CNPq, onde faz parte do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação – PPGCE (mestrado profissional) e do Programa de Pós-Graduação em Educação – PPGED (mestrado e doutorado). Possui graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de Piracicaba – Unimep, mestrado e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP. Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação Pública no Institute for Science, Society and Policy (ISSP) da University of Ottawa (Canadá). É editora da Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, pela Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC, onde também é diretora adjunta e coordena o GT 18 – Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación.

ARTUR OLARI LIRA

Atualmente, é doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná - UFPR, onde também fez mestrado em Comunicação e Formações Socioculturais, além da graduação em Comunicação Social – Jornalismo. É especialista em Jornalismo Esportivo pelo Centro Universitário Internacional Uninter.

CARLOS CAMPONÉZ

É professor associado da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Membro do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, tem desenvolvido a sua investigação na área da ética e deontologia do jornalismo, autorregulação e temas socioprofissionais dos jornalistas. É um dos fundadores da Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público, que dirigiu durante as suas primeiras 14 edições. Atual vice-presidente da Confederação Lusófona de Ciências da Comunicação - Lusocom e vice-presidente da Associação Portuguesa das Ciências da Comunicação - Sopcom.

CARLOS TOURAL BRAN

Profesor na Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela – USC, onde tamén é licenciado en Xornalismo e doutor en Ciencias da Comunicación. Imparte docencia en materias relacionadas cos cibermedios, o ámbito multimedia, os novos formatos e o deseño. Ten publicado numerosos libros e artigos no campo da converxencia, a arquitectura da información, as redes sociais e os cibermedios. Membro do grupo de investigación Novos Medios desde o ano 2006, foi vicedecano da Facultade de Ciencias da Comunicación da USC, onde actualmente é Director do Gabinete do Reitor. É o actual presidente de Lusocom – Confederación Lusófona de Ciencias da Comunicación e director da RAEIC – Revista da Asociación Española para a Investigación da Comunicación.

CAROLINA FERNANDES DA SILVA MANDAJI

Professora associada do bacharelado em Comunicação Organizacional e do mestrado em Estudos de Linguagens da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Doutora (2011) e mestre (2005) pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo (2001) pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Realizou estágio pós-doutoral na Faculdade de Ciências da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela – USC, junto ao Grupo de Estudos Audiovisuais (2022). Currou Cinema no Centro Europeu (2018) e tem experiência na área de Comunicação (com ênfase em Audiovisual, Televisão, Gêneros Midiáticos).

CICILIA MARIA KROHLING PERUZZO

Professora visitante colaboradora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Uerj e da Univer-

sidade Federal do Espírito Santo – Ufes. Possui doutorado em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo – USP, mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp, graduação em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social Anhembi. Fez o pós-doutorado no Centro de Investigações Interdisciplinares em Ciencias y Humanidades (CEIICH) da Universidade Nacional Autônoma do México – Unam. É pesquisadora produtividade em pesquisa-PQ/CNPq. Coordena o Núcleo de Estudos em Comunicação Popular e Comunitária (Comuni).

CLAUDIA MIRANDA RODRIGUES

Mestre (2016) e doutora (2021) em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, sanduíche na Universidade de Leeds (2019/2020). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ (1986). Integrante do Grupo de Pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais da PUC-Rio.

DENIZA CLARICE GURGEL DE FREITAS CEZÁRIO

Jornalista, com MBA em Semiótica e Pós em Comunicação Digital, Branding e Storytelling. Sócia da Quartzo Comunicação Estratégica. Coautora do livro Encontre sua marca. Pesquisadora pelo Grupo Informação Pública e Eleições (IPE) do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília – UnB. Tem como foco o estudo sobre o impacto da imagem na percepção do eleitor e consolidação de marca política, tema do mestrado feito no Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – IDP, a ser defendido em 2025. Desde 2006 atua na área de comunicação política. Passou por órgãos do poder executivo e legislativo, além de campanhas eleitorais para candidatos ao governo do DF, à Câmara dos Deputados e à CLDF.

ENEUS TRINDADE BARRETO FILHO

Professor titular na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. Bolsista Produtividade (PQ) Nível 2 CNPq. Possui graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE (1995), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP (1999), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP (2003). Tem pós-doutorado em Antropologia Visual pela Universidade Aberta de Portugal – UAb (2009), livre-docência em Ciências da Comunicação pela USP (2012), e estágio pós-doutoral na condição de professor convidado para a Chair Nu-

meratice Publicitaire do Celsa Sorbonne Universités Paris -FR (1S/2018) Projeto TransNum. Foi coordenador (2013-2017) e vice-coordenador (2019-2021) do Programa de Pós-graduação em Comunicação da ECA/USP. Foi presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2).

FERNANDO FERREIRA DE ALMEIDA

Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação, pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp (2000). Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, pela Universidade Metodista de Piracicaba – Unimep. Foi professor em tempo integral, nos cursos de Publicidade e Propaganda e de Comunicação Mercadológica, da Umesp (2003-2018). Professor nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Radialismo na Unimep (1985-2006). Professor no curso de Publicidade e Propaganda, das Faculdades Integradas Claretianas (2000-2007). Na Intercom, foi diretor financeiro (1993-2017); vice-presidente (2017- 2020); presidente do Conselho Fiscal (2020-2023); e diretor administrativo (2023-Atual). É membro da comissão organizadora e científica dos Congressos (1994-Atual).

GABRIELA MACKERT OCCHIPINTI

Graduanda em Jornalismo na Universidade Estadual Paulista – Unesp. Graduada em Gestão de Negócios e Inovação na Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – Fatec (2021). Bolsista de iniciação científica na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp (2023-2025), com parte da pesquisa desenvolvida no LabCom da Universidade da Beira Interior – UBI (Bepe-Fapesp) em Covilhã, Portugal. Estagiária nas redações do Money Times e Revista AnaMaria Digital. Membra do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade (Lecotec). Atualmente está em intercâmbio nacional na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP.

GENIO NASCIMENTO

É pós-doutorando no Programa de Extensão da Educação Superior na Pós-Graduação (Proext-PG) da Universidade de Taubaté – Unitau, com bolsa de pesquisa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes. É mestre (2017) e doutor (2022) em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi – UAM. Bacharel (2009) em Letras pela Universidade de São Paulo – USP. É colaborador da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação desde 2004. É editor da Insólita – Revista Brasileira de Estudos Interdis-

ciplinares do Insólito, da Fantasia e do Imaginário desde 2021. Membro dos Grupos de Pesquisa “Estudos do Horror e do Insólito na Comunicação (UAM/CNPq)” e “Narratividade – Narrativas, Consumos e Audiovisualidades (UFSM/CNPq)”. Colaborador no Mestrado Profissional de Educação (MPE) da Unitau.

GIL EZEQUIEL PEREIRA ABREU

É publicitário e pesquisador. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Bolsista pela Fapemig com Bolsa de Desenvolvimento em Ciência, Tecnologia e Inovação – BDCTI. Integra o grupo de pesquisa CPCienTE – Interfaces em Comunicação Pública da Ciência, Tecnologias e Educação vinculado à UFU.

HENRIQUE SILVA AFONSO DE MENDONÇA

Doutorando em Mídia e Tecnologia pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Universidade Estadual Paulista – Unesp. Graduado em Jornalismo na Unesp. Bolsista de iniciação científica na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp (2022-2024), com parte da pesquisa desenvolvida na Universitat de Barcelona (Bepe-Fapesp). Trainee de Jornalismo Econômico do Grupo Estado (Estadão/Broadcast). Especialização em Jornalismo Econômico pela Escola de Economia de São Paulo (EESP-FGV). Membro do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade (Lecotec). Bolsista da Pró-Reitoria de Extensão Universitária e Cultura (Proec-Unesp) durante 2021.

ILZA MARIA TOURINHO GIRARDI

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP (2001), mestra em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp (1988) e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (1975). Durante o doutorado realizou estudos na Universidade Autônoma de Barcelona – UAB. É professora titular aposentada do Departamento de Comunicação da UFRGS e participa como docente-pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da mesma universidade. No ano de 2015 recebeu o Prêmio Pioneiras da Ecologia da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul em reconhecimento ao trabalho realizado na UFRGS voltado para a formação de estudantes da graduação e pós-graduação a partir da perspectiva ambiental.

ISABELE BORGES DA SILVA

Estudante de graduação do curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR.

JOÃO CUBAS MARTINS

Possui graduação em Comunicação Social - Relações Públicas pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR (2010) e em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná – UFPR (2020). É especialista em Gestão Pública pela Universidade Federal do Paraná – UFPR (2014), mestre em Administração Pública pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR (2019), mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná – UFPR (2024), e doutorando em Comunicação pela mesma instituição. Atua como Relações-públicas na UFPR.

JOSÉ CARLOS FERNANDES

Docente, pesquisador e extensionista do Departamento de Comunicação (Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda) da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGCom-UFPR. Doutor e mestre em Estudos Literários pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, pós-doutorado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; especialização em História da Arte no Século XX pela Escola de Música e Belas Artes do Paraná – Embap). É graduado em Filosofia pelo Cearp/Unioeste (1985), Jornalismo pela UFPR e Gravura pela Escola de Belas Artes do Paraná (1993). É coordenador do programa de extensão Núcleo de Comunicação e Educação Popular (Ncep), da UFPR.

JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO

Livre-docente em Políticas de Comunicação, Mídia e Indústrias Criativas pela Universidade Estadual Paulista – Unesp, bolsista de produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq. É professor do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, além de liderar o Lecotec Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade, na Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Unesp. Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp, mestre em Ciência Política pela Universidade Estadual de Campinas – Unicamp e bacharel em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas. Realizou estágios pós-doutoriais na Universidade de Sevilha – US e na Universidade Carlos III de Madri – UC3M.

LEONEL AZEVEDO DE AGUIAR

Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio, recebeu duas premiações de entidades científicas da área da Comunicação enquanto orientador: Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo (Orientador - Doutorado 2018), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo; Prêmio Compós de Teses e Dissertações (Orientador - Mestrado 2013), da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Possui doutorado e mestrado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense – UFF. Integrou a Comissão Assessora de Avaliação da Área de Comunicação Social/Enade no período 2012-2014 (Portaria Inep nº 151, de 31/05/2012). Integrou o Conselho de Ética da Agência de fact-checking Lupa (2019-2022). Convidado pela Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) do Congresso Nacional que investigou a disseminação de fake news, apresentou pesquisa sobre jornalismo e democracia para os parlamentares (dez./2019).

MAÍRA ROSSIN GIOIA DE BRITO

Possui graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp e mestrado em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Foi jornalista responsável pelo Núcleo de Jornalismo da Agência Escola da Universidade Federal do Paraná – UFPR e atualmente é doutoranda em Comunicação pela mesma instituição. É bolsista Capes. Tem mais de 20 anos de experiência em redação de mídia impressa, eletrônica e digital.

MARCELO FERNANDO DE LIMA

Graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR (1992), mestre (1998) e doutor (2010) em Letras pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. É professor-associado da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, no Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação (Dalic), nas graduações de Letras e de Comunicação Organizacional, no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens (PPGEL). Realizou pós-doutorado na Université Bordeaux Montaigne, na França (2025). Atua como colaborador voluntário do jornal Plural Curitiba.

MICHEL CARVALHO DA SILVA

Doutor em Ciências Humanas e Sociais pela Universidade Federal do ABC – UFABC. Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Pau-

lo – USP. Especialista em Comunicação Pública e Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. É Chefe dos Serviços de Comunicação Social da Câmara Municipal de Cubatão (SP). Docente colaborador do projeto de extensão Universidade Aberta para as Pessoas Idosas (Uapi) no Campus Baixada Santista da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). Professor orientador de TCCs no Curso de Especialização em Mídia e Educação no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – IFSuldeMinas). É diretor-adjunto da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPÚblica) - Regional São Paulo.

MICHEL DOUGLAS SILVA

Estudante de Graduação do curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

MIRNA TONUS

Bacharel em Jornalismo pela Universidade Metodista de Piracicaba – Unimep (1991), mestre em Educação pela mesma instituição (1998) e doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, com Pós-doutorado em Sociologia na Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Professora titular da Universidade Federal de Uberlândia – UFU, atuando no curso de Comunicação Social – Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação/Curso de Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE), o qual coordena desde 2021, estando em seu segundo mandato. Membro da Comissão Técnica de Jornalismo do INEP 2015-2016. Membro da Red Clacso GT Apropiación de tecnologías digitales e interseccionalidades 2023-2025. Coordenadora do Setor de Comunicação e membro do Conselho Curador do Museu Universitário de Arte (MUNA) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) (2020-2024).

RENATA RICHARD COUTO

Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, especialização em Sociologia, Política e Cultura e mestrado em História Social da Cultura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RJ. Congrega mais de 20 anos no terceiro setor passando por diversas organizações. Atualmente, é diretora executiva do Instituto Desiderata, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, onde busca, contribuir com ações que permitam ao SUS, o ágil diagnóstico e melhor atendimento em casos suspeitos de câncer infantojuvenil, assim como na prevenção e controle da obesidade em crianças e adolescentes.

RICARDO MATOS DE ARAÚJO RIOS

Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ, mestre em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas e pela Universidade de Coimbra – UC-PT, e doutor em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Criou aos 12 anos de idade a TV Barbacena. Primeira e maior WebTV (televisão pela internet) da cidade de Barbacena, interior de Minas Gerais, o site foi contemplado com o Prêmio iBest, o maior e mais importante prêmio da internet brasileira, em 2008, na categoria Regional – Minas Gerais. No âmbito acadêmico, foi vencedor do Prêmio José Marques de Melo (2015), além de ser finalista do mesmo Prêmio em 2013, que é promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia – Rede Alcar.

VALQUÍRIA MICHELA JOHN

Professora permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM e dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali (2000) e mestrado em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (2004). Vice-líder do grupo Nefics - Núcleo de Estudos de Ficção Seriada e Audiovisualidades (PPGCOM/UFPR), líder do grupo Obitel UFPR, integrante da Rede Obitel Brasil - Observatório Ibero Americano de Ficção Televisiva. Atuou como coordenadora do PPGCom–UFPR (2018-2020). Atua desde 2018 na Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica da UFPR e desde 2020 no Programa Interinstitucional de Ciência Cidadã na Escola (PICCE). É a atual presidente da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (biênio 2025-2027). Bolsista PQ 2 CNPq.

"Não serei o poeta de um mundo caduco.
Também não cantarei o mundo futuro.
Estou preso à vida e olho meus companheiros.
Estão taciturnos mas nutrem grandes esperanças.
Entre eles, considero a enorme realidade.
O presente é tão grande, não nos afastemos.
Não nos afastemos muito, vamos de mãos dadas."

*Carlos Drummond de Andrade
Mãos dadas, 1940, In: Sentimento do Mundo*

**Federação Lusófona de Ciências da Comunicação
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**



ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA 2024/25

**COMUNICAÇÃO, MÍDIA E JORNALISMO:
COMO CONSTRUIR COMUNIDADES PÓS-COLONIAIS?**

O Anuário Lusocom 2024-2025 constitui-se na reafirmação das alianças entre associações científicas da área de comunicação que buscam a valorização das Ciências da Comunicação também como um lugar de expressão do pensar, viver e sentir de falantes de língua portuguesa e galega. Realizado na Universidade do Vale do Itajaí - Univali, em Balneário Camboriú/SC, o XV Congresso da Lusocom reuniu representantes das principais associações lusófonas de comunicação: ACICOM – Associação Moçambicana de Comunicação, AGACOM – Asociación Galega de Investigadores en La Comunicación, INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, SOPCOM – Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação e MIDIACOM – Sociedade Cabo-verdiana de Ciências da Comunicação. Os tetos deste Anuário são resultantes da seleção de artigos discutidos e apresentados durante o XV Lusocom. Desejamos uma boa leitura.