

PESQUISA EM JORNALISMO:

entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade



Organizadores:
Gilson Pôrto Jr.
Fabiano Ormaneze


Observatório
Edições

Audiodescrição:

Capa do livro PESQUISA EM JORNALISMO: entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade. Organizadores: Gilson Pôrto Jr. e Fabiano Ormaneze. Publicado sob o selo Observatório Edições. Capa retangular vertical com fundo em pinceladas disformes em tons cinza e preto e cores quentes. O topo tem o título do livro, em duas linhas, centralizado, seguido pelo subtítulo, também em duas linhas. No rodapé, à direita, o logotipo da Observatório Edições; e à esquerda, o nome dos organizadores Gilson Pôrto Jr. e Fabiano Ormaneze. Fim da audiodescrição.

Gilson Pôrto Jr.
Fabiano Ormaneze
(Orgs.)

**PESQUISA EM JORNALISMO: entre a
emergência de um campo e a
interdisciplinaridade**

Observatório Edições
2023

Diagramação/Projeto Gráfico: Gilson Pôrto Jr./ Fabiano Ormaneze
Arte de capa: Adriano Alves

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pelo Selo Observatório/OPAJE estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

Dados Internacionais de Catalogação
Código de Catalogação Anglo-Americano AACR2

P474

Pesquisa em Jornalismo: entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade [recurso eletrônico]. / Organizadores: Gilson Pôrto Jr e Fabiano Ormaneze. -- Palmas, TO: Observatório Edições, 2023. 184 p.

Contém bibliografia
ISBN 978-65-999742-3-6.

1. Jornalismo – Pesquisa. 2. Jornalismo - Estudos de Comunicação. 3. Interdisciplinaridade. I. Pôrto Jr, Gilson. II. Ormaneze, Fabiano.

CDD 070.4
CDU 070:001.8
LCC PN4699-5650

Marcelo Diniz – Bibliotecário – CRB 2/1533. Resolução CFB 184/2017.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Observatório Edições e/ou do OPAJE/UFT. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais. Todos os textos foram avaliados por pares (duplo-cego).

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

REITOR Prof. Dr. Luís Eduardo Bovolato	Pró-Reitor de Graduação Prof. Dr. Eduardo Cezari
VICE-REITOR Prof. Dr. Marcelo Leinerker Costa	Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação Prof. Dr. Raphael Sanzio Pimenta
	Pró-Reitor de Extensão e Cultura Profa. Dra. Maria Santana Ferreira dos Santos
	Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT) Dra. Erika da Silva Maciel Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior Dr. Fernando Rodrigues Peixoto Quaresma Dr. José Lauro Martins Dr. Nelson Russo de Moraes Dr. Rodrigo Barbosa e Silva Dra. Marli Terezinha Vieira

SELO EDITORIAL Observatório/OPAJE CONSELHO EDITORIAL

PRESIDENTE Prof. Dr. José Lauro Martins	Membros: Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Brasil Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil Prof. Dr. Rogério Christofoleti Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista Universidade de Caxias do Sul; Universidade Federal do Amazonas, Brasil Profa Dra. Thais de mendonça Jorge Universidade de Brasília (UnB), Brasil Prof. Dr. Fagno da Silva Soares Clio & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesquisa em História Oral e Memória – Instituto Federal do Maranhão (IFMA), Brasil Prof. Dr. Luiz Francisco Munaro Universidade Federal de Roraima (UFRR), Brasil Prof. Dr. José Manuel Pelóez Universidade do Minho, Portugal Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes Universidade Estadual do Tocantins, Brasil
---	---

Como referenciar este livro - ABNT NBR 6023

Documento no todo

PÔRTO JR, Gilson; ORMANEZE, Fabiano (org.). **Pesquisa em Jornalismo**: entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade. Palmas, TO: Observatório Edições, 2023. 184 p. ISBN 978-65-999742-3-6.

Os capítulos

SOBRENOME, Nome; SOBRENOME, Nome. Título do resumo. *l/r*. PÔRTO JR, Gilson; ORMANEZE, Fabiano (org.). **Pesquisa em Jornalismo**: entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade. Palmas, TO: Observatório Edições, 2023. p. XX-XX. ISBN 978-65-999742-3-6.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO / 11

Gilson Pôrto Jr. e Fabiano Ormaneze

CAPÍTULO 1 – O MÉTODO CONTEXTUALISTA NA PESQUISA DE CARÁTER HISTORIOGRÁFICO EM JORNALISMO / 15

Arthur Freire Simões Pires e Antonio Carlos Hohlfeldt

CAPÍTULO 2 – PROPOSIÇÃO METODOLÓGICA PARA A ANÁLISE DE NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO ESPORTE NO IMPRESSO / 43

Fabiana Pelinson, Alfredo Cesar Antunes e Constantino Ribeiro de Oliveira Junior

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE ESPACIAL DE TERRITÓRIOS MEDIATIZADOS: aplicações teórico-metodológicas por meio da Geografia da Comunicação / 69

Lauro Moraes

CAPÍTULO 4 – O PROJETO LUPANH E SUAS INTERCONEXÕES INTERDISCIPLINARES PARA A FORMAÇÃO DE INTELIGÊNCIA SOCIAL HIPERLOCAL / 103

Claudia Maria Arantes de Assis Saar, Samara Sarmanho Serra Rodrigues e Walter Teixeira Lima Junior

CAPÍTULO 5 – O TELEJORNALISMO REGIONAL E A TECNOLOGIA 5G: a cartografia como proposta teórico-metodológica aplicada ao campo/ 123

Guilherme Maia e Leandro Olegário

CAPÍTULO 6 – ECOLOGIA MIDIÁTICA SUL-TOCANTINENSE: um olhar para os Trabalhos de Conclusão de Curso de Jornalismo da UnirG / 149

Ana Carolina Costa dos Anjos, Anette Maria Rodrigues Silva Bento Oliveira, Alice de Sousa Batista e Mauricio Hiroaki Hashizume

CAPÍTULO 7 – MÉTODOS DIGITAIS E PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO: Um quadro teórico básico para estruturação de iniciativas de pesquisas focadas em dados e objetos binários / 173

Márcio Carneiro dos Santos

SOBRE OS AUTORES / 203

SOBRE OS ORGANIZADORES / 207

Este livro é o segundo de uma série iniciada em 2022, que tem como objetivo discutir o ensino, a pesquisa, a extensão e as contribuições do Jornalismo para o desenvolvimento regional. Publicado pelo Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e à Educação (Opaje), o volume reúne relatos e estudos teóricos que circundam a temática da metodologia da pesquisa. Na academia, há muito tempo, resiste uma discussão sobre a pertinência de incluir o Jornalismo no conjunto das atividades científicas com corpo metodológico próprio ou mantê-lo como uma especialidade da Comunicação, com seus métodos clássicos.

Nesta obra, no entanto, essa discussão – que consideramos um tanto ultrapassada – é substituída por outra: a ideia de que a pesquisa em Comunicação e, por consequência, em Jornalismo, precisa de interdisciplinaridade, haja vista a complexa rede que envolve as produções midiáticas e jornalísticas, impactando diversos setores. Para dar conta de tamanha complexidade, compreendemos que pensar em metodologias de pesquisa passa, necessariamente, por acionar diferentes campos, que complementam os métodos tradicionais. Por isso, nesta coletânea, os artigos têm sempre uma perspectiva teórico-prática, envolvendo discussões, mas também aplicações.

O primeiro capítulo é **O MÉTODO CONTEXTUALISTA NA PESQUISA DE CARÁTER HISTORIOGRÁFICO EM JORNALISMO**, de Arthur Freire Simões Pires e Antonio Carlos Hohlfeldt. Os autores contribuem para a reflexão sobre a pertinência da perspectiva

contextualista de Cambridge para os estudos bastante comuns sobre história do Jornalismo no Brasil.

Na sequência, o segundo capítulo é **“PROPOSIÇÃO METODOLÓGICA PARA A ANÁLISE DE NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO ESPORTE NO IMPRESSO**. Fabiana Pelinson, Alfredo Cesar Antunes e Constantino Ribeiro de Oliveira Junior propõem um método que mescla dois tradicionais caminhos utilizados em pesquisas brasileiras: a Análise Pragmática da Narrativa Jornalística e o Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística.

O terceiro capítulo, assinado por Lauro Moraes, discute a emergência de uma nova subárea. Em **ANÁLISE ESPACIAL DE TERRITÓRIOS MEDIATIZADOS: aplicações teórico-metodológicas por meio da Geografia da Comunicação**, o autor não só discute a constituição dessa nova subárea, como também a pertinência de pensar as implicações geográficas da Comunicação, principalmente, em países de larga extensão territorial, como o Brasil.

Os quatro últimos textos do livro relacionam-se com a temática trazida por Lauro Moraes, ao abordarem ligados à regionalização da informação. Assim, o capítulo 4 traz uma discussão sobre interdisciplinaridade no Jornalismo como forma de pensar a metodologia em projetos de extensão. É esse o propósito de Claudia Maria Arantes de Assis Saar, Samara Sarmanho Serra Rodrigues e Walter Teixeira Lima Junior, em **“O PROJETO LUPANH E SUAS INTERCONEXÕES INTERDISCIPLINARES PARA A FORMAÇÃO DE INTELIGÊNCIA SOCIAL HIPERLOCAL**.

No capítulo 5, **O TELEJORNALISMO REGIONAL E A TECNOLOGIA 5G: a cartografia como proposta teórico-metodológica aplicada ao campo**, Guilherme Maia e Leandro Olegário traçam um percurso de pesquisa que considera diferentes tipos de fontes e tecnologias. Os autores tratam da estrutura sistêmica das estratégias adotadas, possibilitando a sua compreensão, aplicação e, até mesmo, adaptação em outras

pesquisas da área, utilizando a cartografia como possibilidade teórico-metodológica como aporte ao teleJornalismo.

No capítulo 6, **ECOLOGIA MIDIÁTICA SUL-TOCANTINENSE: um olhar para os Trabalhos de Conclusão de Curso de Jornalismo da UnirG**, Ana Carolina Costa dos Anjos, Anette Maria Rodrigues Silva Bento Oliveira, Alice de Sousa Batista e Mauricio Hiroaki Hashizume analisam como estudantes do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG) perceberam as dinâmicas de formação e reconfiguração da ecologia midiática na região sul do Tocantins. Para tanto, os autores discutem os processos de tomada de decisão, elaboram categorias analíticas e discutem como que as pesquisas de Trabalhos de Conclusão de Curso se deram entre os anos de 2005-2021. Metodologicamente, fazem uso dos pressupostos teórico metodológicos da análise documental.

Por fim, temos o capítulo 7, intitulado **MÉTODOS DIGITAIS E PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO: Um quadro teórico básico para estruturação de iniciativas de pesquisas focadas em dados e objetos binários**, de Márcio Carneiro dos Santos. Nele, o autor dá uma visão geral da abordagem dos métodos digitais (MD) para pesquisadores das Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas, incluindo conceituação, justificativa, cenários de uso, níveis de complexidade e protocolo básico de aplicação.

Desejamos a todos uma excelente leitura e que o contato com esses capítulos possam ser um método de inspiração para novas investigações.

Gilson Pôrto Jr.
Fabiano Ormaneze
Organizadores

O MÉTODO CONTEXTUALISTA NA PESQUISA DE CARÁTER HISTORIOGRÁFICO EM JORNALISMO

Arthur Freire Simões Pires
Antonio Carlos Hohlfeldt

ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

A pesquisa em Jornalismo é, em larga escala, orientada por metodologias *estrangeiras*, isto é, importadas de outras áreas, assim como, falando genericamente, os estudos em Comunicação Social. Pode-se mencionar que, a título de ilustração, a *análise do discurso* é oriunda da Linguística; a *análise de conteúdo* vem das Ciências Sociais; a *etnografia* nasceu na Antropologia; a *narratologia* foi elaborada na Literatura e assim sucessivamente – como é observado em uma série de obras que, de diferentes modos, tratam dessas questões, como Brandão (2004), Mitchell (1967), Travancas e Farias (2003), Motta (2013) e Martino (2018), respectivamente. Ainda que não exista demérito algum nesse processo de *importação* de métodos – podendo, inclusive, haver benefícios, pois, afinal, revela, em grande medida, a natureza interdisciplinar da subárea – existem algumas particularidades a serem apreciadas, e, em especial, isso ocorre dentro da pesquisa de caráter historiográfico.

De modo geral, as pesquisas de cunho historiográfico, realizadas por pesquisadores do Jornalismo, não parecem seguir

métodos específicos (ou, pelo menos, não declarados nas obras) e, como consequência, sua qualidade acaba por depender da maturidade intelectual de seus agentes (ou de estudos não formais da área de História), como requerem os objetivos desse tipo de exame. Nota-se que existem destacáveis exemplos, nos últimos dez anos, os quais apresentam trabalho de minucioso garimpo, profundidade nas discussões encaminhadas e sua contribuição para o trabalho historiográfico da subárea, como pode ser observado nos casos de Barbosa (2013, 2019), Daros (2022; 2023), Rüdiger (2017), Hohlfeldt (2016; 2022), inclusive em seu trabalho com Comerlato (2022). A existência de um leque de estudos como esses (por óbvio, mais extensa do que a lista de exemplos apresentada), juntamente com as atividades da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) e da *Revista Brasileira de História da Mídia* (RBHM), fortalecem a ideia de que há demanda e interesse dos pares pelo avanço do trabalho de historiografia do Jornalismo (bem como das demais subáreas da Comunicação).

Considerando o exposto, o objetivo desse ensaio é propor uma metodologia nascida na historiografia britânica, intitulada *contextualismo*, às/aos pesquisadores/as do Jornalismo que possuam interesse em realizar pesquisas historiográficas dentro da subárea. Trata-se de uma abordagem para o estudo do pensamento de determinado autor ou a investigação de um conceito específico, como será apresentado na sequência deste texto. A sugestão em questão parte da crítica a uma grande quantidade de estudos que, na visão dos autores deste ensaio, fracassam em apresentar uma visão fidedigna da profissão jornalística, restringindo-se a uma compreensão tecnicista do trabalho – visão que contraria a teoria da área.¹ Além disso, a apresentação dessa perspectiva metodológica

¹ Neste caso, o termo *teoria* faz menção ao conhecimento geral da área — elaborado a partir do desenvolvimento da literatura e das discussões que a permeiam. De acordo com Martino (2021), essa, para além da ideia de teoria

também embasa o entendimento de que, para se fazer um estudo de viés historiográfico, deve-se compreender as dinâmicas do campo da História – como, por meio da prática, bem fazem os exemplos citados no parágrafo anterior.

Para atender aos objetivos descritos, este ensaio dedicará seções para os seguintes pilares: (1) apresentação de alguns conceitos da historiografia, seguido da (2) exposição do *contextualismo* e sua aplicabilidade para os estudos em Jornalismo. Não obstante, antes de seguir para esses encaminhamentos, deve-se discutir, por primeiro, o solo em que se está pisando; quer dizer, a interdisciplinaridade entre a subárea em questão, a Comunicação Social, e a História.

UM TERRENO FÉRTIL E FRONTEIRIÇO

Vera França (2001, s./p.) explicou que as pesquisas em Comunicação “se originaram do aporte de diversas disciplinas” e que “as práticas comunicativas” acabaram chamando a atenção e “se transformaram em objeto de estudo das várias ciências”; uma vez que se percebe a contribuição direta de diversas áreas na fundamentação do campo, torna-se irrefutável “sua natureza interdisciplinar”. A pesquisadora, além disso, fazia o alerta de que se faz necessário, em um contexto de maiúscula proliferação de estudos baseados em filiações teóricas oriundas de outros campos, o questionamento sobre eles tratem *da* ou *sobre* a Comunicação. Afinal, contrariando o senso comum, a totalidade do saber da área não está contida em outros departamentos. A discussão elaborada por França, portanto, segue a ponto de sustentar que não se subestime o conhecimento próprio da Comunicação:

Nós dispomos de um outro saber – que não é o do psicólogo, sobre as atitudes, o do

enquanto formulação para análise de um objeto, é uma das acepções possíveis para o vocábulo.

sociólogo, sobre a cultura, o do advogado, sobre a ética e os direitos, o do médico, sobre o corpo. Nossa reflexão incide sobre esse momento fugaz em que a cultura, os valores, os desejos e as fragilidades que habitam a vida social e a existência concreta dos homens tomam formas, são recriados, modificados e, enquanto representações, são reapropriados, se convertem em modelos, retornam enquanto novas imagens, refletem nos comportamentos e nos corpos – e assim sucessivamente. O especialista da Comunicaçãoalaria sobre a natureza dos programas de TV enquanto parte do movimento da cultura e dos valores de nosso tempo; sobre o papel e a intervenção dos homens que produzem e que consomem tais produtos, tais imagens; sobre a dinâmica dessa produção de hoje – que não é totalitária, absoluta, homogênea, mas fragmentada, heterogênea, impura. E que, através de seus bons e maus produtos, está – com certeza – viva, e em permanente movimento. (França, 2001, s./p.)

Por consequência, a estudiosa brasileira incentiva que se pense sobre o exercício de pesquisa da área em questão (a qual, neste trabalho, vê-se representada nos estudos em Jornalismo) a partir das questões próprias dessa área. Quer dizer, um estudo natural dessa subárea deve compreender as dinâmicas da profissão, pois, no fim das contas, os jornais, as revistas e os demais produtos do trabalho jornalístico não são documentos que surgiram aleatoriamente e

tampouco se constituíram de maneira acidental, ao longo da história.

É José Marques de Melo (2006) quem compila como o material periodístico passa a ocupar uma posição importante enquanto documento de consulta em diversas áreas do universo acadêmico, seja como objeto ou como fonte complementar, secundária. Assim, a análise do material requer, *a anteriori*, um grau de instrução sobre, por exemplo, as funções dos gêneros jornalísticos (questão fundamental para triar e examinar qualquer documento) e a situação sociocultural, por vezes preemente, que pauta as relações de trabalho nas redações – ambos casos evidenciados, dentre outros, nos textos de Marques de Melo (2020) e Breed (1955) respectivamente.

Do contrário, ou seja, caso seja realizada uma pesquisa que não leva em consideração fatores que são definidores da prática jornalística, não se está estudando o Jornalismo em si, mas um fragmento descolado de sua materialidade; ou está se esvaziando todo e qualquer criticismo da profissão, tomando por princípio (direta ou indiretamente e consciente ou inconscientemente) que os jornalistas são, em linhas gerais, meros difusores de informações dispostas pela sociedade, sem qualquer esforço crítico em relação à conjuntura na qual estão inseridos.

Isso posto, o segundo cenário parece ser o mais frequente, considerando as revisões bibliográficas da área (Pereira, Wainberg, 1999; Strelow, 2011; Dias, 2014), tendo em vista que a maior parte dos estudos estão preocupados em discutir o conteúdo sem cruzamentos com as condições sociais e políticas exteriores, anteriores e regionais – como pode ser observado em Barbosa (2017) e Hohlfeldt (2017).

Em outras palavras, descola-se o *corpus* de seu habitat, removendo os predicados históricos que o significam. O prejuízo é que esse tipo de estudo perece na medida em que nasce, pois pouco tem a oferecer à área, é um trabalho que se debruça sobre um grão

de área em meio à vastidão do deserto. Essa prática viciada é fruto de uma aplicabilidade de “esquemas já prontos, bem arranjados, onde só falta inserir o tema de pesquisa”, como pontuado por Ciro Marcondes Filho (2020, p. 279).

Por si só, o emprego de quadros teórico-metodológicos previamente elaborados não é, de modo algum, demérito; no entanto, deve-se ter em mente que, como argumentou Daros (2022, p. 191), “a dinâmica da realidade sempre supera a teoria”. Isso significa dizer que se faz necessário um esforço para compreender aquela aplicação na conjuntura estudada – afinal, a sociedade passa por conflitos, crises e transformações que afetam e moldam o *Zeitgeist* (ou o *espírito do tempo*), leiam-se as condições de temperatura e pressão historicamente colocadas em cada tempo histórico. Marialva Barbosa, a título de ilustração, desenvolve uma sofisticada exposição sobre as características contemporâneas que não se restringem somente ao estudo historiográfico, mas todo e qualquer trabalho que busca, de algum modo, tratar da sociedade atual, pois apresenta atributos definidores do momento histórico tratado, o que, em qualquer pesquisa, funciona como mecanismo de contextualização e análise, pois considera fatores e elementos que situam o objeto na cronologia humana. Segundo a pesquisadora,

diante de um mundo sem projeto futuro e da indistinção dos tempos (não há mais momentos do trabalho, do lazer, do ócio, por exemplo), qualquer instante se transforma em tempo de frenesi que dura continuamente. Além disso, as tecnologias avançadas de comunicação e a velocidade de circulação das informações modificam a experiência temporal cotidiana. Há o tempo em que todos devem estar conectados, em que todos podem ser alcançados sem demora, o tempo real, que abole os prazos e

os tempos mortos. Instaure-se um tempo sem intervalo, fluido, numa espécie de eterno presente. A experiência do tempo na contemporaneidade coloca, portanto, em destaque o ininterrupto. Não havendo atividade com duração precisa, tudo passa a durar, durando eternamente. Dilui-se a fronteira entre o presente e o futuro. Paralelamente, a relação entre passado e presente altera-se de maneira evidente. O sentido de tempo hoje é marcado por um presente onipotente fazendo do presentismo valor inquestionável. Esse presentismo nos meios de comunicação é marcado pelo fluxo contínuo da informação, instaurando um tempo novo governado pela lógica do ininterrupto. É o tempo do fluxo que emerge das narrativas, notadamente no ambiente on-line, não permitindo a pausa necessária para a reflexão. (Barbosa, 2017, p. 21)

Não há como articular reflexões sobre o contemporâneo sem levar em consideração os pontos expostos pela autora. Esses são alguns dos elementos que distinguem a era atual da humanidade de outras. Trata-se de elencar, pelo menos, alguns dos predicados idiossincráticos que diferenciam o tempo histórico e o objeto de inúmeros outros espalhados pela história e pela contemporaneidade. A principal contribuição, em outras palavras, que é possível depreender dos escritos de Barbosa, bem como das/os outras/os pesquisadoras/es citadas/os, é de que a Comunicação, sim, nasce de uma fronteira interdisciplinar, mas que essa mesma interdisciplinaridade, bem como disse França, é

inevitável noutras áreas. Logo, existe a necessidade de examinar e considerar aspectos além do destaque do tema que se pesquisa: a fragmentação esvazia o saber.

Assim como a prática do periodismo deve ser compreendida e os predicados históricos devem ser levados em conta, ao realizar uma investigação historiográfica, devem-se estudar as lógicas de pesquisa da própria História. Quer dizer, primeiro, há de se compreender que o trabalho do historiador é pautado pela elaboração de um relatório destinado aos seus pares – diferente do jornalista, que possui *deadline* e trabalha à mercê da periodicidade do veículo – e, em grande parte, sua ida a campo se dá em arquivos e bibliotecas. Então, a lógica das ciências históricas requer que se tenha, para início de conversa, por se tratar de um exame sobre o passado, distanciamento temporal. Depois, busca angariar o maior número de fontes possível para, somente então, passar a analisar e fazer ilações sobre o material. O mote dessa explanação é este: não se pode pensar que é uma análise desorientada, livre de rigores, por inspiração divina. Em outras palavras, é uma prática guiada também por um pensamento metodológico, do qual é possível tirar proveito.

Quis-se discutir nessa seção que a Comunicação, enquanto área, é um campo que, não sem atrito, valoriza sua gênese e sua vocação interdisciplinar. É um solo que não se envergonha, nem esconde que utiliza e (em certo sentido) depende de referenciais teórico-metodológicos de outras áreas. O desafio é dominar os processos que afetam e atravessam o objeto no concreto e as dinâmicas que pautam o exercício de pesquisa da área. A partir do que foi exposto, enfim, pode-se avançar, sem prejuízo, para a discussão metodológica, a fim de apresentar aos pares do que se trata o *contextualismo* para, mais tarde, inferir uma apreensão da metodologia para os estudos em Jornalismo.

SOBRE A PESQUISA HISTORIOGRÁFICA E PROPOSIÇÃO CONTEXTUALISTA

Como brevemente esboçado, há de se explicarem algumas questões sobre a pesquisa em historiografia e as características que antecedem o método proposto. A começar pelo *contextualismo*, salienta-se que apenas uma pequena parte dos textos referenciados de Pocock e Skinner contém reflexões teórico-metodológicas. Isso se dá pelo fato de que, imperou na historiografia britânica, até quase as últimas décadas do século XX, um paradigma empirista. Assim, os esforços eram majoritariamente pautados pela pesquisa em si, acompanhadas de passagens fugazes que caracterizariam a percepção do autor de sua pesquisa.²

Quem destoa desta conjuntura paradigmática é R. G. Collingwood (1972, p. 271), que elabora ensaios epistemológicos sobre a matéria, dentre eles, a obra *A ideia de História* [1946], e é quem define que a História, enquanto ciência, preocupa-se com “os eventos que são de expressão externa de pensamentos, e só na medida em que eles exprimem pensamentos” (ei-lo objeto de suas análises). Então, o que faz um evento se qualificar como histórico (ou seja, tornar-se objeto de estudo desta área) “não é o fato de acontecer no tempo, mas o fato de se tornar conhecido em relação a nós, por repensarmos o mesmo pensamento que gerou a situação que investigamos, chegando assim a compreender essa situação” (Collingwood, 1972, p. 271). Significa dizer que a historiografia se preocupa com um sem-número de ocorrências as quais carregam consigo relevância em relação à continuidade de determinada matéria.

² Isso pode ser observado, por exemplo, no capítulo “Estado da Arte”, de *Linguagens do ideário político*, de Pocock (2003), no prefácio de *As fundações do pensamento político moderno* e em “A liberdade e o historiador”, de *Liberdade antes do Liberalismo*, ambos de Skinner (1996, 1999).

Tendo em vista o propósito, descrito mais cedo, ao qual o presente ensaio se dedica, parte-se dos escritos de J. G. A. Pocock (2003) e Quentin Skinner (1996; 1999), membros da Escola de Cambridge de História das Ideias, para embasar a proposição da utilização do *contextualismo* para os estudos de Jornalismo. Diferente dos manuais de metodologia, seja dito de passagem, a compreensão desses autores está espalhada, de maneira mais ampla, em todo exercício de pesquisa; o método, em outras palavras, mescla-se com a análise, tanto quanto a precede. Porque a própria coleta de dados está, de antemão, vinculada ao processo exegético, o qual, por seu turno, não fica limitado apenas ao processo de inferência posterior à elaboração teórico-metodológica. O intuito dessa vertente está em trazer a lume o significado contextualizado dos argumentos relacionados à determinada ideia ou pensamento do/a pensador/a estudado/a, sem excluir, por óbvio, o contraditório à fala e da fala; quer dizer, a reconstituição do debate público histórico que, atravessado pelas condições historicamente colocadas, consolidaram os contextos dos quais se originaram as ideias em questão.

Em oposição ao que chamou de método *textualista* – que se concentra no exame de obras canônicas, a fim de elucidar o desenvolvimento de uma ideia –, Skinner (1996, p. 11) entende que um estudo adquire caráter “genuinamente historiográfico” quando o esforço de pesquisa está para além do texto central. Sem o trabalho de garimpar fontes adicionais (sendo, entre outros, biógrafos, rivais ou discípulos), não existe, ainda segundo o historiador, atributo historiográfico. Logo, ainda conforme sua argumentação, ler a obra descolada de seu contexto tende a um anacronismo, uma petição de princípio ou, simplesmente, uma compreensão equivocada da intencionalidade de seu autor naquele período. As perguntas que guiam essa compreensão metodológica, portanto, são: (1) qual a intenção do autor?; e (2) o que o autor estava fazendo? O que significa dizer que o trabalho é, em primeiro plano,

de reconstituição da conjuntura da época. Afinal, a história é tida, como fruto do paradigma *textualista*, como um *continuum* que sempre progride e, como em uma passagem de bastão, passa de um intérprete de seu predecessor para outro que o sucederá, de modo ininterrupto e gradativamente aprimorado — como uma herança homogênea – até que se atinja o tempo presente.

Quando se observa essa postura acadêmica, como consequência, recebe-se um referencial teórico que “continuamos a aplicar, mas que não compreendemos totalmente” (Skinner, 1999, p. 89) – que também é resultado de uma forma acrítica de historicismo, descolada dos longos e demorados processos verdadeiros (os quais, em muitos casos, demoraram séculos para avançar e não necessariamente os tais pares históricos estiveram em diálogo ou sequer defendiam posições similares). Considerando o exposto, o historiador explica:

Procurei não me concentrar tão exclusivamente nos maiores teóricos, preferindo enfocar a matriz mais ampla, social e intelectual, de que nasceram suas obras. Começo discutindo o que considero ser as características mais relevantes das sociedades nas quais e para as quais eles originalmente escreveram. Pois entendo que a própria vida política coloca os principais problemas para o teórico da política, fazendo que um certo elenco de pontos pareça problemático, e um rol correspondente de questões se converta nos principais tópicos em discussão. [...]. Considero igualmente essencial levar em conta o contexto intelectual em que foram concebidos os principais textos – o contexto das obras anteriores e dos axiomas herdados

a propósito da sociedade política, bem como o contexto das contribuições mais efêmeras da mesma época ao pensamento social e político. Pois é evidente que a natureza e os limites do vocabulário normativo disponível em qualquer época dada também contribuirão para determinar as vias pelas quais certas questões em particular virão a ser identificadas e discutidas. Tentei, assim, escrever uma história menos concentrada nos clássicos e mais na história das ideologias, tendo por objetivo construir um quadro geral no qual possam ser situados os textos dos teóricos mais proeminentes da política. (Skinner, 1996, p. 10-11)

O que se pode inferir é que o exercício de pesquisa cambridgeano em história do pensamento se relaciona, em termos abstratos, à arqueologia, como sugerido pelo próprio Skinner (1999). Porque o trabalho vai além do material original, deve-se caminhar para além do cânone e, na mais larga extensão que o exame permita, tentar se aproximar do contexto original em que aquele texto se inseria. Isso é feito a partir de um garimpo de textos contemporâneos ao pensador estudado inseridos no debate sobre o tema tratado, assim como, ademais, outros documentos que colaborem para o entendimento da(s) pessoa(s) estudada(s) (como trocas de cartas, palestras, anotações em diários etc.). Vale ressaltar que um dos mais importantes ensaios de Skinner, *Liberdade antes do Liberalismo* [1997], surge em resposta a um de seus pares, Sir Isaiah Berlin. O último, por sua vez, escreveu um dos ensaios mais influentes da teoria e história política do século XX, *Dois conceitos de Liberdade* ([1958] 2002), no qual discute a origem e, principalmente, os conceitos do binômio: *liberdade positiva* e

liberdade negativa. A discordância se dá na medida em que Skinner tece uma crítica à maneira com que Berlin construiu sua argumentação; segundo Skinner, o segundo limita a visão de conceitos multifacetados e densos a problemas filosóficos específicos. Trata-se de uma questão metodológica:

Berlin apresenta-se como alguém empenhado num exercício puramente filosófico, o de elucidar “a essência da noção de liberdade”, ao mesmo tempo em que nos torna possível evitar “uma confusão de termos”. Um dos principais enganos a serem evitados, explica ele, é o que consiste em confundir liberdade com conceitos aparentados tais como igualdade ou independência, uma vez que desordens não filosóficas deste tipo obviamente “não servem à verdade”. O que é verdade? Berlin afirma que o “ideal mais verdadeiro e mais humano é o que especifica que a liberdade é desfrutada mais na medida em que não sou “impedido por outras pessoas em fazer o que quero”. Segue-se que a liberdade deve basicamente ser contrastada à coerção, que “implica a interferência de liberdade outros seres humanos dentro da área na qual desejo agir”. E segue-se disto que diversas confusões sobre liberdade podem ser prontamente esclarecidas para o bem de todos. Uma dessas confusões é perpetrada por aqueles que exigem liberação do *status* de dependência política ou social. Eles estão exigindo algo equivocadamente chamado liberdade social na medida em que estão

pedindo outra coisa que não um fim à interferência coercitiva. Uma vez percebido que a liberdade é mais bem compreendida como ausência de interferência, podemos ver que a preservação deste valor depende não de quem exerce autoridade, mas simplesmente de quanta autoridade é posta nas mãos de alguém. Isto mostra que a liberdade negativa “não é incompatível com alguns tipos de autocracia, ou de todo modo com a ausência de autogoverno”. É um engano supor que existe alguma “conexão necessária entre liberdade individual e governo democrático”. Diante de tais afirmações, o ato de escavação que empreendi na primeira parte deste ensaio parece assumir um significado adicional. A crítica de Berlin depende da premissa de que a liberdade negativa é prejudicada apenas por interferência coercitiva. Disto certamente segue-se que a dependência e a falta de autogoverno não podem ser interpretadas como falta de liberdade. Mas isto se segue apenas porque a conclusão já estava inserida na premissa. O que tentei mostrar, porém, é que a própria premissa tem de ser reconsiderada. A suposição de que a liberdade individual é basicamente uma questão de não interferência é o que a teoria neorromana põe em dúvida. Eis aqui então a moral implícita na história que contei: é notavelmente difícil evitar cair sob o feitiço de nossa própria herança intelectual.

Quando analisamos e refletimos sobre nossos conceitos normativos, é fácil nos deixarmos enfeitiçar pela crença de que as maneiras de pensar sobre eles nos foram transmitidas pela corrente principal de nossas tradições intelectuais devem ser *as* maneiras de pensar sobre eles. Parece-me que um elemento desse feitiço penetrou até mesmo na justamente celebrada explicação de Berlin. Ele se considera perseguindo a tarefa puramente neutra de mostrar o que uma análise filosófica de nossos conceitos exige que digamos sobre a essência da liberdade. Mas é surpreendente, para dizer o mínimo, que sua análise siga exatamente o mesmo caminho que os teóricos liberais clássicos seguiram antes em seus esforços para desacreditar a teoria neorromana dos Estados Livres. (Skinner, 1999, p. 91-93)

Ao ponderar sobre esse arcabouço skinneriano (se é que se pode utilizar esse termo), Pocock (2003) argumenta que, na realidade, o que é estudado são contextos linguísticos e linguagens a eles concernentes, pois, ainda segundo ele, cada período possui uma linguagem característica (ancorada em certo sistema de convenções de sua comunidade) e ela se posta em face ao comportamento linguístico de seu tempo (ou de performance de indivíduos) em oposição ao sistema linguístico de uma comunidade. A tentativa de quebra desse paradigma estabelecido em determinada época, portanto, é considerado pelo autor como um *lance*,³ isto é, um novo elemento naquela discussão, o que ele

³ Constava, no original, *made a move* (trad. liv.: *fez um movimento*). A decisão por traduzir como *lance* é do tradutor Fábio Fernández; enquanto

poderia chamar também de *iniciativa*.⁴ Trata-se de uma relação de contexto e ação (e, até mesmo, reação). Afinal, “o autor habita um mundo historicamente determinado, que é apreensível somente por meios disponíveis graças a uma série de linguagens historicamente constituídas” (Pocock, 2003, p. 27-28). Os modos de discurso disponíveis, postula Pocock, “dão-lhe as intenções que ele [o autor estudado] pode ter, ao proporcionar-lhe os únicos meios de que ele poderá dispor para efetuar-las”. A tarefa do historiador das ideias, assim sendo, é de complexificar o máximo possível estas conjunturas de debates a fim de resgatar os embates e o contraditório, para compreender os paradigmas, as inserções vitoriosas e o *espírito do tempo* que regia aquela circunstância – e, além disso tudo, tentar “resgatar as intenções que um autor teria abrigado ao elaborar seu texto” (Pocock, 2003, p. 27).

Essa abordagem metodológica permite compreender, em síntese, o porquê de certos comportamentos similares possuírem significados ou repercussões radicalmente diferentes ao longo da história; além disso, exige que se saibam identificar as *iniciativas* sem se deixar levar pelas condições contemporâneas ao pesquisador, evitando anacronismos e petições de princípio, ambos baseados em valores posteriores ao tempo estudado. Deve-se tentar compreender as idiossincrasias dos *contextos linguísticos* enquanto se decodifica a intencionalidade do autor estudado, bem como o

o termo *iniciativa*, por seu turno, é uma escolha do autor do presente ensaio.

⁴ Um exemplo de *lance* (ou *iniciativa*) está no conceito de *absurdo* de Albert Camus (2021). Sua formulação inaugura uma nova acepção, diferindo-se de todos os autores associados com o que foi chamada de *literatura do absurdo* (encabeçada por escritores como Franz Kafka), bem como do *teatro do absurdo* (epitomado por Eugène Ionesco), ao mesmo tempo em que se distancia das visões existencialistas de Kierkegaard (2010) e Sartre (2012). Quer dizer, Camus fez um movimento que se perpetuou, consolidando sua visão no tempo.

local do argumento no largo de seu pensamento e/ou do percurso de uma discussão em torno de um tema específico.

A POSSIBILIDADE NOS ESTUDOS DE JORNALISMO

O ensaio, até este momento, apresentou que (1) existe demanda e oferta de trabalhos historiográficos na pesquisa brasileira em Jornalismo, a qual se encontra no guarda-chuva da Comunicação Social; (2) faz-se necessário, em face à natureza interdisciplinar do campo, a compreensão das dinâmicas internas (referentes à área) e externas (relativas ao caráter do objeto e/ ou dos referenciais teóricos-metodológicos *importados*). Além disso, (3) o método *contextualista* se debruça sobre o estudo da gênese e do desenvolvimento de uma ideia e pode também ser aplicado ao estudo de um pensador específico. Em vista disso, no decorrer desta seção, argumentar-se-á como é possível transportar esta metodologia para os estudos em Jornalismo.

Como primeiro ponto, deve-se ter em mente que o paradigma social, sobretudo relacionado à questão da apreensão do público sobre o conteúdo da sociedade em que está inserido, foi, por muito tempo, basicamente monopolizado pelo Jornalismo. “Desde o início das sociedades modernas”, diz Guareschi (2000, p. 43), “os meios de comunicação contribuíram decisivamente para a construção da subjetividade dos seres humanos. [...], desenvolveram-se de forma espantosa: hoje é impossível pensar o mundo contemporâneo sem levar em conta o papel da mídia”. O que significa dizer, em outros termos, que, ao longo da história, o desenvolvimento da imprensa está diretamente ligado a “controlar a produção do ‘imaginário social’”, quer dizer, atuar “diretamente sobre a forma como os indivíduos representam para si mesmos e seu grupo social, as condições de vida a que estão submetidos” (Guareschi, 2000, p. 44).

A profissão jornalística, desse modo, não pode (ou não deveria) ser compreendida sob um viés tecnicista, isto é, partindo do entendimento de que são trabalhadores quase mecânicos que

simplesmente saem da redação, coletam informações e as difundem de modo absolutamente irrefletido. Afinal, ainda que, como identificou Porto (2022), as dinâmicas do exercício do periodismo tenham mudado nas últimas décadas, por muitos anos, dois foram os paradigmas dominantes: o anglo-saxão e o francês. O primeiro saiu, em certo sentido, vitorioso, ou seja, tornou-se uma espécie de padrão referencial do fazer jornalístico; focado no “papel de registrador objetivo dos fatos”, conforme Hohenberg (1981, p. 5) – “com exceção a uma pequena elite” da profissão que poderia elaborar textos mais subjetivos, abordando questões cotidianas e emitindo algum tipo de juízo sobre elas. Enquanto isso, a perspectiva de expressão francesa foi constituída tendo como protagonistas aqueles que possuíam “expectativas pelas verdadeiras carreiras da literatura e da política”, e não a periodística, tal como escreveu Neveu (2006, p. 26). Logo, “a competência dos jornalistas é literária, feita de talento polêmico, de pirotecnia retórica” (Neveu, 2006, p. 28); quer dizer, o cerne está, em linhas gerais, no processo de intervenção no debate público e defesa da linha editorial do projeto jornalístico ao qual o sujeito estava inserido.

Todos esses aspectos se somam à compreensão das dinâmicas da profissão, uma vez que atestam que a prática é precedida por uma série de questões as quais são caracterizadoras do tipo Jornalismo que é, de fato, publicado. A análise histórica do Jornalismo deve levar em consideração, além disso, as dinâmicas de texto, isto é, os gêneros da profissão que tanto revelam os formatos de redação quanto “têm a ver também com a questão da cultura” (e da tradição), descrita no parágrafo anterior, em que estão inseridas (Gomes, 1992, p. 16). O estudo historiográfico em Jornalismo, considerando o exposto, começa a se ramificar, desembocando nas seguintes perspectivas, diferentes entre si: (1) estudo do pensamento de um colunista e/ ou intelectual público; (2) estudo de um conceito ou da trajetória acadêmica de um autor – casos de Rüdiger (2017) e Daros (2022); (3) estudo do desenvolvimento de

uma discussão na imprensa; (4) o estudo da gênese da imprensa e seus aspectos formativos – casos de Hohlfeldt (2022) e seu trabalho conjuntamente com Comerlato (2022).

Deve-se ter em mente, portanto, que um estudo sobre o conceito de *notícia*, por exemplo, possui exigências distintas da análise do pensamento jornalístico de um cronista. Portanto, o estudo do conceito requer, em grande medida, esforço bibliográfico, ou seja, levantar uma literatura (ensaística, acadêmica ou, em alguns casos, literária) e, a partir dela, investigar a gênese e as condições históricas para sua formação (aqui, o material jornalístico entra em cena como um termômetro de cada época). Em contrapartida, um trabalho que deseja compreender o desenvolvimento intelectual de um articulista depende, não só da parte bibliográfica, mas especialmente documental: faz-se necessário coletar o máximo de textos possíveis veiculados na imprensa que estavam inseridos nele e seus interlocutores, assim como uma bibliografia historiográfica capaz de descrever o impacto dos acontecimentos naquele cenário. Por último, quando se deseja compreender o desenvolvimento de uma discussão na imprensa, é requisito básico identificar a gênese que originou o ponto final. Citando caso ilustrativo, alguém que tem por objetivo detalhar as discussões travadas pelos espaços opinativos de veículos jornalísticos sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff, não pode excluir de sua análise material, relacionado aos protestos de 2013, a Copa do Mundo sediada no Brasil e a corrida eleitoral de 2014, a instabilidade econômica e os embates políticos que se acirravam na Câmara dos Deputados e no Senado.

Outro aspecto importante é que somente as peças jornalísticas, independentemente da pesquisa que está sendo feita, não são material suficiente. Faz-se necessário resgatar biografias, cartas, literatura histórica sobre determinada região, escritos de contemporâneos e concidadãos e, por vezes, até produção literária (e os escritos de determinado sujeito para além dos veículos jornalísticos) a fim de realizar a reconstituição histórica – como

epitoma Hohlfeldt (2022), reunindo bibliografia que se dedica exclusivamente ao objeto examinado e é acrescida de obras sobre colonização, diários de viagem, expansão da imprensa, imprensa colonial e literatura.

A questão que se consolida é que, por mais que os cambridgeanos tivessem o objetivo de pensar o método *contextualista* para o *métier* da historiografia das ideias, sua adaptação e aplicação em outro campo, na subárea dos estudos de Jornalismo, tende a proporcionar ganhos substantivos, porque fornece uma forma de interpretar o desenrolar de diferentes percursos vinculados ao Jornalismo (seja sobre sua expressão prática, seja sobre concepção acadêmica), levando em conta que, como postulou Albert Camus (2007, p. 33), “as notícias refletem as forças caóticas da história” – quer dizer, são sintomas das condições históricas e do *espírito do tempo*. Logo, mais do que o viés tecnicista, o periodismo pode e deve ser interpretado “como um diário de sua época, cuja consulta é necessária às gerações futuras, inclusive para descobrir os mais finos estímulos da vida pretérita” (Bauer *apud* Marques De Melo, 2006, p. 227). O *contextualismo*, enfim, qualifica-se como uma alternativa capaz de dar conta das práticas, sem acarretar em infortúnio em relação às possíveis contribuições que podem ser depreendidas do objeto. Não se trata do exame de uma ideia ou de uma *performance* por si só, justamente em razão do esforço ser o de reconstituir as características da época, sem realizar o anacronismo de interpretar um fato do passado desconsiderando o sistema de valores que o cercava. Em grande parte, como ficou percebido, os pilares desenvolvidos pelos cambridgeanos veem-se preservados: o amplo garimpo bibliográfico e documental é o que pavimenta a investigação, somado ao cruzamento das diferentes informações, a fim de desvelar a intencionalidade que orientava, em meio ao debate público, os sujeitos envolvidos. Sem esquecer da especificidades e das dinâmicas imanentes ao Jornalismo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, M. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BARBOSA, M. Tempo, tempo histórico e tempo midiático: interrelações. *In*: MUSSE, C. F.; VARGAS, H.; NICOLAU, M. (Org.). **Comunicação, mídias e temporalidades**. Salvador: EdUFBA, 2017.

BARBOSA, M. Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. **MATRIZES**, v. 13, n. 1, p. 13-25, 2019.

BRANDÃO, H. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 2004.

BREED, W. Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. **Social Forces**, v. 33, n. 4, p. 326-335, 1955.

COLLINGWOOD, R. G. **A ideia de história**. Lisboa: Presença, 1972.

DAROS, O. **Marxismo cultural e estudos de mídia**: trajetória e análise da obra de Douglas Kellner. Curitiba: UFPR, 2022.

DAROS, O. **História da historiografia do Jornalismo no Brasil**: do século XIX ao XXI. 2023. Tese (Doutorado) — Curso de Doutorado em Comunicação, Escola de Comunicação, Artes e Design — Famecos, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

DIAS, R. Estado da arte da pesquisa acadêmica sobre prêmios em Jornalismo. **E- Compós**, Brasília, v. 17, n. 3, set. /dez., 2014.

FRANÇA, V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?. **Ciberlegenda**, v. 5, 2001. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36784>. Acesso em: 12 abr. 2023.

GOMES, P. G. Artigo. In: MARQUES DE MELO, José. **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.

GUARESCHI, P. **Construtores da informação**: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

HOHENBERG, J. **O jornalista profissional**. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

HOHLFELDT, A. Conectando a história de nossos jornais desde a *Gaceta de Mexico*. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul**, v. 162, p. 15-26, 2022.

HOHLFELDT, A. Identidades e filiações de jornais coloniais de expressão portuguesa: o caso de Angola. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, v. 2015/2016, p. 107-120, 2016.

HOHLFELDT, A. Algumas perspectivas para o estudo das mídias nas diferentes regiões do Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 6, p. 6-14, 2017.

HOHLFELDT, A.; COMERLATO, E. A múltipla gênese da imprensa periódica do Peru. **Rizoma**, v. 11, n. 2, p. 70-85, 12 dez. 2022.

KIERKEGAARD, S. **O desespero humano**. São Paulo: UNESP, 2010.

MARCONDES FILHO, C. Reabilitando o Positivismo: Francisco Rüdiger "critica" a Nova Teoria da Comunicação. Mas não impunemente. **Revista Eco-Pós**, v. 23, n. 3, p. 278-307, 2020. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27646. Acesso em: 13 abr. 2023.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria do Jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MARQUES DE MELO, J. Conceito, categorias e gêneros do Jornalismo. //n. MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. **Gêneros jornalísticos**: estudos fundamentais. Rio de Janeiro/São Paulo: PUC-Rio/Loyola, 2020.

MARTINO, L. M. **Métodos de pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2013.

MARTINO, L. M. O sentido da teoria na pesquisa em Comunicação: Três questionamentos a partir da prática acadêmica. **Revista FAMECOS**, v. 28, n. 1, p. e39211, 2021. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/39211>. Acesso em: 13 abr. 2023.

MITCHELL, R. E. The Use of Content Analysis for Explanatory Studies. **The Public Opinion Quarterly**, v. 31, n. 2, p. 230-241, 1967.

MORIN, E. **Lições de um século de vida**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2021.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: UnB, 2013.

NEVEU, É. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

PEREIRA, M. P.; WAINBERG, J. A. A Estado da arte em Jornalismo no Brasil: 1983-1997. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 11, dez., 1999.

POCOCK, J. G. A. **Linguagens do ideário político**. São Paulo: Edusp, 2013.

PORTO, A. **O que aprendem os jornalistas?: uma análise das percepções de jornalistas sobre a relação entre formação acadêmica e práticas profissionais**. Dissertação (Mestrado) — Curso de Mestrado em Comunicação, Escola de Comunicação, Artes e Design — Famecos, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

RÜDIGER, F. **Origens do pensamento acadêmico em Jornalismo: Alemanha, União Soviética, Itália e Japão**. Florianópolis: Insular, 2017.

SARTRE, J.-P. **O existencialismo é um humanismo**. Petrópolis: Vozes, 2012.

SKINNER, Q. **Liberdade antes do liberalismo**. São Paulo: UNESP, 1999.

SKINNER, Q. **As fundações do pensamento político moderno**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

STRELOW, A. O estado da arte da pesquisa em Jornalismo no Brasil: 2000-2010. **InTexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 25, dez., 2011.

TRAVANCAS, I.; FARIAS, P. **Antropologia e comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

PROPOSIÇÃO METODOLÓGICA PARA ANÁLISE DE NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO ESPORTE NO IMPRESSO

Fabiana Pelinson
Alfredo Cesar Antunes
Constantino Ribeiro de Oliveira Junior

INTRODUÇÃO

A discussão que trata da consolidação das pesquisas do campo da Comunicação e do Jornalismo, no que concerne aos seus estatutos científicos, suas estruturas conceituais, metodológicas e teóricas, perpassa por problemáticas distintas. Se a Comunicação “ignora ou recusa uma definição disciplinária”, fundamentando-se no debate contemporâneo sobre ciências pós-modernas, o Jornalismo “inclina-se para a disciplinarização”, isto é, para o esforço em consolidar-se como ciência jornalística (Silva, 2009, p. 200).

Essa discussão acerca da configuração da pesquisa em Jornalismo se deve, entre outros elementos, à falta de uma teoria do Jornalismo, “e as deficiências no atendimento a esta necessidade pelas teorias da Comunicação”, que acarretaram a constituição do campo como uma “terra de ninguém”, que passou a ser ocupada “por pesquisadores de outras disciplinas que não a Comunicação, atraídos pela relevância do Jornalismo e pela brecha a ser

preenchida” (Meditzsch, 2010, p. 101), sendo muitas vezes investigado a partir de teorias e métodos de outras disciplinas. No entanto, Machado (2010, p. 23) identifica que o Jornalismo – como disciplina científica com autonomia que postula legitimação científica – deveria “evitar aplicar metodologias de áreas diferentes porque a especificidade do objeto construído pelos pesquisadores de cada campo acadêmico exige a criação de métodos próprios”.

Esse espaço em aberto nas pesquisas de Comunicação e Jornalismo possibilitaram construções interdisciplinares, provenientes do diálogo com outros campos do saber. A inter-relação entre Comunicação e/ ou Jornalismo com o esporte é um exemplo. As pesquisas do campo comunicacional ou jornalístico e fora dele que perpassam tais articulações em suas temáticas e problemáticas concentram-se em um grupo “dinâmico e produtivo”, que demonstra força e amplitude (Helal, 2011). Ao utilizar os produtos jornalísticos como objetos de estudo, torna-se imperioso que o pesquisador (da área ou de fora dela) atente-se às características, dinâmicas, saberes, processos e elementos que compõem o fazer jornalístico e o próprio produto – a notícia. Por isso, as escolhas teórico-metodológicas dos pesquisadores que investigam essa intersecção devem ser orientadas pelas especificidades do objeto, ainda que navegue por diferentes campos do conhecimento e dialogue com olhares diversos para a compreensão do mesmo objeto.

Localizamos essa pesquisa a partir dessa inter-relação entre objetos e objetivos de Comunicação e esporte e a partir desse embate de estudos entre o Jornalismo enquanto área com características demarcadas ou como um espaço de construção interdisciplinar. Apresentamos os procedimentos metodológicos utilizados em uma pesquisa com objeto de estudo jornalístico do

esporte desenvolvido em um programa de pós-graduação interdisciplinar em Ciências Sociais Aplicadas⁵.

Objetivamos apresentar uma proposição metodológica de hibridização da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística (MOTTA, 2013) e do Protocolo de Análise da Cobertura Jornalística (SILVA; MAIA, 2011) a ser aplicada em narrativas jornalísticas esportivas impressas enquanto objeto de estudo. Como exemplo empírico de demonstração do uso desta hibridização metodológica, citamos a narrativa jornalística de *O Globo* acerca da derrota da seleção brasileira de futebol masculino na Copa do Mundo Fifa em 2014, realizada no Brasil⁶.

HIBRIDIZAÇÃO METODOLÓGICA PARA ANÁLISE DAS NARRATIVAS DO JORNALISMO ESPORTIVO

A narrativa é vislumbrada na contemporaneidade por não estar apagada. Ela age e atua em espaços distintos, apresentando-se em suportes e tempos diversos, de modo amplamente vasto. Motta (2013) tem verificado a interferência de estruturas narrativas no processo de produção da notícia. A narratividade do Jornalismo localiza-se em seu processo como um todo, sendo importante focalizar o ato de narrar e suas intencionalidades: “que modelos simbólicos recuperam, que valores reforçam ou enfraquecem, a quem concedem voz, quem silenciam, que relações de poder evidenciam, o que nos ensinam sobre a vida em sociedade” (Quadros; Amaral, 2017, p. 87).

Aplicada ao Jornalismo, a narrativa caracteriza um modo de conformar e atribuir sentidos e nexos aos acontecimentos, à realidade e às experiências humanas, transformando os fatos em encadeamentos, mais ou menos complexos, e associações de elos

⁵ Trata-se do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), no Paraná.

⁶ A pesquisa foi desenvolvida com a contribuição do Núcleo de Pesquisa Esporte, Lazer e Sociedade.

sígnicos. Por sua capacidade ordenadora, as narrativas desempenham o papel de organizar e estabilizar a realidade, contribuindo para consolidar determinadas normas e valores, fazendo com que os acontecimentos diários passem de meras ocorrências singulares a possuidores de sentido e historicidade.

Embora as narrativas permeiem a prática jornalística de maneira generalizada, notamos uso recorrente dos elementos de narratividade nas produções jornalísticas esportivas. Isso decorre do enquadramento dos fatos relacionados ao futebol na categoria de notícias brandas ou leves, onde a emoção ocupa um lugar simbólico privilegiado, e na construção de estórias⁷ que atuam como uma ponte entre o passado e o presente.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE DELIMITAÇÃO E CONSTITUIÇÃO DO *CORPUS*

Ao evidenciar o caráter narrativo das notícias, Motta, Costa e Lima (2004) esclarecem que as narrativas individuais não estão acabadas e dotadas de elementos simbólicos facilmente identificáveis. Ao contrário, a linguagem jornalística, forçosamente objetivada, reduz a evidência narrativa, embora não a extinga. Em uma única e isolada notícia não se encontra uma narrativa a contar uma estória, mas em um conjunto delas, no contínuo acompanhamento de fatos que se sucedem. Na observação da sequência de notícias que compõem uma cobertura, pode-se encontrar a conformação de um enredo que compõe uma estória completa.

⁷ Seguindo as recomendações de Motta (2013, p. 135), utilizamos a palavra “estória” para se referir às narrativas dramáticas (fáticas ou fictícias) e “história” para se referir às narrativas da historiografia. Entendemos que, à medida que dissemina valores culturais, a narrativa construída pelo Jornalismo é estória, sem que isso signifique o abandono da referencialidade ou a adesão de uma posição ficcional.

Ordenar e compreender a estrutura narrativa da estória contada exige que o recorte dos dados seja representativo dos eventos que antecederam e precederam o acontecimento em análise e que comporte um número expressivo de conteúdo para análise. Para o recorte, além da delimitação temporal, o objeto jornalístico exige a delimitação acerca dos formatos a serem analisados.

A classificação de gêneros e formatos adotada seguiu a sistematização de um modelo classificatório, proposto por Marques de Melo (2009), atualizada por Marques de Melo e Assis (2016), para reconhecer e organizar as categorias de textos praticados no âmbito da imprensa, em especial da imprensa brasileira. Afirmam que o trabalho jornalístico, organizado e normatizado conforme padrões preestabelecidos, subdivide-se, de maneira geral, em dois estágios complementares: os gêneros e os formatos.

Assim, divide-se em cinco gêneros jornalísticos (com suas respectivas funções): 1) informativo: vigilância social, 2) opinativo: fórum de ideias, 3) interpretativo: papel educativo e esclarecedor, 4) diversional: distração e lazer, 5) utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas. Eles estão assim ordenados a fim de suprir a necessidade social em que se constitui a prática jornalística, os gêneros representam parte daquilo que os indivíduos querem e necessitam saber, conhecer e acompanhar. Por sua vez, os formatos são variantes e subordinados aos gêneros, mas se desenvolvem conforme suas próprias lógicas internas. Na classificação de Marques de Melo (2009), a distribuição de formatos jornalísticos é sugerida do seguinte modo: 1) informativo: nota, notícia, reportagem e entrevista; 2) opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica; 3) interpretativo: análise, perfil, enquête, cronologia e dossiê; 4) diversional: história de interesse humano e história colorida; 5) utilitário: indicador, cotação, roteiro e serviço.

No caso da pesquisa que analisa a configuração, os elementos estruturantes e os significados integrados à derrota na narrativa de

um jornal impresso na Copa do Mundo de 2014, a opção se deu pelo recorte que compreende todo o ano do acontecimento, isto é, as publicações de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014, considerando o jornal na totalidade, sem deixar de ponderar que cada editoria dispõe de particularidades e lógicas específicas. Considerando os aspectos gráficos e redacionais, mas especialmente a progressão dos acontecimentos e os procedimentos de produção, estabelecemos o *corpus* com os formatos pertencentes aos gêneros informativo, opinativo e interpretativo. Essa escolha se fundamentou no fato de que, para identificar os elementos de objetivação e subjetivação, esses formatos pressupõem a convivência, mais ou menos equilibrada, entre os aspectos referenciais e fictícios que permitem a construção narrativizada dos fatos.

O primeiro procedimento consistiu na coleta bruta do material jornalístico, a partir da inserção das palavras-chave nos motores de busca do acervo e a coleta das publicações pertencentes à delimitação temporal estipulada. Na sequência, realizamos a triagem, isto é, a leitura do material levantado e a exclusão de conteúdos que não faziam referência à temática analisada, mas que passaram pelo motor de busca. Ao final desta triagem, obtivemos o *corpus* final da amostra de 967 publicações.

PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DA NARRATIVA JORNALÍSTICA E SUA PRODUÇÃO

A perspectiva narratológica conduziu a análise de dados. Ela é comumente dividida em três instâncias⁸: 1) plano da expressão (linguagem ou discurso); 2) plano da estória (conteúdo, enredo); e 3)

⁸ Motta (2013) esclarece que essa divisão não é percebida corriqueiramente, nem apresenta uma hierarquia, uma vez que as três instâncias expressivas ocorrem de forma superposta umas às outras. Neste sentido, só se justifica separá-las metodologicamente para efeito de uma análise como a proposta.

plano da metarranativa (tema de fundo ou significado de fundo moral) (Motta, 2013).

O plano da expressão consiste no plano de superfície do texto, onde o enunciado narrativo é construído pelo narrador. Identificam-se os elementos objetivos e subjetivos utilizados para a construção dos fatos, marcando a referencialidade e a ficcionalidade da narrativa jornalística. No plano da estória, a realidade referente é construída na narrativa a partir de sequências de ações cronológicas e causais, sobressai o sentido ou a significação da estória narrada, a partir da identificação dos narradores, conflitos, personagens e enredo. Por fim, o plano da metanarrativa é o plano da estrutura profunda, em que temas ou motivos de fundo moral integram as ações da estória em uma estrutura compositiva cultural pré-textual, de caráter antropológico, que integrarão e darão um sentido moral para a estória (Motta, 2013). Desse modo, a notícia revela normas e princípios sociais, enraizados e transmitidos como “verdades” quase “universais”.

A partir da delimitação das três instâncias, Motta (2013) argumenta que a análise da narrativa incide especialmente sobre o plano da estória, que focaliza a sequência das ações, encadeamentos, enredo, conflito, personagens e seus papéis. Não obstante, o autor lembra que o plano da estória está inevitavelmente dependente do plano do discurso, sem o qual a estória não se projeta e as intenções comunicativas não se revelam. Além disso, a análise deve relegar certa atenção à relação entre as metanarrativas de fundo (o terceiro plano) e os planos da linguagem e da estória, particularmente sobre a articulação entre os modelos de mundo e os sentidos da estória. Realizamos a análise da narrativa jornalística nessas três instâncias expressivas, embora destacamos o plano da estória.

Motta (2013, p. 131) propõe procedimentos metodológicos para a realização da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística, que se desloca da teoria literária para constituir-se enquanto

“procedimento de análise simbólica e antropológica mais ampla, adquirindo um caráter cultural e multidisciplinar”, apresentando-se como caminho para “a busca do sentido, a coconstrução narrativa do significado”. Caracteriza-se como um procedimento que permite observar de que maneira a narrativa produz significações por meio da construção de acontecimentos, isto é, que possibilita a análise das estratégias narrativas utilizadas para construir sentidos, bem como dos sentidos construídos. O percurso metodológico possibilita a compreensão da integração dos sentidos fragmentados das notícias, porque remonta as conexões, recupera o anterior para reuni-lo ao posterior, para tecer os fios e recuperar a expansão da estória narrada.

A partir das três instâncias de análise – expressão, estória e metanarrativa, o método de Análise Pragmática da Narrativa Jornalística divide-se em seis movimentos operacionais: 1) recomposição da intriga ou acontecimento jornalístico; 2) identificação dos conflitos e funcionalidade dos episódios; 3) construção de personagens jornalísticas; 4) estratégias comunicativas (de objetivação e de subjetivação); 5) relação comunicativa e o contrato cognitivo; e 6) metanarrativas. Desses, propomos a utilização de cinco movimentos operacionais, excluindo o quinto movimento, uma vez que buscamos analisar a narrativa jornalística em si e não sua recepção ou sua audiência.

1º movimento: recomposição da intriga ou acontecimento jornalístico. Diferente do que ocorre nos romances literários, nos quais as estórias narradas são integrais e o ciclo cronológico da intriga se completa, as notícias jornalísticas diárias caracterizam-se como fragmentos desconexos de sentido, que aparecem e permanecem por períodos específicos, sem, muitas vezes, contar uma estória completa. As notícias são “fragmentos dispersos e descontínuos de significações parciais”, isso quer dizer que não é em uma única e isolada notícia que se encontra uma narrativa a contar

uma estória, mas em um conjunto delas sobre o mesmo assunto (Motta, 2005, p. 4).

A partir da necessidade de uma estória completa para a análise da narrativa, o autor propõe que o analista precisa conectar as partes, identificar a serialidade temática e o encadeamento narrativo cronológico para compreender o tema como síntese. Para isso, precisa reconstituir de forma coerente uma narrativa jornalística, a partir de cenários, situações e nos encaixes (ganchos) da sucessão de estados de transformação. O autor sinaliza que, algumas vezes, a determinação do início e fim dessa nova narrativa “precisa ser decidida pelo analista de forma mais ou menos arbitrária”, mas de maneira rigorosa, coerente e justificada (Motta, 2005, p. 4).

Trata-se de delimitar o início e o fim da estória que se pretende analisar e de, a partir disso, recompor a sequencialidade da narrativa a fim de compreender como se encadeiam as ações, como se conectam os microeventos em sequências e estas ao enredo principal. Acrescentamos a essa etapa a identificação do tema, assunto e mensagem da estória⁹, assim como a recomposição da intriga ou enredo da estória narrada.

2º movimento: identificação dos conflitos e funcionalidade dos episódios. Em uma narrativa, o conflito é o elemento estruturador, o núcleo em torno do qual gravitam todos os demais elementos narrativos e que abrem espaço para novas ações, sequências e episódios, que prolongam e mantêm viva a narrativa. No Jornalismo, a presença de um conflito é evidente, já que a narrativa lida com rupturas, descontinuidades e anormalidades. O conflito na narrativa jornalística pode ser a falta ou o excesso de algo, uma inversão ou transgressão, um conflito explícito ou implícito:

⁹ Por trás de toda estória narrada, é possível identificar um tema (do que trata a estória), um assunto (o desenvolvimento da narrativa ou a maneira com que o tema é abordado) e uma mensagem (a conclusão ou ensinamento que se encontra ao final da narrativa) (GANCHO, 2002).

“Um crime, um golpe, uma infração, um choque, um rompimento, uma anormalidade climática, a eclosão de um fenômeno físico ou social de impacto” (Motta, 2005, p. 5) – este último aspecto inclui os megaeventos esportivos que movem distintas esferas sociais, por exemplo.

Nesse sentido, se a narrativa jornalística já começa pelo conflito, uma vez que, de acordo com os critérios de noticiabilidade, torna-se notícia aquilo que rompe com o cotidiano, é preciso identificar qual é esse conflito e observar a ordenação e o funcionamento de cada episódio que levou ao conflito e se originou dele. A partir da identificação dos conflitos principais e secundários da estória, o analista pode compreender as distintas funções dos episódios, entendidos como unidades narrativas analíticas intermediárias, que relatam ações relativamente autônomas e que geram transformações narradas ao longo da estória. Motta (2013) sugere que é importante nomear os episódios para designar sua funcionalidade: situação estável (equilíbrio), complicação, clímax, vitória, desfecho, punição, recompensa e assim por diante.

3º movimento: construção de personagens jornalísticas (discursivas). O reconhecimento das personagens e de sua dinâmica funcional ocorre ao mesmo tempo que a identificação dos episódios, pois as personagens são atores que realizam funções na progressão da estória. Identificá-las permite a compreensão do desenvolvimento da narrativa, do delineamento dos acontecimentos constituintes do enredo.

As narrativas jornalísticas costumam apresentar personagens fortemente individualizadas que se transformam no eixo das estórias, com uma função a ser desempenhada, uma vontade a ser exercitada e/ ou um destino a ser alcançado. Evidenciamos a necessidade de identificar as personagens e suas funções: como protagonistas, antagonistas e adjuvantes (Gancho, 2002).

Nessa etapa, realizamos a quantificação das vozes das personagens na narrativa, a partir do complemento metodológico proposto por Silva (2015, p. 134), “de modo que seja possível verificar quem tem mais espaço de fala” – os protagonistas, antagonistas ou adjuvantes. Isso permite a análise de como as personagens escrevem suas narrativas na condução da estória no plano da linguagem.

4º movimento: estratégias comunicativas. Motta (2013) defende que toda narrativa é um contínuo jogo entre os efeitos de real e efeitos estéticos de sentido. No que se refere às primeiras, trata-se de revelar estratégias e estratagemas de referenciação do narrador para construir efeitos de real. A partir de Motta (2013) e de outros autores (Essenfelder, 2017; Silva, 2015) que propõem uma ampliação dessa metodologia, delimitamos as seguintes categorias para a identificação das estratégias de produção do efeito de real: a) referências precisas a datas (dia, mês, ano, horário, etc.); b) referências precisas a lugares e instituições; c) nomes completos de personagens; d) referências a pessoas-fontes e documentos-fontes; e) números e/ ou estatísticas; f) citações em aspas ou com o uso de verbos *dicendi*; e g) descrição funcional e didatismos.

No que concerne às estratégias de criação de efeitos estéticos de sentido, Motta (2013) as classifica como recursos e figuras da linguagem narrativa que remetem o leitor a interpretações subjetivas diversas e efeitos catárticos que suscitam estados de espírito. A fim de identificar tais estratégias, estabelecemos as seguintes categorias de subjetividade: a) descrição pormenorizada – o narrador descreve em detalhes situações ou personagens a partir de aspectos que não são empiricamente verificáveis, pois são subjetivos; b) figuras de linguagem; c) verbos de expressão subjetiva – verbos prospectivos, de sentimento, negativos, de conselho, de advertências; e d) ênfase/ intensidade – quando há o realce ao apelo

dramático de um determinado momento da estória, com o uso de adjetivos e/ou pontuação (exclamações, reticências).

5º movimento: metanarrativas – significados de fundo moral ou fábula da história. A metanarrativa compõe a estrutura profunda, de fundo da notícia, que pode ser de ordem moral, ética, filosófica, a partir de aspectos políticos e ideológicos. O autor considera que nenhuma notícia se apresenta nos jornais sem uma razão ética ou moral que justifique seu relato, é tarefa do analista desvendar o pano de fundo sobre o qual se desenvolve a sequência de notícias sobre um determinado assunto.

Os procedimentos metodológicos da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística foram utilizados concomitantemente com os procedimentos estabelecidos pelo Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística (Silva; Maia, 2011), a fim de localizar determinadas informações acerca dos eixos de produção do objeto de estudo. Acreditamos que a identificação das marcas que o processo de produção da notícia deixa no produto acabado permite a ampliação da análise no plano da expressão e, em especial, possibilitam compreender o *modus operandi* de construção das narrativas.

As autoras propõem um Protocolo Metodológico de Análise de Cobertura Jornalística em textos impressos, partindo do pressuposto de que é possível reconstruir, a partir das marcas deixadas no produto, o caminho percorrido pelo jornalista e pelo veículo comunicacional para apurar e relatar as informações, assim como observar as estratégias de cobertura expressas no produto jornalístico. O método organiza-se em três níveis de análise: 1) marcas da apuração; 2) marcas da composição do produto; e 3) aspectos da caracterização contextual.

Em resumo, no primeiro nível – marcas de apuração – observa-se: 1) Assinatura: local, correspondente, enviado especial, colaborador, agência de notícias, não assinado; 2) Local de

apuração/ acesso do jornalista ao local do acontecimento: interno (redação) ou indefinido e externo (apuração *in loco*); 3) Origem da informação: informações de primeira mão ou informações de segunda mão.

As marcas da apuração evidenciam as estratégias de captura do acontecimento adotadas, especialmente na rede de fontes a que o jornalista se lançou, elemento importante no fazer jornalístico, uma vez que o enquadramento de uma notícia é perspectivado pela posição das fontes. Ao escolher suas fontes, o jornalista já está selecionando a abordagem de determinado tema, muito embora a voz do jornalista e da fonte sejam demarcadas no produto, ora pelas características gramaticais e estilísticas – narração em terceira pessoa, no tempo presente –, ora pela forma como a voz da fonte é apresentada no produto – entre aspas, acompanhadas de um verbo *dicendi*. O levantamento de informações nessa etapa auxilia e complementa o terceiro e o quarto movimentos.

No segundo nível – marcas da composição do produto – observam-se: 1) Formato jornalístico/ natureza do texto informativo; 2) Localização do texto no veículo/ destaque: página par ou ímpar, quadrante superior ou inferior direito/ esquerdo, metade superior ou inferior, página inteira ou várias páginas, editoria/ caderno ou seção, manchete, chamada de capa ou apenas texto; 3) Recursos visuais/ adicionais: gráfico ou tabela, boxe, infográfico, imagem não fotográfica e fotografia.

No terceiro nível – aspectos do contexto de produção – são analisados: caracterização contextual, como contexto interno (caracterização visual, editorial e organizacional do veículo) e contexto externo (caracterização do acontecimento específico da cobertura e da conjuntura sócio-histórico-cultural envolvente). Esses aspectos auxiliam a compreensão das metanarrativas, quinto movimento da análise (Motta, 2013), uma vez que as condições do contexto determinam e influenciam a estória contada.

As autoras evidenciam que os dois primeiros níveis constituem a espinha dorsal do protocolo, enquanto o terceiro nível é complementar. Reconhecem que o protocolo permite a identificação e a tipificação das especificidades da atividade jornalística, “mapeando tendências e possíveis lacunas na obtenção, averiguação e apresentação das informações” (Silva; Maia, 2011, p. 26), e quando enfatiza o contexto sócio-histórico-cultural possibilita relacionar a produção à influência de forças conjunturais.

Na aplicação desta hibridização metodológica, a identificação da assinatura contribuiu para a compreensão acerca das características do narrador e do foco narrativo. Na narrativa construída pelo jornal *O Globo*, em 2014, não há distinção entre autor e narrador, embora a presença do jornalista-narrador geralmente ocorra de forma apagada. No geral, as matérias apresentam um jornalista-narrador observador que segue a narrativa em *telling*, enquanto as reportagens, colunas e artigos costumam apresentar o jornalista-narrador personagem e seguir a narrativa em *showing*. Identificamos uma tentativa de dessubjetivação a partir da camuflagem da atuação do jornalista-narrador e uma separação, que se propõe manifesta, entre informação e opinião.

Essas características do narrador também interferem na origem das informações, já que *O Globo* diminui significativamente a incidência do jornalista como fonte informacional, especialmente no uso como única fonte. O local de apuração, pertencente às marcas de apuração, revela que 582 publicações foram apuradas internamente, enquanto 380 publicações contaram com apuração externa e as cinco restantes possuíam local de apuração indefinido. Os textos que continham apuração externa estavam relacionados ao acompanhamento do jornalista-narrador ao local da concentração da equipe e aos estádios. Inferimos que o predomínio da apuração interna ocorre em virtude do desenvolvimento de ferramentas e recursos tecnológicos que facilitaram o trabalho de apuração do

profissional na própria redação, o que intervêm também no uso de informações de segunda mão (como as postagens em redes sociais).

Caracterizando-se como uma narrativa plurivocal e polifônica, as publicações de *O Globo* em 2014 sobrepõem as vozes do jornalista-narrador e das personagens na configuração da estória. Isso está relacionado à origem da informação, que também faz parte das marcas de apuração. As informações de primeira mão são as mais utilizadas, aparecendo de modo exclusivo em 440 textos. Essa predominância revela que *O Globo* recorre diretamente às fontes informacionais, sem intermediação de terceiros, para apurar e narrar os fatos, priorizando as fontes institucionais (374 textos), fontes especializadas/ comentaristas e fontes cidadãs, com destaque para as primeiras, especialmente relacionadas à seleção, como o técnico Luiz Felipe Scolari e os jogadores da equipe brasileira, presentes em 146 e 154 textos, respectivamente.

As temáticas recorrentes das publicações do jornal analisado indicam a lógica e a sintaxe narrativas, assim como o tema e o assunto se relacionam à estória. Conforme uma perspectiva geral das publicações, o tema se refere ao Brasil e à Copa do Mundo de 2014 e o assunto relaciona-se à trajetória da seleção brasileira até a derrota. Cada mês em específico, de janeiro a dezembro, apresenta subtemas e assuntos relacionados ao tema e assunto geral, mas associados a acontecimentos específicos.

Cumprindo com o primeiro e o segundo movimentos da análise, identificamos o acontecimento-intriga como o Brasil na Copa do Mundo de 2014, a segunda realizada no País, sendo o conflito da narrativa a trajetória da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014 e a possibilidade de superação do trauma da derrota de 1950¹⁰. A participação brasileira em 2014 enquanto uma

¹⁰ Em 1950, na primeira Copa do Mundo realizada no Brasil, a seleção nacional perdeu o título para o Uruguai, no Maracanã, no Rio de Janeiro (RJ). De tão importante, distintos epítetos foram criados para designar o

oportunidade de cicatrizar a ferida aberta em 1950 se constitui como um componente da estória que gera tensão e provoca ações e eventos, estruturando a narrativa. A partir do conflito, são estabelecidos os episódios que determinam os enredos de microeventos mais ou menos completos.

Com esse acontecimento-intriga e conflito, são identificados nove episódios que compõem a narrativa construída por *O Globo*: 1) expectativa para a “Copa das Copas” e perspectiva de triunfalismo; 2) performances dos possíveis convocados; 3) divulgação e análise da lista de convocados e suas trajetórias; 4) preparação para a Copa do Mundo: treinamentos e amistosos; 5) fase inicial do Brasil na Copa do Mundo: as inconsistências; 6) a fase final do Brasil na Copa do Mundo: esperança efêmera; 7) Brasil no divã: o descontrole emocional; 8) a queda do herói: lesão de Neymar; 9) derrota por 7 a 1: a maior da história. Cada um dos episódios dispõe de ações parcialmente autônomas, mas que operam como unidades intermediárias que integradas configuram a narrativa.

A narrativa construída por *O Globo* se desdobra a partir de acontecimentos vividos por personagens, em tempos e espaços determinados. A partir do enredo construído, os episódios seguem a ordenação linear, com a sequência temporal em que aconteceram, sendo nomeado “enredo de ação”. O desenrolar dos episódios é conduzido pelas personagens – protagonistas, antagonistas e adjuvantes (Gancho, 2002).

No caso da estória produzida por *O Globo*, as personagens principais gravitam em torno da seleção brasileira, dado o acontecimento-intriga da narrativa. Os jogadores brasileiros são os protagonistas da estória, acompanhados, descritos e analisados em cada episódio, a partir da exposição de seus comportamentos, ações, desempenhos e declarações, o que é confirmado pelo aparecimento dos jogadores como uma das fontes institucionais mais utilizadas

fracasso brasileiro – “a derrota de todas as derrotas”, “a tragédia do Maracanã”, “o Maracanazo”.

pelo jornal. Os jogadores assumem o primeiro plano da narrativa, todos os microeventos e episódios se sucedem em torno deles.

O principal protagonista dessa narrativa é o jogador Neymar, que se apresenta como herói por possuir características superiores às de seu grupo, sendo suporte para a apresentação de características valorizadas positivamente no contexto do acontecimento-intriga. Enquanto a equipe é avaliada como mediana, Neymar é o único apresentado como exceção, como jogador que mantém as características construídas como pertencentes à identidade do futebol nacional, enquanto “herdeiro legítimo da mais nobre linhagem do futebol brasileiro” – a ponto de a seleção ser chamada de “seleção de Neymar”. Nas publicações analisadas, não há indicação de nenhum comportamento ou ação negativa direcionada ao jogador. É ele o responsável pelo ponto de virada da estória: quando lesiona a terceira vértebra lombar, a narrativa toma outro rumo, e *O Globo* sustenta a possibilidade esperançosa de que os demais jogadores chegassem à final por Neymar e que ele, como herói mítico, faria diferença mesmo sem estar no gramado.

Os protagonistas esbarram em forças que se esforçam para impedi-los de atingir o objetivo final. Essas forças se manifestam na figura do antagonista, que atrapalha a concretização do propósito dos protagonistas e impulsiona o enredo para o desenlace. Na narrativa construída em 2014, o antagonista que se sobressai é a circunstância de atraso do futebol brasileiro, elemento personificado que conduz o enredo em direção à conclusão, isto é, à derrota da seleção brasileira.

Em relação ao antagonista estrutural, destacamos que a circunstância de atraso e descaracterização do futebol brasileiro é o personagem que dificulta que os protagonistas – os jogadores da seleção brasileira e o herói Neymar – cheguem ao objetivo final. No caso da narrativa de *O Globo*, esse antagonista é apresentado como elemento dificultador antes mesmo do começo da competição, ganhando mais destaque com o início da Copa do Mundo. *O Globo*

evidência que o Brasil traía suas raízes futebolísticas, sublinhando Neymar como uma notória exceção, o que demarca a posição do antagonista e do protagonista, já que o primeiro apresenta características diretamente apostas ao segundo – ou seja, Neymar, o herói, contrapõe-se aos aspectos que caracterizam o atraso e a descaracterização do futebol brasileiro, o antagonista.

Além desse, outro antagonista presente é a comissão técnica da seleção brasileira, personificada no técnico Luiz Felipe Scolari, transfigurado em vilão. Ao expor a radiografia dos problemas enfrentados, *O Globo* descreve a decadência e a desorganização relacionadas à comissão técnica e derivadas de mau planejamento, preparação deficiente, problemas táticos, de escalação e desequilíbrio emocional resultante dos discursos triunfalistas do treinador e da falta de acompanhamento psicológico de longo prazo. Todas essas ações são direcionadas à comissão técnica e apresentadas como determinantes para o desenlace, a derrota vexatória por 7 a 1.

Acerca da última classificação de personagens, os coadjuvantes possuem participação menos constante no enredo e se aliam aos protagonistas enquanto auxiliares para o alcance do objetivo. Esse papel é ocupado por alguns jogadores da seleção brasileira, como David Luiz e Oscar, que aparecem de maneira secundária na narrativa, embora em momentos específicos surjam no enredo como componentes de relevância singular na colaboração dos protagonistas.

A fim de identificar os recursos utilizados para a narrativização do acontecimento-intriga, realizamos o quarto movimento desta análise narratológica, a identificação das estratégias comunicativas de objetivação e de subjetivação. Ao analisar as publicações concernentes à trajetória brasileira na Copa do Mundo de 2014, identificamos seis estratégias de objetivação: a) referências precisas a datas; b) referências precisas a lugares e instituições; c) nomes completos de personagens; d) números e/ ou estatísticas; e) citações

em aspas ou com o uso de verbos *dicendi*; e f) descrição funcional e didatismos.

Os elementos de objetivação são utilizados com recorrência, já que há uma preocupação do jornal em mostrar-se objetivo, a narrar os fatos do mundo real utilizando-se de uma linguagem referencial. Em todas as matérias, notas e reportagens, há a indicação de referências precisas a datas, lugares e personagens, a fim de sinalizar marcadamente quando e onde aconteceram os fatos narrados, assim como a apresentação de números e/ ou estatísticas, especialmente relacionadas ao desempenho dos jogadores em campo.

Em relação às estratégias de subjetivação, notamos que há um esforço do jornal em minimizar os elementos de subjetividade, a fim de assegurar que a narrativa construída é o real, como se relatasse o mundo tal qual ele é. Nessa narrativa, são identificadas as seguintes categorias de subjetividade: a) descrição pormenorizada; b) figuras de linguagem; c) verbos de expressão subjetiva; e d) ênfase/intensidade. No entanto, os usos desses elementos de subjetividade aparecem dentro da narrativa camuflados pelos elementos de referencialidade, com exceção das colunas, em que o subjetivo é exposto explicitamente por se tratar de um formato pertencente ao gênero opinativo.

No caso dos verbos, o jornal se utiliza especialmente daqueles relacionados ao conselho e à advertência. Já em relação à intensidade, há o realce ao apelo dramático de um determinado momento da narrativa, com o uso de adjetivos e pontuação. Destacamos que a descrição dramatizada dos microeventos, a partir do uso de verbos relacionados aos sentimentos, sobressai-se em momentos de grande carga emocional, como a lesão de Neymar (no episódio oito) e a derrota sofrida por 7 a 1 (no episódio nove).

O quinto e último movimento da análise narratológica refere-se às metanarrativas, isto é, os significados de fundo moral da narrativa. Três categorias coincidem para a formação da metanarrativa: 1) as duas Copas do Mundo: dentro e fora de campo

– o revés antes do princípio; 2) a pior derrota da história da seleção e a remissão de 1950; 3) o diagnóstico da perda da identidade como possibilidade de ressurreição.

A derrota foi construída narrativamente como derrota para si mesmo: para o atraso e a perda identitária. As lições ofereceram um sentido pedagógico à derrota, a fim de reestabelecer o futebol nacional e renascer a seleção brasileira – em 2014, desconstrói-se a percepção de “país do futebol”, justamente pela perda dessa identidade. As metanarrativas direcionam ao entendimento da derrota dentro de enquadramentos habituais e familiares, mantendo-as como parte de um depósito comum já construído e conduzindo à uma espécie de reincidência, a partir do significado consensual da derrota. Por isso, a derrota é significada como morte social causada pelos próprios brasileiros, vista como aprendizado que permitiria o renascimento do futebol nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como o Jornalismo é compreendido enquanto conhecimento social construtor de realidades, ele recria narrativas que reforçam ou apagam determinados mapas culturais de significados, seguindo uma estrutura narrativizada, que possibilita a compreensão de acontecimentos integrais, instaurando códigos de reconhecimento compartilhados. As narrativas jornalísticas acionam elementos de constituição das narrativas que se configuram como determinantes para a estrutura da estória.

Para compreender a configuração da estória e os sentidos estabelecidos e compartilhados por ela, apresentamos a hibridização da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística e do Protocolo de Análise da Cobertura Jornalística como possibilidade metodológica. A partir disso, entendemos a relevância e a viabilidade de investigar em uma das três instâncias do circuito comunicativo (produção, produto e recepção) dinâmicas que informem sobre as demais (Silva;

Maia, 2011) e investigar os elementos de narratividade que compõem as narrativas do Jornalismo (Motta, 2013).

Utilizando a análise da narrativa de *O Globo* acerca da seleção brasileira durante a Copa do Mundo de 2014 como exemplo de aplicação empírica, entendemos que a hibridização dos métodos se apresenta como uma alternativa metodológica para a análise de textos jornalísticos impressos. Ao hibridizar os dois métodos de análise, dá-se ênfase para duas instâncias do circuito comunicativo, a produção e o produto, sem deixar de entendê-lo como circuito interdependente.

Com essa hibridização metodológica, a análise não negligencia características e elementos influentes do processo de produção da notícia e aprofunda os significados emergidos nas narrativas jornalísticas, considerando as estratégias de narratividade utilizadas para a construção noticiosa, isto é, possibilita a análise das estratégias narrativas utilizadas para construir sentidos, bem como dos próprios sentidos construídos.

REFERÊNCIAS

ESSENFELDER, R. Hibridismos narrativos: recursos literários na grande reportagem contemporânea. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 37-54, set./dez. 2017.

GANCHO, C. V. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 2002.

HELAL, R. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, ano 8, v. 8, n. 21, p. 11-37, mar. 2011.

MACHADO, E. Metodologias de pesquisa em Jornalismo: uma revisão histórica e perspectivas para a produção de manuais de orientação. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, p. 10-28, 2010.

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F. de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan./abr. 2016.

MEDITSCH, E. Profissão derrotada, ciência não legitimada: é preciso entender a institucionalização do campo jornalístico. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, p. 97-113, 2010.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.

MOTTA, L. G. Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 23-49, 2005.

MOTTA, L. G.; COSTA, G. B.; LIMA, J. A. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 2, jul./dez. 2004.

PELINSON, F. **A configuração e as significações da derrota da seleção brasileira de futebol nas narrativas do jornal O Globo durante as Copas do Mundo de 1950 e 2014: aproximações e distanciamentos**. 2020. 448 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2021.

QUADROS, M. R. de; AMARAL, M. F. Análise Crítica da Narrativa aplicada ao radioJornalismo: uma proposta de adaptação metodológica. **Tríade – comunicação, cultura e mídia**, Sorocaba, v. 5, n. 9, p. 82-97, jun. 2017.

SILVA, A. S. **Mídia e política: narrativas de Veja na construção do sentido político-ideológico sobre a América Latina, entre 2008 e 2012**. 397 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

SILVA, G. De que campo do Jornalismo estamos falando? **MATRIZES**, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 197-212, ago./dez. 2009.

SILVA, G.; MAIA, F. D. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Rumores**, São Paulo, ano 5, v. 10, p. 18-36, jul./dez. 2011.

ANÁLISE ESPACIAL DE TERRITÓRIOS MEDIATIZADOS: aplicações teórico-metodológicas por meio da Geografia da Comunicação

Lauro Moraes

“Os meios de comunicação constituem uma verdadeira mediação universal, fornecem a matéria da nossa realidade. [...] Uma pessoa não se pode orientar no espaço público sem aquele saber que obtém por meio da comunicação.”

Daniel Innerarity

“Se não fosse pelos aspectos mais ou menos estetizados e mercantilizados da geografia sociofísica, o turismo não teria existido.”

Andre Jansson

INTRODUÇÃO

A Geografia da Comunicação assentou o entendimento de uma guinada recíproca: uma virada espacial nos estudos de mídia e teorias da comunicação, assim como uma virada cultural ou “comunicacional” na literatura geográfica (Adams; Jansson, 2012). Um dos fenômenos que corroboram esse paradigma são os fluxos turísticos. Configuram-se como objetos de análise e de mudanças que decorrem de um conjunto de fenômenos associados ao uso crescente de diferentes tipos de meios de comunicação que, por um lado, potencializam experiências (des)espacializadas em termos físicos e, por outro, oferecem alternativas de escolha cada vez mais

abrangentes, ao promoverem destinos turísticos (Connell; Meyer, 2009; Leung *et al.*, 2013; Standing; Tang-Taye; Boyer, 2014; Bosangit; Hibbert; McCabe, 2015).

As imagens propagadas pela mídia, a despeito de não corresponderem diretamente ao imaginário – aquilo que projetamos em nossa mente – favorecem essa projeção, ofertando elementos espaciais tangíveis e intangíveis para tal. Confirma-se, de fato, a percepção introduzida por Thompson (1998) de que o olhar e a experiência do turista em um lugar são precedidos por um conjunto de imagens e expectativas advindo da sua constante e sistemática exposição aos produtos da mídia. A bem da verdade, pode-se falar, hoje, num turismo midiaticizado, tendo em vista que as informações em circulação nas diversas mídias e plataformas tornaram-se intrínsecas ao processo de deslocamento espacial turístico, bem como essenciais para desenvolver “motivações de destino” (Gobbo, 2006, p. 34).

Portanto, enquanto derivação de um fenômeno que produz e consome espaços, os destinos turísticos são impactados diretamente pela imagem evocada por meio dos meios de comunicação (Miossec, 1977; Pearce, 2014). Imagem construída socialmente pelo que Richards (2017, p. 12, tradução nossa) define como “[...] individualizados e dispersos sistemas de reprodução virtual do espaço”. Tais constatações complementam-se com a perspectiva geográfica de marketing turístico defendida por Framke (2002, p. 106, tradução nossa):

O marketing cria narrativas, imagens e marcas que medeiam um lugar para o potencial turista nas regiões emissoras de viajantes. Quando o turista visita um lugar, cria seu próprio espaço turístico. A indústria, como parte do espaço de ação social do turista, cria um espaço econômico. Esses espaços diferem, como descrito

anteriormente, mas cada um tem a sua origem em imagens promovidas pela mediação do marketing de um lugar chamado destino.

Ao conduzir o potencial viajante para determinadas localidades, o turismo midiaticizado guia-o em direção a pontos com supostos melhores atrativos. Conforme ressalta Ejarque (2005), manter a circulação do turista sob controle é fundamental para que um destino obtenha retorno positivo e mantenha sua atratividade. No entanto, a capacidade que os *players* midiáticos têm de representar os deslocamentos e a espacialização turística dos lugares que se tornam alvos de visitação ainda é pouco estudada, a despeito de alguns trabalhos já terem apontado que a utilização de imagens e narrativas sedutoras reforça ou desperta a fantasia da viagem (Carvalho, 2007; Moraes; Gândara; Cruz, 2015, Moraes, 2020b). Com base em tal problematização, este capítulo tem como objetivo geral mapear procedimentos, conceitos e critérios elementares para avaliação de representações espaciais na mídia, particularmente por meio de produções jornalísticas audiovisuais que tratam de destinos turísticos.

A fim prover os subsídios teórico-metodológicos, a bibliografia abrange bases de pesquisa nacionais e estrangeiras – ibero-americanas e anglo-saxônicas – nos campos interdisciplinares da Comunicação e da Geografia. Particularmente, interessa-nos a interface com a Geografia da Comunicação, que conta com produção mais expressiva no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, mas também já encontra guarida na ciência geográfica, notadamente a partir da obra de Paul Adams (2009, 2011, 2017, 2018) – precursor dessa disciplina ao lado dos pesquisadores da comunicação suecos André Jansson (Universidade Karlstad) e Jesper Falkheimer (Universidade de Lund).

Compreende-se que toda representação espacial turística contemporânea tende a ser midiaticizada, seja por meio do Jornalismo, mídias sociais e *out of home*, filmes, programas de TV, publicidade, cartões postais, *blogs* e *sites* de viagens etc. Por sua vez, a crescente midiaticização da sociedade criou uma ambiência cultural cujos efeitos reconfiguram a percepção dos indivíduos e suas representações em relação ao espaço vivido, inter-relacionando as esferas midiática, turística e geográfica.

FIXOS E FLUXOS NA MÍDIA: ELEMENTOS DA ESPACIALIZAÇÃO TURÍSTICA

A identificação de elementos de espacialização turística, a partir da mídia, emerge como um instrumento para ampliar a percepção da interface entre Comunicação e Geografia. Num primeiro momento, e de modo mais imediato, emerge uma geografia tangível (fixos) em cada representação espacial de destinos turísticos. Contudo, intrínseca a essa territorialidade zonal está uma geografia intangível (fluxos), uma territorialidade reticular, sobretudo quando considerada enquanto imagem projetada pelos aparatos midiáticos. Ou seja, o espaço geográfico é dinâmico, uma categoria ativa e relacional, entremeada pela interseção entre esses fixos estáveis e os fluxos instáveis.

Fixos e fluxos juntos, interagindo, expressam a realidade geográfica, e é desse modo que conjuntamente aparecem como um objeto possível para a Geografia. Os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos, mais amplos, mais numerosos, mais rápidos (Santos, 2006, p. 38)

Um destino turístico compõe-se, portanto, de fixos públicos e privados diversos, instrumentalizados ou advindos da ação antrópica

e passíveis de georreferenciamento. São edificações, construções, infraestruturas e equipamentos turísticos, como aeroportos, estradas, logradouros, praças, jardins, passeios públicos, bairros, limites, sinalização, marcos, parques, recintos, monumentos, fachadas, ruas, casas, edifícios, mobiliário urbano, recursos ambientais, dentre vários outros. Para cada um deles, flui uma dimensão imaterial, que justifica e potencializa o próprio uso e apropriação desses fixos para o turismo.

A ação de moradores, turistas, trabalhadores do setor, os transportes, o capital, a sociabilidade, a cultura compõem os fluxos territoriais. São estes que geram o movimento de capital, a transformação da natureza, os contatos e circulações múltiplas, as trocas de conhecimento, de informação e a comunicação. Ideias, mensagens, narrativas e representações também fazem parte dessa geografia intangível. Ao abordar sobre destinos turísticos, os aparatos midiáticos acrescentam a esses territórios marcas simbólicas, produzindo e alterando percepções acerca dos lugares.

Como afirma Corrêa (2007, p. 8-9), “as formas simbólicas tornam-se formas simbólicas espaciais quando constituídas por fluxos e fixos, isto é, localizações e itinerários, apresentando, portanto, os atributos primeiros da espacialidade”. Tanto as formas concretas do espaço (fixos) – que podem ser representadas por todos os locais de alguma forma midiaticizados – quanto as não-concretas (fluxos) – como as próprias imagens e narrativas midiáticas criadas sobre destinos turísticos – estão associadas, então, a significados simbólicos. No turismo, isso fica evidenciado até mesmo pela alcunha atribuída a diversos lugares: Cidade Luz (Paris), *Big Apple* – A Grande Maçã (Nova Iorque), Veneza do Norte (Amsterdã), Ilha da Magia (Florianópolis), Cidade Maravilhosa (Rio de Janeiro), Jamaica Brasileira (São Luís do Maranhão), entre outras.

De tão conhecidos os cognomes, em geral, prescindem da citação do próprio nome para que logo se saiba de que lugar se trata. Um processo ampliado e sedimentado pela comunicação midiática,

que massifica e legitima tais significados, passando a integrar a identidade do destino turístico. Daí entende-se a necessidade de uma abordagem cultural do turismo, compreendendo os destinos como uma criação de vários atores, que produzem, mantêm, negociam e transformam significados culturais acerca dos territórios, num mercado multicultural e globalizado (Saraniemi; Kylänen, 2011). Esse potencial de transformação justifica situar o turismo midiaticizado no âmbito de uma perspectiva geográfico-culturalista, particularmente uma Geografia da Comunicação.

O TURISMO NA DIMENSÃO COMUNICATIVA HIPERESPACIAL: APORTES DA GEOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO

Partilha-se da compreensão de que o aprofundamento na produção imagética é condição *sine qua non* para a leitura do espaço geográfico na atualidade. Com efeito, a crescente midiaticização, aliada à dinamicidade das tecnologias da informação e comunicação, impõe uma reorganização da geografia humana a partir de um “espaço-tempo tecnológico” (Virilio, 1993, p. 10). E a velocidade das transformações exige constante atualização das interpretações geográficas conforme a lógica dessa “nova ordem espacial” (Ferraz, 2007, p. 31), que Mitchell (2002) define como uma “e-topia”, em referência ao impacto da tecnologia sobre as configurações espaciais e formas de vida urbana da contemporaneidade.

Com efeito, os referenciais imagéticos e o processo comunicativo suplantam o espaço físico. Assim, emergem ambiguidades espaciais a partir das representações comunicacionais. A constituição de redes e fluxos de informação espacialmente dispersos, interconectando pessoas e lugares, abre, portanto, perspectivas para que as teorias da produção espacial sejam alinhadas às teorias da Comunicação/ mediação. Isso implica, então, compreender como a comunicação produz espaços e como os espaços produzem comunicação.

Nesse contexto, a Geografia da Comunicação, subcampo originado no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, na primeira metade dos anos 2000, apresenta-se como ponto de inflexão seminal. A organização da disciplina, no Brasil, ocorreu há pouco mais de uma década, sendo encampada por pesquisadores multidisciplinares interessados no repertório da Geografia (Moreira, 2019). No âmbito nacional, invocam a obra de Milton Santos como principal referência, especialmente pela abordagem acerca do desenvolvimento técnico-informacional. Contudo, estudos estrangeiros estão na base teórica e histórica da Geografia da Comunicação.

Ao indicarem uma “virada espacial nos estudos da mídia”, os autores contemporâneos Falkheimer e Jansson (2006) afirmaram o espaço como dimensão primordial da comunicação social, privilegiando sua função nos processos de mediação e no engendramento de um novo domínio no âmbito dos estudos culturais e de mídia. Segundo os pesquisadores suecos, “há razões para acreditar que a Geografia da Comunicação pode produzir um campo semiautônomo no domínio mais abrangente dos estudos culturais, refletido nas colaborações entre geógrafos e teóricos de mídia” (Falkheimer; Jansson, 2006, p. 8, tradução nossa).

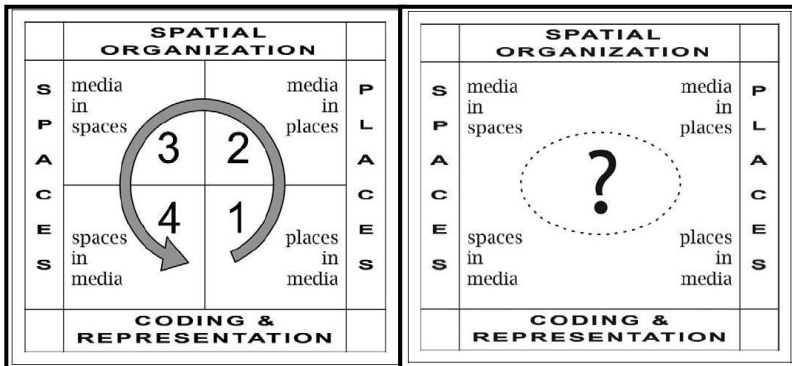
Essa associação entre a Geografia e a Comunicação tem, no entanto, como autor fundador o economista Harold Innis (2011 [1951]), um precursor da reflexão sobre os processos de globalização, que teria, inclusive, inspirado Marshall McLuhan (1971), seu contemporâneo na Universidade de Toronto. Na teoria innisiana, toda mídia apresenta um viés que possibilita o controle de uma dessas dimensões. O que chama de meios pesados (duráveis), como a oralidade e pedras/ pinturas rupestres, são enviesados para o tempo. Já os meios leves (perecíveis), representados pelos modernos meios de comunicação, para o espaço. Esse enviesamento espacial da mídia é que permitiria a aquisição, transmissão e controle da

informação nos territórios, mediando relações de poder, de conhecimento e a própria transformação do espaço.

Particularmente na ciência geográfica, o principal expoente da Geografia da Comunicação é Paul Adams, da Universidade do Texas, em Austin. Nitidamente sob influência do pensamento de Yi-Fu Tuan, seu orientador no Departamento de Geografia da Universidade de Wisconsin-Madison no final dos anos 1980, Adams (2009, 2011) propõe uma taxonomia para a Geografia da Comunicação em quatro perspectivas: a mídia no espaço; o espaço na mídia; os lugares na mídia; e a mídia no lugar.

A evolução dessa classificação está ilustrada na Figura 1. Em comum, ambas preconizam uma relação dialética entre espaço/lugar e conteúdo/ contexto. Inicialmente, Adams (2009) estabelece um quadrante em que esses elementos estão separados entre si, como compartimentos estanques. Os números, de um a quatro, tão somente indicam a ordem em que esses tópicos são apresentados pelo autor. O diagrama seguinte já elimina essa representação compartimentada, introduzindo a ideia de que ocorre uma hibridação entre as quatro dimensões, tendo em vista que a interface entre Comunicação e Geografia suplanta uma superfície bidimensional ou um espaço analítico retilíneo. Segundo Adams (2011, p. 48-49, tradução nossa), "o ponto de interrogação indica uma área aberta a investigações que se afastam de premissas de escala sempre invocadas na dicotomia espaço/ lugar, bem como de pressupostos de causalidade subjacentes à dicotomia conteúdo/contexto."

Figura 1 – Evolução da taxonomia da Geografia da Comunicação de Paul Adams



Fonte: adaptada a partir de reprodução de Adams (2011).

Uma estrutura conceitual mais elaborada para a pesquisa em Geografia da Comunicação é apresentada adiante por Adams e Jansson (2012). Baseia-se em um conjunto de interseções disciplinares, definidas como representações, texturas, estruturas e conexões. Representações e texturas relacionam-se com lugares, de modo mais próximo, enquanto estruturas e conexões ocupam e criam espaços. Contudo, também são percebidos como compartimentos inter-relacionais e áreas congruentes de pesquisa. Portanto, a Figura 2 é apenas uma representação simplificada. “O que funciona como um compartimento em um quadrante se torna o que está contido em outro quadrante [...]” (Adams; Jansson, 2012, p. 306, tradução nossa).

Figura 2 - Estrutura conceitual para pesquisa interdisciplinar em Geografia da Comunicação

REPRESENTATIONS (places in communication)	TEXTURES (communication in places)
CONNECTIONS (spaces in communication)	STRUCTURES (communication in spaces)

Fonte: Adams e Jansson (2012).

A perspectiva dos **lugares na comunicação**, aqui tratados como representações espaciais, está no cerne deste trabalho. Permite reconhecer que muito ou quase tudo que se sabe sobre um destino turístico deriva de comunicações, cada vez mais midiáticas. O turismo midiaticizado é tanto uma forma mediada de estar num lugar, via gozo imaginário, quanto um (re)modelador da experiência turística, alterando o modo como turistas percebem, apropriam-se e reproduzem lugares (Jansson, 2007). Em algum momento, essa dimensão representacional pode, evidentemente, cruzar-se com as demais.

As estruturas (**comunicação em espaços**) são estrategicamente localizadas e produzem fluxos de informação numa dinâmica desigual. No âmbito dos **espaços na comunicação**, a remediação e a premediação evidenciam que “[...] um tipo de espaço é criado por, para e nas conexões de comunicação mediada” (Adams; Jansson, 2012, p. 312, tradução nossa). E seja para facilitar o trânsito através e entre lugares ou para usufruir de algum atrativo, *smartphones* e

mídias locativas oferecem informações espaciais, expandem funções de automonitoramento e vinculam-se com bancos de dados distantes. Essas texturas (**comunicação em lugares**) demonstram que, assim como lugar é “transportado” pela mídia, o inverso também ocorre.

Com efeito, isso implica reconhecer que mapas e todas as formas do espaço – físicas e socioculturais – são instâncias de mediação da experiência espacial, assim como as representações midiáticas tanto fundam espaços simbólicos e imaginários, como podem interferir e embaralhar demarcações geográficas materiais (global e local, público e privado, lugares para visitação e a serem evitados, territórios visíveis e territórios invisíveis).

Este século, certamente, presencia um aprofundamento do que Santos (1994) definiu como meio técnico-científico-informacional, em alusão   dominância da ciência, da tecnologia e da informa o na modernidade. Particularmente no tocante a essa última dimensão, de fato, “o conjunto de objetos geográficos nos d  a configura o territorial e nos define o próprio território e são cada vez mais carregados de informa o” (Campos, 2008, p. 160). E as profusas redes de compartilhamento dão conta de conectar pessoas às mesmas referências, convergindo tempo e espaço.

Diante da hipermediatiza o da sociedade ou “comunica o de dimensão hiperespacial”, conforme expressam Falkheimer e Jansson (2006), esse tipo de efeito dissemina-se ainda mais rápido e extensivamente, conforme a dinâmica dos fluxos instáveis. Pelas novas ou tradicionais mídias, jornalistas, ídolos *pop*, influenciadores digitais, *blogs*, filmes, programas de TV ou da *web* atuam como motivadores de destinos, seja reforçando viagens e lugares tradicionais, fomentando jovens destinos ou até mesmo criando outras possibilidades.

As implica es da mediatiza o nos territórios ficam bem claras nos chamados destinos do turismo de cinema, em que o hiper-realismo no turismo embaralha os limites entre a realidade e a

fantasia. Ao realizarem um estudo empírico, de cunho geográfico, com operadoras de turismo que oferecem atrativos com o tema *O Senhor dos Anéis*, Carl, Kindon e Smith (2007) constataram que quanto mais perfeita é a reprodução espacial daquilo que foi exibido nas telas durante os passeios, maior a satisfação do turista. Destinos da Nova Zelândia tornaram-se cenários icônicos dessa trilogia para uma audiência global de potenciais viajantes. E, como sugerem as autoras, busca-se expandir a visitação por meio dessas paisagens naturais e culturais, ainda que não seja possível experimentá-las tal como apresentado no cinema, uma vez que se misturam lugares reais, aprimoramentos digitais e cenários integralmente criados por computação.

Essa relação entre turismo e promoção de destinos turísticos também é observada no Brasil. A partir do caso do Nordeste, Brito, Vieira e Perinotto (2019) destacaram o potencial da região para o turismo cinematográfico, que sequer possui uma oferta própria no cenário brasileiro, inserindo-se no segmento do turismo cultural. A despeito disso, entrevistados relataram motivações de viagens, diretas e indiretas, a partir de produções audiovisuais ambientadas em estados nordestinos. O mesmo ocorre por meio de reportagens, programas e conteúdos variados sobre turismo, sobretudo com a proliferação de *blogs* e *vlogs* de viagem.

Com efeito, defende-se que toda representação espacial turística contemporânea tende a ser midiaticizada. Essa vertiginosa produção midiática insere-se numa trama cultural, em que a própria noção de espacialidade é reconfigurada. Tal Geografia da Comunicação alude, portanto, a uma percepção geográfico-culturalista das viagens, em si, e da sua midiaticização, conclamando por técnicas, categorias e procedimentos para sua análise. Uma delimitação teórico-metodológica pouco explorada e debatida no âmbito desse subcampo de estudos relativamente recente.

INVESTIGAÇÃO DE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS A PARTIR DA GEOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO

As categorias, procedimentos e técnicas de pesquisa apresentadas a seguir, de forma sintética, configuram um aporte teórico-metodológico para avaliação de produções audiovisuais por meio da Geografia. Na projeção deste trabalho, tendo como objeto destinos turísticos e como campo de estudo o Jornalismo. Pela perspectiva de uma cartografia híbrida, que conflui o mapeamento tradicional com uma cartografia social e comunicacional, buscam-se nuances espaciais que dão forma a territórios turistificados-midiatizados. Desse modo, emergem variadas categorias de análise: o perfil espacial e a morfologia de destinos turísticos, a geografia intangível, a distribuição territorial por subdivisões, bem como o mapeamento de regiões e unidades da federação, a caracterização de critérios de noticiabilidade, da imagem evocada e a respectiva representação de territórios turistificados por meio de conteúdos audiovisuais.

Inserem-se, ainda, indicadores para qualificação da narrativa no que tange ao sentimento relacionado a destinos turísticos e à formação de sua imagem, compondo uma cartografia mais ampla da experiência midiática. Nessa cartografia, emergem critérios para avaliação de representações espaciais na mídia, particularmente de produções audiovisuais sobre turismo. Entretanto, adaptável a conteúdos imagéticos de modo geral, como sessões fotográficas, revistas, cartões postais, postagens em redes sociais, dentre outros. A interface entre Comunicação e Geografia reflete-se também nas categorias, procedimentos e técnicas de pesquisa propostos para análise de representações espaciais de destinos turísticos.

A REPRESENTAÇÃO ESPACIAL DE DESTINOS TURÍSTICOS SOB O VIÉS DA GEOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO

A análise de imagem é uma metodologia basilar para a investigação de representações espaciais na mídia. Isso implica, necessariamente, em compreender a imagem cinética tanto em seu *status* de cenário ou ilustração quanto como narrativa, um “texto visual” (Coutinho, 2014, p. 336). O roteiro, com detalhamento dos registros sonoros e visuais incorporados a cada cena de um vídeo, por si só, é uma forma de cartografia (Figura 3).

Figura 3 - Trecho de roteiro de reportagem do *Jornal Hoje* (Rede Globo)

VÍDEO	ÁUDIO
ENTRA VT/REPORTAGEM /=/=/=/=/=/	ENTRA TRILHA /=/=/=/=/=/
PG CONSTRUÇÕES COLONIAIS EM REGIÃO MONTANHOSA	OFF 1: Pontinhos brancos emoldurados pela Serra do Espinhaço.
PF DETALHE DE IGREJA/ ARTE DO MAPA DE MINAS GERAIS – DIAMANTINA 300 KM	Diamantina,
PM RUA COM IGREJA AO FUNDO	patrimônio cultural da humanidade.
PM IGREJA	SOBE TRILHA /=/=/=/=/=/
PM CASAL NA SACADA	
PF ESQUINA DE CASA COLONIAL	
PG RUA E CASARIO COLONIAL AO FUNDO	
PASSAGEM COM MAPA NA MÃO/ GC: PATRÍCIA NOBRE/ DIAMANTINA, MG	<i>Repórter:</i> São várias atrações turísticas. O jeito, então, é encaixar no tempo que a gente tem. Eu selecionei algumas atrações que me chamaram a atenção. Vamos começar nosso passeio?
PF RUA COM CASARIO COLONIAL AO FUNDO	SOBE TRILHA /=/=/=/=/=/
PM RUA DE PEDRA COM PESSOA CAMINHANDO	OFF 2: As ruas de pedra
PM RUA DE PEDRA E CASARIO COLONIAL	são ou não um charme?

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Ao cartógrafo cabe, então, montar esse *script*, a partir do conteúdo audiovisual selecionado para análise, adaptando-o tendo em vista a perspectiva espacial. São ressaltados, então, os aspectos relacionados ao conteúdo ou significação da imagem enquanto modeladora de uma espacialidade visual que é partilhada com a audiência, prescindindo de um detalhamento quanto aos aspectos fisiográficos das paisagens, sua compartimentação morfológica, estrutura superficial ou fisiologia. Ao mesmo tempo, a depender da natureza do vídeo investigado, é cabível produzir um roteiro híbrido, com elementos técnicos jornalísticos e da gramática cinematográfica. Igualmente, também é plausível agregar aspectos informacionais e publicitários, como é comum na narrativa de videoblogues (*vlogs*) de turismo. Com uma roteirização adequada, é possível classificar com minuciosidade os dados espaciais.

Do geral para o particular, primeiramente, são identificadas as unidades do relevo dos destinos turísticos: chapadas, depressões, patamares, planícies, planaltos, serras e tabuleiros (Ab'Saber, 1975, 2003; Ross, 1985, 2003; IBGE, 2009). Em seguida, traça-se o perfil espacial dos destinos turísticos. A partir da setorização majoritária como meio ambiente urbano ou meio ambiente natural, conforme conceituação de Steinberger (2001), chega-se, então, às subdivisões em áreas litorâneas, áreas rurais, áreas naturais, áreas urbanas não litorâneas (Galvão Filho; Huertas Calvente, 2006), além de subáreas predominantes identificadas: cidade, fazenda, mata, praia, rio e serra.

A cartografia das espacialidades ainda pode abarcar os segmentos turísticos predominantes, bem como a distribuição dos municípios envolvidos conforme a estação do ano. E numa investigação mais detalhada, cabe classificar a tipologia espacial majoritária, conforme o uso e apropriação – espaços públicos livres, espaços públicos com restrição ou espaços privados (Xavier, 2006; Andrade; Jayme; Almeida, 2009; Carmona, 2010).

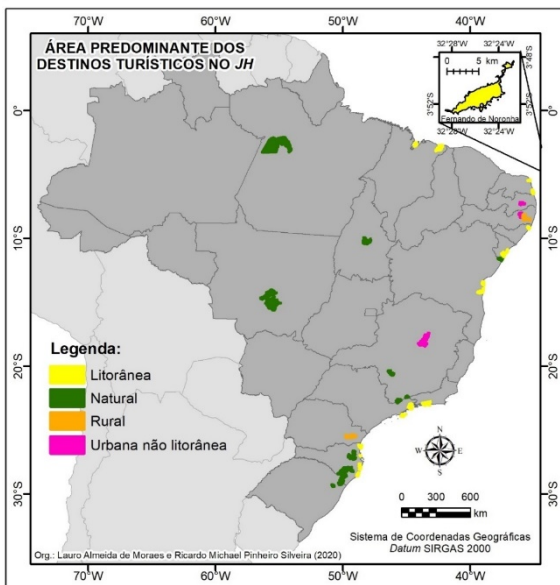
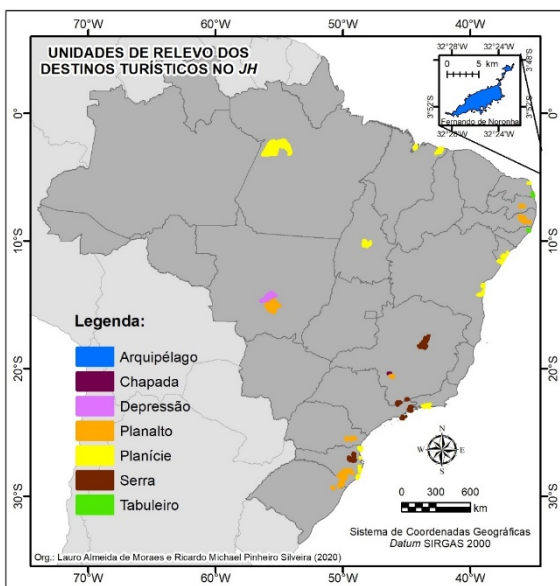
A seguir, são classificados os fixos, tratados como elementos espaciais tangíveis. Em se tratando da morfologia dos destinos

turísticos, para áreas urbanas, propõe-se a organização com base em conceitos de Cullen (1983), Lynch (2011), Lamas (2014) e da Teoria do Espaço Turístico, de Boullón (2002). Enfatizam-se os roteiros, empreendimentos, infraestruturas e equipamentos correlatos ao turismo mais representados nas produções midiáticas sob investigação. Para áreas naturais e litorâneas, recorre-se às definições geológicas e ambientais aplicadas às geociências, como as descritas por Barros (2006). Infraestruturas de transportes também compõem essa dimensão espacial (Lohmann, 2005; Lohmann; Panosso Netto, 2017; Pearce, 2003).

Grande parte dessa dimensão física dos territórios turistificados é eficazmente representada por meio da cartografia tradicional. A Figura 4 demonstra a aplicação desse tipo de representação em um estudo envolvendo 43 reportagens televisivas, exibidas no período de um ano completo (Moraes, 2020a). Esse conjunto de mapas agrega informações sobre unidades de relevo e as áreas predominantes dos destinos turísticos visitados por equipes de reportagem do *Jornal Hoje*, da *Rede Globo*.

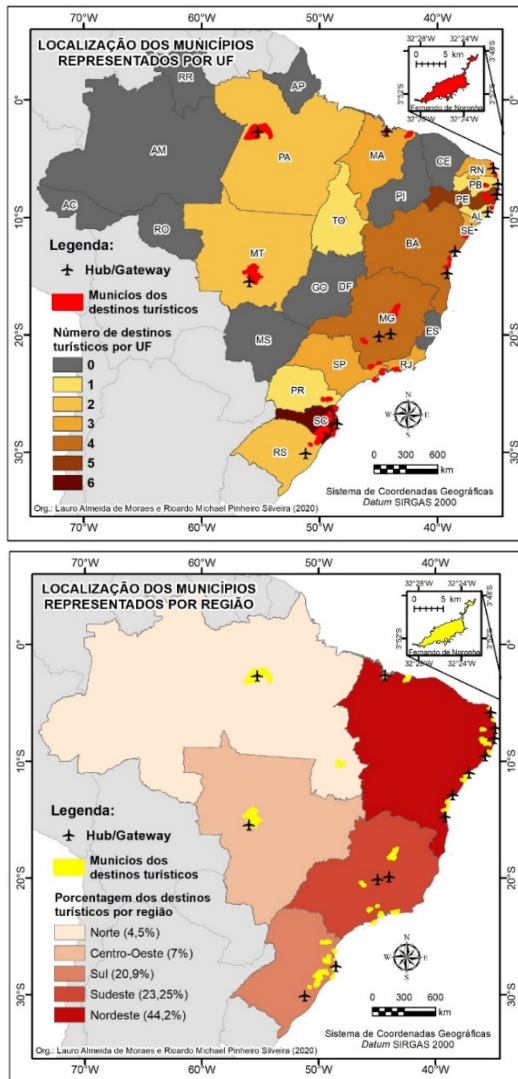
A cartografia tradicional também é crucial para a investigação da distribuição territorial dos destinos turísticos, com o mapeamento de regiões, unidades da federação e municípios midiaticizados. Como se observa na Figura 5, o conjunto de mapas localiza os lugares apresentados pelo telejornal analisado, correlacionando-os à representatividade de cada Unidade Federativa e de cada região do País durante o recorte temporal sob investigação.

Figura 4 - Unidades de relevo e áreas predominantes de destinos turísticos, respectivamente



Fonte: Adaptada de Moraes (2020a).

Figura 5 - Localização de municípios representados por UF e por região, Respectivamente

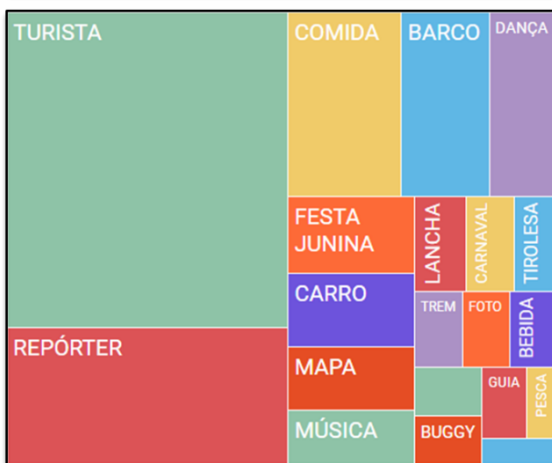
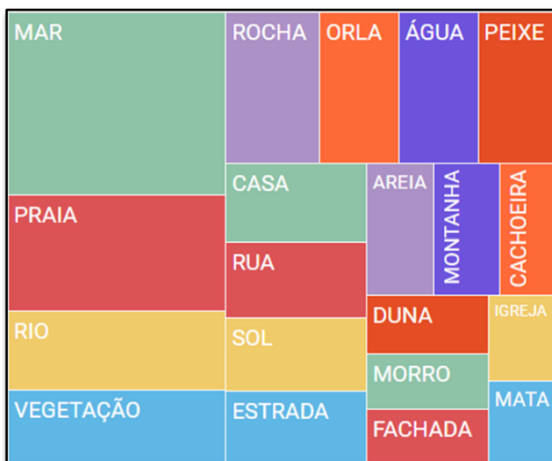


Fonte: Adaptada de Moraes (2020a).

Quanto aos aspectos espaciais intangíveis, são classificados enquanto fluxos territoriais. Abrangem elementos móveis e humanos, como meios de transporte, turistas, moradores e trabalhadores do setor turístico (Hack Neto, 2015; Lohmann, 2005).

Tão importantes quanto a fisiografia, nessa relação entre espaço e mediação, são os elementos culturais (costumes, danças, canções, celebrações, artesanato, literatura, cinema, televisão, culinária, entre outros). Nesse sentido, sob perspectiva geográfico-culturalista, busca-se um diálogo entre aportes teóricos que abrangem essa interface (Alfonso, 2003; Cosgrove, 2004; Cunha, 2004; Telles, 2007; Almeida, 2013; Beber; Gastal, 2020). Pode-se traçar essa cartografia com apoio de nuvens de palavras (Figura 6) e mapas de árvore (Figura 7), obtidos por meio de seleção semântica de fixos e fluxos atinentes aos destinos nos roteiros audiovisuais. Quanto maior a palavra ou o quadrante, maior a ocorrência daquela representação.

Figura 6 - Exemplar de nuvem de palavras



Fonte: Adaptada de Moraes (2020a).

Com efeito, por meio da matriz teórica e dos procedimentos e técnicas de pesquisa elencados neste capítulo, os resultados advindos da análise de representações espaciais de territórios turistificados podem, inclusive, ser aproveitados e associados a outros instrumentos pela governança e gestão turísticas, tanto para fins de planejamento territorial quanto posicionamento de imagem. Grande parte desse cabedal teórico-metodológico também é

passível de aplicação em outros estudos com enfoque em representações espaciais de territórios midiaticizados, particularmente por meio de narrativas audiovisuais. Dessa forma, demonstra-se a pertinência da Geografia da Comunicação tanto para o Jornalismo quanto para demais áreas da Comunicação Social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia contribui na construção da imagem dos lugares. Seja por meio do Jornalismo, de filmes ou postagens em redes sociais, elege pontos de interesse, antecipando e conduzindo o olhar do espectador. O turismo é um dos setores em que isso se revela elementar. Por isso, antes mesmo do advento da internet e das tecnologias digitais, Miossec (1977, p. 55, tradução nossa) já afirmava: “O espaço turístico é antes de tudo uma imagem [...] Imagem complexa, sonho, refletida por cartazes, guias, panfletos, pinturas, livros, filmes. Imagem e evocação feitas para vender a turistas. Evocando sensações, sons, cheiros”. Ou seja, a partir da imagem internalizada por meio dos diversos canais de midiaticização – de um simples cartão postal aos sites de viagens, programas de entretenimento e telejornais – desenvolvem-se motivações e idealizações turísticas. O espaço que o turista contempla é, portanto, uma representação ideal da vista em questão.

Contudo, quais seriam os procedimentos, conceitos e critérios essenciais para avaliação de representações espaciais na mídia? Tomando como referência produções jornalísticas audiovisuais que tratam de destinos turísticos, este capítulo atesta que categorias de investigação da Geografia oferecem suporte conceitual e analítico basilares, contribuindo para a compreensão da idealização estética de paraísos turísticos. Portanto, os parâmetros elencados apresentam-se como um aporte teórico-metodológico para a qualificação de narrativas audiovisuais por meio da geografia da comunicação.

Seja por intermédio da recomendação direta, de um cartão postal, *outdoor*, blog de viagem, revista especializada, telejornal, programa de TV ou postagens em redes sociais, a comunicação é a base de sustentação da informação turística, sem a qual essa modalidade de deslocamento espacial e de uso e apropriação de territórios jamais ocorreria de modo transversal, tampouco massivo. Nesse sentido, numa sociedade profundamente ambientada pelas mídias, o turismo midiaticizado emerge como uma forma dominante na contemporaneidade. Quase toda comunicação turística transita pelos meios de comunicação. A repetição de representações espaciais icônicas em diversas mídias e em diferentes tempos e contextos evidenciam essa dinâmica.

O turismo midiaticizado é uma forma de mediação, fundamentalmente técnica, a partir de quaisquer mídias, tanto da comunicação quanto da informação turísticas. Envolve um gozo imaginário, que não passará disso aos desprovidos de condições para sua concretização, bem como um efeito prático de antecipação do olhar do turista, estimulando o desejo pela viagem e a busca pelos territórios e experiências apresentados. Já um resultado contrário é desencadeado com a midiaticização de espaços inóspitos, como territórios comumente associados a conflitos, miséria, abandono, violência.

A bem da verdade, cada vez mais, lugares e pessoas conectam-se pelas mídias, e, para as mídias, converge grande parte da comunicação que daí surge. Esse processo abarca uma geografia tangível (fixos), bem como uma territorialidade reticular, associada a uma geografia intangível (fluxos), com seus variados significados simbólicos, tanto intrínsecos quanto desencadeados pelos aparatos midiáticos. Por isso, uma leitura fundamentalmente espacial da comunicação é capaz de desvelar intencionalidades e formas com que os territórios são mediados.

REFERÊNCIAS

AB'SABER, A. N. **Formas de relevo**: Texto Básico. São Paulo, FUNBEC/Edart, 1975.

AB'SABER, A. N. **Os domínios da natureza no Brasil**: Potencialidades paisagísticas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

ADAMS, P. C. A taxonomy for communication geography. **Progress in Human Geography**, v. 35, n. 1, p. 37-57, 2011.

ADAMS, P. C. Geographies of media and communication I: Metaphysics of encounter. **Progress in Human Geography**, v. 41, n. 3, p.365-374, 2017.

ADAMS, P. C. Geographies of media and communication II: Arcs of communication. **Progress in Human Geography**, v. 42, n. 4, p. 1-10, 2018.

ADAMS, P. C. **Geographies of Media and Communication**. Malden, MA: WileyBlackwell, 2009.

ADAMS, P. C.; JANSSON, A. Communication Geography: A Bridge Between Disciplines. **Communication Theory**, v. 22, p. 299-318, 2012.

ALFONSO, M. J. El patrimonio cultural como opción turística. **Horizontes Antropológicos**, ano 9, n. 20, p. 97-115, 2003.

ALMEIDA, M. G. A propósito do trato do invisível, do intangível e do discurso na Geografia Cultural. **Revista da ANPEGE**, v. 9, n. 11, p. 41-50, 2013.

ANDRADE, L. T.; JAYME, J. G.; ALMEIDA, R. Espaços públicos: novas sociabilidades, novos controles. **Cadernos Metrópole**, n. 21, p. 131-153, 2009.

BARROS, J. G. **Glossário de termos geológicos e ambientais aplicados às geociências**. Brasília: ESMPU, 2006.

BEBER, A. M. C.; GASTAL, S. Turismo, cotidianos e comida. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 18, n. 2. p. 207-217, 2020.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

BRITO, A. M. S.; VIEIRA, V. B.; PERINOTTO, A. R. C. Cinema como ferramenta de promoção de destinos turísticos no Nordeste brasileiro. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, v. 9, n. 2, 2019, p. 191-216.

CAMPOS, R. R. A natureza do espaço para Milton Santos. **Geografares**, n. 6, p. 155-165, 2008.

CARL, D.; KINDON, S.; SMITH, K. Tourists' experiences of film locations: New Zealand as 'middle earth'. **Tourism Geographies**, v. 9, n. 1, p. 49-63, 2007.

CARMONA, M. Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique. **Journal of Urban Design**, v. 15, n. 1, p. 123-148, 2010.

CARVALHO, A. L. O turismo como produto da indústria cultural nas enunciações da mídia. In: PAIVA, C.; BARRETO, E.; BARRETO, V. (Orgs.), **Mídia & Culturalidades**: análises de produtos, fazeres e interações. João Pessoa: Universitária, 2007, p.277-297.

CONNELL, J.; MEYER, D. Balamory revisited: An evaluation of the screen tourism destination-tourist nexus. **Tourism Management**, v. 30, n. 2, p. 194-207, 2009.

CORRÊA, Roberto Lobato. Formas simbólicas e espaço: algumas considerações. **Geographia**, v. 9, n. 17, p. 7-18, 2007.

COSGROVE, D. A Geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. **Paisagem, tempo e cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: Eduerj, p. 92-123, 2004.

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014, p. 330-344.

CULLEN, G. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 1983.

CUNHA, D. F. **Patrimônio cultural: proteção legal e constitucional**. Rio de Janeiro: Letra Legal, 2004.

EJARQUE, J. **Destinos turísticos de êxito: desenho, criação, gestão e marketing**. Pirâmide, Madrid, 2005.

FALKHEIMER, J; JANSSON, A. **Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies**. Göteborg: Nordicom, 2006.

BOSANGIT, C.; HIBBERT, S.; MCCABE, S. "If I was going to die I should at least be having fun": Travel blogs, meaning and tourist experience. **Annals of Tourism Research**, v. 55, p. 1-14, 2015.

FERRAZ, C. B.. O estudo geográfico dos elementos culturais - considerações para além da Geografia Cultural. **Terra Livre**, v. 29, n. 2, p. 29-50, 2007.

FRAMKE, W. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 2, n. 2, p. 92-108, 2002.

GALVÃO FILHO, C. E.;; HUERTAS CALVENTE, M. D. A geografia brasileira e os estudos relacionados ao turismo: uma análise dos trabalhos de dois eventos nacionais (2002 e 2004). **Geografia**, v. 15, n. 1, p. 221-242, 2006.

GOBBO, S. M. **O merchandising editorial: as localidades turísticas na tela da *Globo***. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2006.

HACK NETO, E. **Percepções turísticas: Foz do Iguaçu, terra das Cataratas entre o real e o imaginário**. Foz do Iguaçu: Talentto's, 2015.

- INNERARITY, D. **O novo espaço público**. Lisboa: Texto Editores, 2010.
- INNIS, Harold A. **O viés da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011 [1951].
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Manual técnico de geomorfologia**. 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.
- JANSSON, A. A sense of tourism: New media and the dialectic of encapsulation/ decapsulation. **Tourist Studies**, v. 7, n. 1, p. 5-24, 2007.
- JANSSON, A. Spatial Phantasmagoria: **The Mediatization of Tourism Experience**. *European Journal of Communication*, v. 17, n. 4, p. 429-443, 2002.
- LAMAS, J. M. **Morfologia urbana e desenho da cidade**. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2004.
- LEUNG, D.; LAW, R.; HOOFF, H.; BUHALIS, D. Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 30, n. 1-2, p. 3–22, 2013.
- LOHMANN, G. Transporte para turistas: conceitos, estado da arte e tópicos atuais. In: Trigo, L. G. G. (Org.). **Análises globais e regionais do turismo brasileiro**, São Paulo: Roca, 2005, p. 641-669.
- LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Tourism Theory**: Concepts, models and systems. Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International, Fapesp, 2017.
- LYNCH, K. **A imagem da Cidade**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1971.

MIOSSEC, J.-M. L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. **Annales de Géographie**, v. 86, n. 473, p. 55-70, 1977.

MITCHELL, W. J. **E-topia**. A vida urbana – mas não como a conhecemos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

MORAES, L. A. **Geografia da Comunicação**: representações espaciais de destinos turísticos na mídia. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020a.

MORAES, L. A. Mediatized tourist experience: a Brazilian TV newscast conception. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 18, n. 4, p. 597-614, 2020b.

MORAES, L. A.; GÂNDARA, J. M.; CRUZ, G. Turismo midiaticizado: o que é notícia nos destinos turísticos apresentados pelo *Jornal Hoje*, da Rede Globo. **Conexão (UCS)**, v. 14, n. 27, p. 47-79, 2015.

MOREIRA, S. V. Da invisibilidade à visibilidade da Geografia na Comunicação: travessias de territórios em uma década. In: MOREIRA, S. V.; BALDESSAR, M. J.; OTA, D.; BRANDALISE, R. (Orgs.). **10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2019.

PEARCE, D. G. Toward an integrative conceptual framework of destinations. **Journal of Travel Research**, v. 53, n. 2, p. 141-153, 2014.

PEARCE, D. **Geografia do turismo**: fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

RICHARDS, G. The new geographies of tourism: Space, place and locality. In: DREDGE, D.; GYIMÓTHY, S. (Eds.) **Tourism and collaborative consumption**: perspectives, politics, policies and prospects, Dordrecht: Springer, 2017, p. 169-184.

ROSS, J. L. S. (Org.) **Geografia do Brasil**. 4. ed. São Paulo: USP, 2003.

ROSS, J. L. S. Relevô Brasileiro: uma nova proposta de classificação. **Revista do Departamento de Geografia - São Paulo**, p. 21-33, 1985.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: HUCITEC, 1994.

SARANIEMI, S.; KYL NEN, M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches. **Journal of Travel Research**, v. 50, n. 2, p. 133-143, 2011.

STANDING, C.; TANG TAYE, J.-P.; BOYER, M. The Impact of the Internet in Travel and Tourism: A Research Review 2001-2010. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 31, n. 1, p. 82-113, 2014.

STEINBERGER, M. A (re)constru o de mitos: sobre a (in)sustentabilidade do (no) espaço urbano. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, n. 4, p. 9-32, 2001.

TELLES, M. F. O registro como forma de prote o do patrim nio cultural imaterial. **Revista CPC**, n. 4, p. 40-71, 2007.

THOMPSON, J. **A média e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

VIRILIO, P. **O espaço crítico**: as perspectivas do tempo real. Rio de Janeiro: 34, 1993.

XAVIER, M. M. **Espaços exteriores públicos**. Disserta o (Mestrado em Urbanismo) – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, Dpto. de Urbanismo, Lisboa, 2006.

O PROJETO LUPANH E SUAS INTERCONEXÕES INTERDISCIPLINARES PARA A FORMAÇÃO DE INTELIGÊNCIA SOCIAL HIPERLOCAL

Claudia Maria Arantes de Assis Saar
Samara Sarmanho Serra Rodrigues
Walter Teixeira Lima Junior

INTRODUÇÃO

No ecossistema informativo atual, novas oportunidades para a produção e o consumo de informações socialmente relevantes estão surgindo. A interseção entre a informação e as tecnologias digitais conectadas está transformando o campo do Jornalismo, possibilitando novos modelos de negócios e formatos experimentais. Essas mudanças estão redefinindo alguns dos conceitos fundamentais na área de Comunicação Social, à medida que a adoção de inovações tecnológicas se torna cada vez mais comum.

Estamos vivenciando um processo de incorporação da informação hiperlocal aos processos de comunicação local, o que tem alterado seu significado e ampliado sua base conceitual. O termo "hiperlocal" não é apenas mais um rótulo para informações locais, como adotado por pesquisadores e jornalistas. Na verdade,

essa nomenclatura tem sido bem recebida em estudos sobre a representação das comunidades por meio das redes sociotécnicas (Callon, 2008). Esse fenômeno é resultado da transformação do campo jornalístico pela adoção de tecnologias digitais e da emergência de novos modelos de negócios e formatos experimentais.

O conceito de hiperlocal tem forte relação com a proximidade. A proximidade é um dos fatores mais importantes na seleção de notícias e influencia diretamente na satisfação e no envolvimento do público (Hall, 1998; Camponez, 2002). Os jornalistas locais possuem uma vantagem significativa em relação à sua maior participação social e à proximidade com as notícias, permitindo-lhes atender às necessidades de suas comunidades e manter valores tradicionais, como serviço público, além de possuírem um melhor conhecimento sobre a cultura local. Conseqüentemente, a informação local torna-se mais relevante socialmente e mais próxima da realidade da região.

Nesse sentido, o projeto Lupa NH, por sua vez, exemplifica as interconexões interdisciplinares entre o Jornalismo Cidadão, Comunicação Hiperlocal, Educação e Tecnologias Digitais Conectadas, com o objetivo de formar um ambiente comunicacional para a formação de Inteligência Social Hiperlocal, que contempla o que conhecemos como New Media Ecology (Anderson, 2016).

O projeto Lupa NH, desenvolvido na zona Norte de Macapá, capital do Amapá, tem como objetivo dar voz aos moradores da localidade por meio de ferramentas hiperlocais, o que permite a coleta de dados estruturados e análise do material coletado para a produção de conteúdo informativo para a população. Além disso, espera-se ser fonte de dados oficiais, uma vez que os órgãos governamentais por vezes não possuem dados estruturados e oficiais sobre o bairro Novo Horizonte, onde o projeto Lupa NH está implantado. Com isso, busca-se incentivar a cidadania e o envolvimento coletivo, além de promover a comunicação como função social primária. O Lupa NH, sendo um projeto de extensão,

tem como propósito estimular a mediação política e social (CASADEI, 2016), proporcionando aos moradores da região uma maior participação na construção de políticas públicas que afetam suas vidas.

JORNALISMO E EXTENSÃO

O atual modelo de cobertura jornalística da mídia tradicional no Brasil é fortemente influenciado pela redução de funcionários nas redações, resultando em grande parte da produção de trabalho sendo feita por meio de sistemas on-line. Essa situação é resultado de mudanças nas organizações e gerenciamento de mídia, incluindo a dispensa em massa de jornalistas em muitos dos principais veículos de imprensa, levando a uma deterioração significativa das condições de trabalho no setor (Lelo, 2019).

Na atual situação, muitos jornalistas têm realizado todo o trabalho, desde a apuração até a publicação do conteúdo, por meio de plataformas on-line, sem ter contato pessoal com as fontes ou com o local onde o evento ocorreu. Isso tem levado a uma tendência de preferência por fontes facilmente acessíveis (Lima Junior, 2006), o que prejudica o contexto informativo.

A precarização do trabalho dos jornalistas tem agravado um comportamento que está afastando o Jornalismo brasileiro das realidades das periferias e de outros locais que não possuem infraestrutura básica para garantir uma vida digna. Para Williams *et al.* (2014),

à medida que as receitas caem e os funcionários são cortados, as cargas de trabalho aumentam, as principais notícias locais dependem mais de fontes oficiais e de assessorias de imprensa, e que apenas uma

faixa muito estreita de fontes é rotineiramente citada.¹¹

A apuração bem-feita, conforme as técnicas (Lage, 2001) e a pluralidade de vozes são fundamentais para contemplar todo o espectro de representações da realidade. Essa variedade de fontes permite que temas diversos sejam incluídos na esfera pública interconectada (Benkler, 2006). Esse processo, caso realizado, permitiria uma maior discussão sobre as questões de caráter público entre aqueles que consomem conteúdo de relevância social.

Outro ponto é que os valores-notícia sofrem alterações no decorrer do tempo, para além dos estudos clássicos de Galtung e Ruge (1965) sobre a temática. Essas modificações nos valores-notícias estão acontecendo conforme aparecem as modificações no âmbito da informação. A exemplo, há tempos o jornal impresso trabalhava com a escassez, pois nem todas as informações cabem em alguns metros de papel. Agora, trabalhamos com a abundância de informação ou *overload information*¹² (Jerônimo, 2020), graças às redes digitais conectadas.

Além disso, no contexto atual, não apenas a quantidade de informações é numerosa, mas sua difusão é em larga escala e ocorre de forma quase que instantânea, tomando proporções gigantescas tanto no formato on-line como no off-line. Isso se dá pelo fato de que o ciberespaço permite a incorporação e mistura de diversos formatos (textuais, sonoros e imagéticos) em um fluxo de trocas intersemióticas. Além do que a hipermídia acaba com as fronteiras entre as diversas profissões, mesclando habilidades de diversas áreas

¹¹ Tradução livre dos autores para o original "These studies find that as revenues fall and staff are cut, work-loads increase, mainstream local news relies more on official sources and PR, and that only a very narrow range of sources are routinely cited."

¹² Tradução de "excesso de informação".

que não existiam, mas que hoje são fundamentais para os profissionais de comunicação (Ferrari, 2016; Recuero, 2009).

Para Souza (2015), por meio do advento da internet, o conhecimento livre possibilitou a hegemonização da sociedade contemporânea e um exemplo disso é o *opensource*, um movimento que prioriza uma mídia digital aberta, livre e voluntária sem fins lucrativos, como o caso do código aberto do projeto LupaNH, o qual se encontra disponível em um repositório público podendo ser acessado no link <https://github.com/lupa-novohorizonte> (Lima Junior et al., 2022).

Além dos valores-notícia, o Jornalismo é repleto de técnicas (Lage, 2001) que foram desenvolvidas e através de países industrializados se adaptam rapidamente às culturas locais, uma vez que já está arraigado à nossa cultura, é facilmente assimilado e repassado adiante através de projetos de extensão que visam ensinar a população local a buscar informações e transcrevê-las em formato jornalístico, como é o caso do projeto Lupa NH.

A promoção da extensão universitária é vista como um dos principais aspectos do ensino superior no país. Além de contribuir para a formação humanística e profissional do estudante, ela também desempenha um papel fundamental na transformação social dos cenários nos quais está envolvida.

A história da extensão universitária no Brasil está intrinsecamente ligada às transformações sociais e econômicas do país ao longo dos anos. A extensão é parte da formação curricular acadêmica e deve estar integrada ao meio em que se encontra. O capítulo IV, artigo 43 da Lei de Diretrizes e Base da Educação (Brasil, 2016) estabelece a finalidade do Ensino Superior, incluindo a efetivação de serviços especializados à comunidade e a formação de uma rede recíproca para a troca de conhecimentos. Isso estimula o entendimento dos problemas locais e nacionais, podendo, assim, promover o desenvolvimento social e humano.

Por meio de práticas humanas potencializadas, é possível transformar lugares e pessoas em curto, médio e longo prazo. Esse é o intuito do projeto Lupa NH. O projeto é resultado de uma ação extensionista coordenada pelo professor Walter Teixeira Lima Junior na Universidade Federal do Amapá, em conformidade com a Resolução 7/2018, que estabelece as diretrizes e formas de atuação para projetos de extensão na educação superior brasileira.

A extensão universitária é crucial para estabelecer uma conexão direta entre a universidade e a sociedade. A Resolução 7/2018 estabelece que pelo menos 10% da carga horária curricular dos cursos de graduação deve ser dedicada a atividades de extensão, que devem estar incorporadas nas matrizes curriculares de todos os cursos. Isso garante que os estudantes tenham a oportunidade de aplicar seus conhecimentos em projetos que beneficiem a comunidade, promovendo um engajamento ativo e significativo com as necessidades da sociedade (Brasil, 2018).

As atividades de extensão devem promover e fortalecer a transformação social, impulsionando o desenvolvimento da soberania popular, a solidariedade e a justiça. "Os projetos de extensão na área de Comunicação, portanto, sempre estão de certa maneira relacionados a tentativas de atender a demandas por direitos, de modo a ensejar demandas por justiça social" (Casadei, 2016, p.16).

Art. 3º - A Extensão na Educação Superior Brasileira é a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em

articulação permanente com o ensino e a pesquisa. (Brasil, 2018, on-line)

Nesse contexto, os projetos de extensão na educação superior podem promover ações interdisciplinares com finalidades sociais, com o objetivo de transformar as relações entre a academia e a sociedade, a exemplo do projeto LupaNH.

Para Japiassu (1976), a interdisciplinaridade se dá pela colaboração entre diversas disciplinas de modo que haja um enriquecimento de cada uma separadamente, a partir das trocas e interações realizadas entre elas. Já Fazenda (2008) acredita que o conjunto de diversos saberes disciplinares, sem hierarquias, auxiliará no desenvolvimento de competências, e a interdisciplinaridade necessita dessas competências para atuar de acordo com as intervenções que são solicitadas e com as condições que permitem a sua melhor realização.

Nesse sentido, os estudos de Reino, Bueno e Falcão (2019) concluíram que é necessária, aos cursos de Jornalismo, uma formação interdisciplinar a fim de apresentar profissionais que possuam domínio técnico em algumas linguagens, como alguns *softwares*, a fim de se produzir profissionais mais completos para o mercado de forma geral, em especial o digital. Em seu estudo, Pedro (2018), afirma que a interdisciplinaridade é possível a partir do momento que ocorre a integração teórica e prática de conteúdos e o diálogo permanente entre as partes envolvidas, assim como é importante deixar o individual e pensar no coletivo.

Para Fazenda, Varella e Almeida (2013), a interdisciplinaridade permite novas maneiras de se aproximar da realidade social, bem como a criação de novos saberes e interpretações sobre as facetas socioculturais humanas. Além disso, para essas autoras, a interdisciplinaridade pode ser considerada um incentivo a pesquisadores e a pesquisas no sentido de encontrar pontos em

comum em objetos de estudo que foram separados por métodos, permitindo diálogo entre disciplinas e construindo perfis de profissionais abertos a novas áreas de conhecimento.

De acordo com Lima Junior (2014), no campo da Comunicação Social, ainda há certa resistência ou incompreensão sobre os benefícios científicos de pesquisas interdisciplinares e o debate sobre tecnologia, comunicação e ciência cognitiva. Para muitos, é algo distante e sem importância para a Comunicação Social. No entanto, é importante que pesquisadores desta área acompanhem a evolução tecnológica e ampliem suas ferramentas metodológicas, adequando-as aos instrumentos de verificação de diversas áreas do conhecimento. Assim, é necessária uma abordagem de diversas disciplinas para que se possa criar um conhecimento interdisciplinar.

Considerando esses aspectos, o projeto LupaNH, é interdisciplinar à medida que busca a unidade a partir da convergência e do esforço de várias áreas do conhecimento e diversos profissionais, a fim de modificar uma realidade local, utilizando ferramentas de diferentes disciplinas para um interesse comum. Esse projeto conta com jornalistas, designers, comunicólogos, profissionais da Tecnologia da Informação, educadores, estudantes, entre outros, que, unindo seus conhecimentos, dão vida a soluções para um projeto em comum.

O PROJETO LUPA NH

O projeto Lupa NH é realizado no Bairro Novo Horizonte, no estado do Amapá. O Amapá, que se encontra no extremo Norte do Brasil, é cortado pela Linha do Equador e possui uma extensa fronteira de 665 km com a Guiana Francesa, território ultramarino da França. Além disso, o estado compartilha 25 km de fronteira com o Suriname, antiga colônia holandesa, que conquistou sua independência em 1975. Na parte Leste, o imponente Rio Amazonas flui, podendo atingir até 30 km de largura, o que impede o acesso

terrestre ao restante do país e obriga os habitantes a usarem transporte aéreo ou fluvial.

O Amapá é um dos estados que fazem parte da Amazônia Legal, a qual ocupa cerca de 60% do território brasileiro. Além do Amapá, a região Norte do País e partes dos estados de Maranhão, Mato Grosso e Goiás também integram a Amazônia Legal. Apesar de ser uma área extensa, a densidade demográfica ainda é relativamente baixa em comparação com o Sudeste e Sul, onde a população atinge a casa dos milhões de habitantes.

Apesar de muitos pensarem que a comunicação no Amapá ocorre predominantemente por meio de veículos *broadcasts*, devido à facilidade de transmissão e potencialidades dos sistemas UHF e VHF, a realidade é diferente. De acordo com a PNAD de 2014, o Amapá é o estado brasileiro com maior uso de internet móvel, com 97,1% dos domicílios utilizando *smartphones* com conexão de dados. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio de 2016 (PNAD) confirma essa tendência, apontando que 95,4% dos domicílios amapaenses usam celular. No entanto, a televisão ainda é o meio de comunicação mais utilizado, presente em 96,6% dos lares. A mídia radiofônica também é forte na região, desempenhando um papel importante como conector das comunidades ribeirinhas.

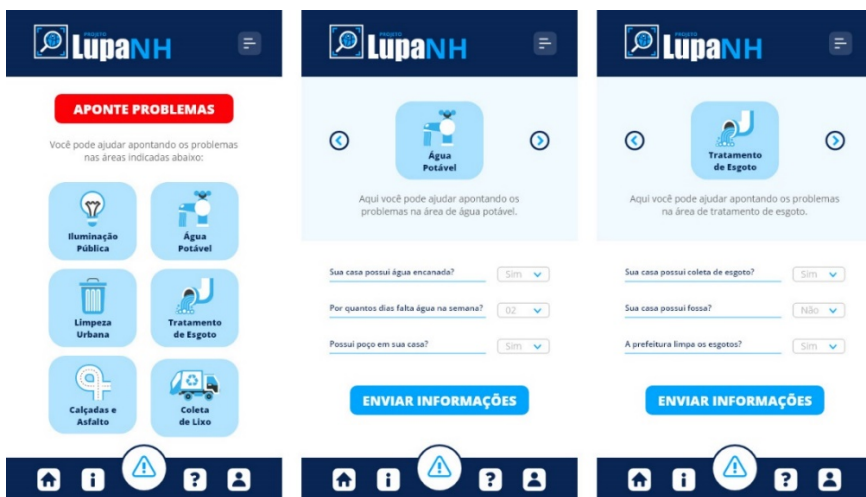
A relevância dos dados sobre o Amapá reside na sua capacidade de retratar a realidade regional em termos de comunicação e demonstrar a importância de ações estruturais e comunicacionais para promover mudanças positivas no curto, médio e longo prazo. Nesse sentido, o Projeto LupaNH utiliza ferramentas hiperlocais de geolocalização para informar sobre a infraestrutura do Bairro Novo Horizonte por meio de dados coletados pelos próprios moradores da localidade (Lima Junior *et al.*, 2022).

Esse projeto possui viés interdisciplinar e apresenta a criação de um aplicativo para *smartphones* que fornece um sistema de geolocalização o qual permite o apontamento de problemas na

infraestrutura do Bairro Novo Horizonte. Além disso, o LupaNH também envolve a escola Estadual Raimunda dos Passos Santos e seus alunos e professores como produtores de conteúdo relevante para a sociedade, promovendo a cidadania e a educação por meio de ferramentas tecnológicas digitais conectadas.

Por ser um projeto experimental, o LupaNH passou por um aprofundamento de sua modelagem tecnológica conforme o desenvolvimento e aplicação de suas ações. Nesse sentido, hoje o projeto possui uma versão 2.0 de seu aplicativo que teve uma evolução tanto no design de suas telas quanto em sua linguagem de programação. Em relação à sua funcionalidade, foram mantidos os itens para apontamento de problemas como iluminação pública, calçamento e asfalto, esgoto, coleta de lixo, coleta seletiva e água potável (Lima Junior *et al.*, 2022).

Figura 1 - Telas do aplicativo LupaNH para apontamento de problemas de infraestrutura



Fonte: captura de tela realiza pelos autores.

A partir desse aplicativo e das oficinas e ações propostas pela equipe de colaboradores do projeto de extensão, têm-se um campo fértil para a pesquisa científica e sua aplicação prática. Por exemplo, o projeto reúne conhecimentos de áreas da tecnologia da informação para o desenvolvimento do aplicativo, *web design* para a criação do site do projeto, design gráfico para a produção dos materiais gráficos impressos e digitais para mídias sociais, design de interfaces para o desenvolvimento das telas do aplicativo, Jornalismo e Pedagogia para ministrar as oficinas disponibilizadas aos alunos da escola Raimunda dos Passos Santos, além de Comunicação para produzir os conteúdos do blog e mídias sociais do projeto.

A junção dos conhecimentos dessas diversas áreas proporciona a realização das ações de extensão, levando o conhecimento científico para a comunidade e trazendo a prática cidadã e socialmente responsável para as atividades acadêmicas. De acordo com Lima Junior *et al.* (2022, on-line):

Atualmente o projeto conta com 11 colaboradores diretos, distribuídos entre a Universidade Federal de São Paulo (Unifesp),

Universidade Federal do Pará (UFPA) e Universidade Federal do Amapá (Unifap). E também com oito colaboradores da escola Raimunda dos Passos Santos, empenhados na implantação e concretização do projeto, através do aplicativo Lupa NH 2.0.

Assim, a participação de pessoas de diferentes estados também contribui, como afirma Silva (2019), para um trabalho interdisciplinar, não limitado ao âmbito de disciplinas de escolas ou universidades, mas extrapolando para o âmbito social e cidadão, na forma de relacionar-se com o outro, priorizando a inter-relação entre disciplinas e conhecimentos específicos, que trabalham em conjunto a fim de se auxiliarem mutuamente com um propósito comum.

PERSPECTIVAS

O Projeto Lupa NH nasce, em 2017, com uma proposta simples de coleta de dados geolocalizados para tentar suprir, mesmo de forma precária, a lacuna de informações consolidadas sobre as condições de infraestrutura do Bairro Novo Horizonte. O poder público do Estado do Amapá – nas suas esferas federal, estadual e municipal – é negligente com esse aspecto, pela falta de dados estruturados sobre a localidade e, conseqüentemente, na elaboração de políticas públicas eficientes e duráveis.

Nesse início, o projeto contou apenas com voluntários e sem aporte de recursos. A construção do arcabouço teórico e da tecnologia social a ser usada (*app*), além das oficinas-piloto ministradas na escola estadual, naturalmente aconteceram de forma lenta. Entretanto, com a pandemia de coronavírus, durante dois anos, a escola não teve atividades presenciais.

Entretanto, a aprovação do projeto “Jornalismo Hiperlocal via aplicativo LupaNH 2.0”, chamada CNPq/MCTI/FNDCT Nº 18/2021 – UNIVERSAL, teve somente liberado 1/4 dos recursos solicitados, o

que prejudica o bom andamento do planejamento desejado. O projeto pretende ser um piloto para que a tecnologia social empregada possa ser replicada em outras localidades no Norte do País, as quais sofrem os mesmos problemas estruturais. Tanto que o código fonte do projeto segue *opensource* e está armazenado em um repositório público, que pode ser acessado pelo *link* <https://github.com/lupa-novo-horizonte>.

Com os aprimoramento da segunda versão, esperamos aumentar o engajamento da população e garantir a transparência e o compartilhamento de dados. A partir da consolidação do processo de tecnologia social, e a possibilidade de ser replicada em outras localidades, acreditamos que o projeto possa avançar para outra área estrutural. Os pesquisadores do projeto estão estudando a possibilidade do aplicativo abarcar a aferição de “Cognabilidade”. Esse conceito se refere a quão favorável é uma área geográfica para a saúde cognitiva entre residentes idosos (Finley, 2022).

A cognição é uma maneira de medir o quão bem sua vizinhança pode apoiar a saúde cognitiva (a capacidade de pensar, aprender e lembrar com clareza) à medida que você envelhece. Bairros com lugares para ser fisicamente ativo, socialmente engajado e manter sua mente ativa podem melhorar a saúde do cérebro (Finley, 2022). Porém, nem todos têm acesso a essas condições e locais adequados, principalmente, em uma cidade urbana pobre da Floresta Amazônica.

Esses dados coletados seriam utilizados para produção de conteúdo jornalístico por alunos do Ensino Fundamental público da Escola Raimunda dos Passos Santos. Para isso, esses alunos devem ser ensinados, de forma interdisciplinar, sobre Neurociência Social (Neurologia), Psicologia Cognitiva, Antropologia, Educação, Filosofia e Ciência da Computação (viés da tecnologia social) para cumprir tarefas na construção de conteúdo jornalístico envolvendo conceitos da Ciência Cognitiva, buscando impactar a comunidade de Novo Horizonte sobre a importância da perda do funcionamento cognitivo

(como pensar, lembrar e raciocinar) para pessoas idosas, que se torna grave a ponto de interferir na vida diária. O conceito de “cognabilidade” possui uma pontuação de “cognabilidade”, que será adaptada para o projeto Lupa NH

CONSIDERAÇÕES

Este artigo abordou a importância e o potencial de projetos interdisciplinares, realizados a partir da prática da extensão universitária. Em especial, apresenta o projeto Lupa NH, idealizado pelo professor Walter Teixeira Lima Junior e realizado no bairro Novo Horizonte, em Macapá (AP). O projeto visa à coleta de dados sobre a infraestrutura do bairro para que seja visualizado, analisado e utilizado em forma de conteúdo jornalístico e também para que seja um banco de dados estruturados para o poder público, buscando sempre a melhoria da qualidade de vida da população local.

Assim, Jornalismo cidadão, ferramentas tecnológicas, geolocalização, hiperlocalidade e experiências práticas entre alunos e professores da escola pública e da universidade dão força e suporte para que o projeto cresça e conclua seu objetivo, que é formar um ambiente comunicacional para a formação de Inteligência Social Hiperlocal, que contemple o que conhecemos como New Media Ecology.

O projeto interdisciplinar Lupa NH espera se consolidar enquanto processo de tecnologia social, por isso mantém suas informações e códigos abertos, para que possa ser utilizado e replicado em outros lugares. Além da abertura dos códigos para uso público, os pesquisadores do projeto estão analisando a possibilidade de expandir o projeto para questões que envolvem a cognição. Essas interações e integrações de especificidades são possíveis graças às ações interdisciplinares que estão inseridas dentro do projeto Lupa NH.

E todo esse processo, ação, vontade e desenvolvimento acontecem por um ponto específico maior: fazer com que o projeto

Lupa NH seja um 'lugar de fala' (Bourdieu, 1996) para a população do bairro Novo Horizonte, em Macapá.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Resolução n. 7, de 7 de dez. de 2018.** Estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior brasileira... 2018a. **Disponível em:** https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf> **Acesso em:** 19 maio 2023.

BENKLER, Y. **The wealth of networks:** how social production transforms markets and freedom. New Haven [Conn.]: Yale University Press, 2006.

BOURDIEU, P. **Razões práticas:** sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

CALLON, M. Entrevista: dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 10, n. 19, p. 302-32, jan./jun. 2008.

CAMPONEZ, J. C. C. S. **Jornalismo de proximidade:** rituais de comunicação na imprensa regional - Coimbra, Minerva, 2002.

FAZENDA, I. **O que é interdisciplinaridade?** São Paulo: Cortez, 2008.

FAZENDA, I. C.; VARELLA, A. M. R. S.; ALMEIDA, T. O. Interdisciplinaridade: Tempos, espaços, proposições. **Revista e-Curriculum**, v. 11, n. 3, sep.-dec., 2013, p. 847-862. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, Brasil.

FERRARI, P. (Org.). **Comunicação digital na era da participação.** Porto Alegre: Editora Fi, 2016.

GALTUNG, J.; RUGE, M. H. The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four

Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, v. 2, p. 64–90, 1965.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

JERÔNIMO, P. Information overload: An Overview. **Oxford Encyclopedia of Political Decision Making**. p. 1-61, 2020.

JAPIASSU, H. **Interdisciplinaridade e patologia do saber**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

LAGE, N. **A reportagem – teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. São Paulo: Record, 2001.

LELO, T. V. A precarização das condições de trabalho dos jornalistas de São Paulo segmentada por faixas etárias: uma identidade profissional em risco? *Tempo Social*, v. 31, p. 243–261, 2019. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702019000200243&nrm=iso. Acesso em: 12 maio 2023.

LIMA JUNIOR, W. T. Classificação das bases conceituais para elaboração de sistema digital de busca de fontes jornalísticas. *Galáxia*, n. 12, p. 115-128, 2006.

LIMA JUNIOR, W. T. Considerações sobre interdisciplinaridade e o campo da Comunicação Social. 1º Encontro Internacional de Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva. **Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science**, n. 2, ano II, ago. 2014.

LIMA JUNIOR, W. T.; SAAR, C. M. A.; FERREIRA, W. P. Lupa NH 2.0: evolução tecnológica para fortalecimento da comunicação social hiperlocal. *Revista Observatório*, v. 7, n. 3, p. 1-22, jul.-set., 2021. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/download/12203/19630>. Acesso em: 13 maio 2023.

LIMA JUNIOR, W. T. *et al.* Evolução conceitual e tecnológica do Projeto Lupa NH: processos e produtos de deliberação comunitária. 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...**, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/evolucao-conceitual-e-tecnologica-do-projeto-lupa-nh-processos-e-produtos-de-del?lang=pt-br>. Acesso em: 13 maio 2023.

PEDRO, M. V. Redação multimídia: uma experiência no ensino de Jornalismo. **Prisma Com**, n. 37, p. 18–41, 2018.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REINO, L. S. A.; BUENO, T.; FALCÃO, M. G. C. Formação interdisciplinar no Jornalismo: uma experiência de articulação entre as disciplinas de Linguagem de Programação Visual e Oratória. **Revista Observatório**, v. 5, n. 6, p. 249–271, 2019. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/articula/view/6562/16325>. Acesso em: 13 maio 2023.

SILVA, C. R. Interdisciplinaridade: conceito, origem e prática. **Revista Artigos. Com**, v. 3, p. e1107–e1107, 2019.

SOUZA, M. V.; GIGLIO, K. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede**: experiências na pesquisa e extensão universitária. São Paulo: Blucher, 2015.

WILLIAMS, A. *et al.* **The state of hyperlocal community news in the UK**: Findings from a survey of practitioners, s./ l., 2014. Disponível em: <https://hyperlocalsurvey.files.wordpress.com/2014/07/hyperlocal-community-news-in-the-uk-2014.pdf>. Acesso em: 13 maio 2023.

O TELEJORNALISMO REGIONAL E A TECNOLOGIA 5G: A cartografia como proposta teórico- metodológica aplicada ao campo

Guilherme Maia
Leandro Olegário

INTRODUÇÃO

O 5G tende a ser a mais concreta representação do terceiro marco da revolução 4.0, dando continuidade às tecnologias de internet móvel anterior (1G, 2G, 3G e 4G). Assim sendo, deverá concretizar conceitos como o de internet das coisas, promovendo transformações na maneira como pessoas e as organizações se relacionam. Para isso, promete, entre suas características principais, o crescimento das taxas de transmissão, maior densidade de conexões - explicado pelo aumento da quantidade de dispositivos conectados em uma determinada área -, e a baixa latência, que é o tempo mínimo entre o estímulo e a resposta da rede de telecom (Agência Nacional de Telecomunicações, 2023)¹³.

¹³ Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/5G/imagens/1ModosdeUso.png/view>. Acesso em: 20. abr. 2023.

Já o telejornal, em termos técnicos, pode ser definido como o resultado de uma mistura de elementos visuais e sonoros – gravações em fita, filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, locução, música e ruídos (Machado, 2000). De acordo com Vizeu (2009), o telejornal representa um “lugar” de referência do cotidiano, bem como o espaço que é ocupado pela família, pelos amigos, pela escola e pela religião e se dedica, pedagogicamente, a extrair o que é complexo de um relato.

Mas, assim como os outros gêneros e formatos, o telejornalismo também mudou nos últimos anos. Ao refletir sobre novas ferramentas, jeitos de comunicar e os processos de interação que desafiam o Jornalismo, Scolari (2008) traz o termo “hipertelevisão” – conceito operativo escolhido pelo autor para se referir às novas configurações que o meio adquire na Era Digital. Segundo ele, a principal característica está na interface: a tela de televisão passa a simular a tela de um computador, indo em direção parecida ao do hipertexto, permitindo percorrer diferentes caminhos narrativos ao mesmo tempo. Na televisão, isso ocorre a partir da fragmentação de telas para contar diferentes histórias simultaneamente.

As multitelas também estão inseridas nesse conceito de hipertelevisão. Ou seja, há uma maior interação da televisão com outras mídias, customização de programas, possibilidades de acesso à programação por arquivo e incrementos de terminais para assistir à TV, como, por exemplo, as telas de computadores, *tablets*, celulares e até mesmo consoles de videogames. Com isso, é possível perceber o incremento de novas linguagens, que cumprem o papel de estimular a participação do público neste novo cenário (Finger, 2014).

As multitelas, atreladas à hipertelevisão, fazem com que se estabeleça “uma nova relação entre os acontecimentos e suas formas

implicadas por ambiências e conexão com usuários e o fazer-jornalístico na televisão” (Olegário, 2018, p. 7).

Segundo Fachine (2014), a indústria televisiva contemporânea, ao fazer uso da internet e dos dispositivos móveis, promove atualmente o que seriam estratégias transmídia de sua programação. A autora comenta, também, que essa estratégia, na verdade, são procedimentos que visam a complementar conteúdos dispostos na televisão e transbordá-los para outras plataformas, no caso a internet e os aplicativos digitais a partir de seu *broadcasting* on-line. Essas estratégias utilizadas podem, ainda, ser de programação ou de expansão.

Agora, de acordo com Finger (2018, p. 6), não há mais limite de tempo para a veiculação das informações, ou seja, o conteúdo pode ser ampliado e contextualizado. “O telejornal, de alguma forma, permanece ‘no ar’ depois do seu encerramento na grade de programação. E, quando provocados, os telespectadores passam a interagir mais”. Ainda conforme a autora (2018, p. 6), “existe uma tendência em estabelecer novas práticas jornalísticas na captação, narração, edição, exibição e recepção das notícias”. Outro ponto ressaltado é a simulação “de uma espécie de nova grade de programação”, que, dependendo do caso, investe no on-line e no ineditismo, mas também mantém o arquivo do material disponível por um determinado período de tempo (Finger, 2018, p. 7).

A internet 5G chega para se somar a esse cenário e ser mais uma opção para a produção, distribuição e consumo de conteúdos telejornalísticos. Segundo a Anatel, a nova tecnologia possui três modos de uso que a caracterizam: a Banda Larga Móvel Avançada, com foco em altas velocidades de *download* e *upload*, para as novas necessidades do usuário convencional; o Controle de Missão Crítica, concentrado em prover conexão com baixíssima latência e altíssima confiabilidade; e a que visa a atender grande quantidade de dispositivos IoT, com alta cobertura e baixo consumo de bateria, levando a Internet das Coisas a um novo patamar de atendimento.

Sarcinelli (2020, p. 126), a partir das diversas possibilidades criadas pelo advento da internet 5G, justificada por sua infraestrutura de rede, cita que “teremos uma ferramenta poderosa, que vai abrir um leque de possibilidades para os negócios e para vivermos de forma diferente do que vivemos hoje”. Segundo Rosa *et al.* (2017, p.1), “o surgimento da quinta geração de sistemas celulares - 5G, cujas características marcantes são confiabilidade, escalabilidade e redução do consumo de bateria, é considerado um potencial motor para a globalização das aplicações de Internet das Coisas”.

O lado jornalístico, mais especificamente o formato que é o objeto deste estudo, o teleJornalismo, também terá mudanças. Olegário (2020, p. 130) indica que, em breve, o conceito de Jornalismo ubíquo pode ser materializado, já que a relação de tempo e espaço ganha uma nova dinâmica, assim como a cobertura dos acontecimentos. Ele ainda complementa: “Podemos ser mais assertivos na entrega para o público consumidor de notícias, pois teremos condições de ter dados da audiência em tempo real como localização, trabalho e interesses”.

Para exemplificar o tamanho das iminentes novidades que a internet 5G pode apresentar para os telespectadores, utilizar-se-á aqui o caso de uma transmissão de jogo de futebol. Segundo Souto (2022), atualmente, “a produção dos eventos esportivos é feita via satélite”. Isso significa que “câmeras são instaladas na beira do campo, transformando o ambiente em um grande estúdio”. A partir disso, os sinais das imagens são enviados para uma unidade móvel, que, por sua vez, recebe-os e os encaminha para um satélite em órbita. Depois, as imagens são enviadas pelo satélite de volta às emissoras que detêm os direitos de transmissão dos jogos, para, então, chegar às casas dos torcedores. Contudo, com o implemento dessa nova tecnologia, surge uma nova opção, já que se “passa a ter uma internet mais rápida, disponível e ampla, capaz de tirar mais sinais disponíveis do estádio” (Souto, 2022).

De acordo com Maia (2022), “essas possibilidades vão surgindo conforme se vai aumentando a transmissão de mais dados para além daquela imagem vertical e horizontal bidimensional que a gente vê em um jogo”. Isso fará com que, logo que passar a ser testado, o 5G permita a criação de diversas possibilidades de interações. “Você pode, com muito mais facilidade, ter uma transmissão em que o espectador escolhe três formas diferentes de assistir ao mesmo jogo de futebol, por exemplo”, e é por esse e outros motivos que o “5G tem um potencial de promover experiências altas aos consumidores” (Maia, 2022).

Diante disso, este capítulo pretende apresentar um percurso teórico-metodológico aplicado ao teleJornalismo a fim de, posteriormente, com a sua efetivação, alcançar o objetivo de pesquisa: analisar os impactos da internet 5G na rotina produtiva do teleJornalismo regional, com o intuito de captar as mudanças que o surgimento desse novo modelo de serviço traz para a profissão.

CARTOGRAFIA APLICADA AO CAMPO: UMA PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA

Por conseguinte, a intenção aqui é relatar a estrutura sistêmica das estratégias adotadas, possibilitando a sua compreensão, aplicação e, até mesmo, adaptação em outras pesquisas da área. Importante, desde já, ressaltar que a cartografia como possibilidade teórico-metodológica como aporte ao teleJornalismo é um caminho pouco explorado. Uma explicação plausível é que, por muitos anos, o termo ficou restrito ao campo da Geografia: “porém, na atualidade, a cartografia, passou a ser vista, também, pelo prisma do que se convencionou chamar de ‘filosofia da multiplicidade’¹⁴, uma vez que, a cartografia, de Deleuze e Guattari, busca, em diferentes espaços,

¹⁴ Conforme Vicente e Silva (2018, p. 2): “A ‘filosofia da multiplicidade’ nos permite incorporar o conceito desejado e criar contíguo possíveis soluções para uma questão, com isso não há entrada nem saída que sejam corretas ou orientadoras para esse caminho plural.”

as especificidades necessárias para compor uma área dinâmica”, (Vicente; Silva, 2018, p. 1).

Dessa maneira, a vertente de pesquisa é a qualitativa. Esse tipo de vertente procura investigar não somente a aparência do fenômeno, mas também as suas essências, com o propósito de explicar suas origens, relações e mudanças, para, no final, concluir as consequências (Triviños, 1987). Em consonância, o tipo de pesquisa utilizada no estudo é a exploratória, uma vez que o principal objetivo é o da descoberta de intuições ou o aprimoramento de ideias. A unidade de estudo compõe-se de quatro grupos de profissionais ligados à Comunicação e à Tecnologia, separados a partir dos segmentos: mercadológico, institucional, acadêmico e tecnológico. Quanto à coleta de dados, escolheram-se as técnicas de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista em profundidade. Por fim, o aporte teórico-metodológico da pesquisa está ancorado na cartografia (Deleuze; Guattari, 2005; Kastrup, 2007) para análise e interpretação dos dados. Assim sendo, a trajetória metodológica-conceitual a ser percorrida envolve a combinação de procedimentos e técnicas, com o objetivo de alcançar os objetivos estabelecidos nesta pesquisa.

Quadro 1 - Elementos metodológicos-conceituais (Trilha Metodológica)

Abordagem	Qualitativa	A pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (Gerhardt; Silveira, 2009; Triviños, 1987).
-----------	-------------	---

Natureza	Aplicada	Objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais (Gerhardt; Silveira, 2009).
Objetivo	Exploratório	Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (Gil, 2007).
Procedimentos para coleta de dados	Pesquisa documental	A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão etc. (Fonseca, 2002, p. 32).
	Entrevista em profundidade	Realização de entrevistas semiestruturadas ajustadas aos

		objetivos da pesquisa (DUARTE, 2005).
Procedimentos para análise/ interpretação dos dados	Cartografia	Segmentos analisados: 1.Mercadológico; 2.Institucional; 3.Acadêmico; 4.Tecnológico.

Fonte: elaborado pelos autores.

É importante ressaltar, no entanto, que não há uma abordagem padronizada quando se discutem métodos e técnicas de análise, como indicado por Fragoso, Recuero e Amaral (2013). Não existem fórmulas definitivas ou concluídas: "Cada problema, cada método, cada amostragem e tratamento dos dados devem ser considerados como uma construção única, que pode servir como aprendizado e inspiração, mas nunca como um conjunto de instruções a serem seguidas" (Fragoso; Recuero; Amaral, 2013, p. 19). Essa perspectiva está em sintonia com a presente pesquisa, que busca compreender o surgimento de uma nova atmosfera comunicacional com impacto direto ao telejornalismo: a tecnologia 5G.

Para a viabilidade deste trabalho, a pesquisa busca entrevistar profissionais dos quatro segmentos citados anteriormente, partindo do pressuposto de como as fontes selecionadas percebem essas mudanças. Para identificá-las, foi utilizado o conceito de *stakeholders*, que é definido por Freeman (1984, p. 48) como "grupos ou indivíduos que afetam ou são afetados pela realização dos objetivos organizacionais".

O critério adotado pelos pesquisadores para selecionar os entrevistados se ateu a grupos de interesses e profissionais relacionados diretamente ligadas à internet 5G, ao telejornalismo, ou à comunicação. Assim, a definição dos membros ocorreu de acordo com a área de formação e afinidade com o tema. Após essa

primeira etapa, foi feito o contato via e-mail e por aplicativo de mensagens, solicitando aos profissionais a sua participação neste estudo.

Na sequência, já com os nomes definidos, houve a separação das fontes em quatro grupos, cada um contendo dois integrantes, dentro dos segmentos de atuação dos profissionais. Por fim, há as entrevistas, de acordo com a disponibilidade de agenda do especialista. Nessa última fase, ficou definido um roteiro de perguntas com três questões gerais, apresentadas para os especialistas de todos os grupos, e quatro questões específicas, variadas de grupo para grupo a partir do segmento de atuação do profissional.

Quadro 2 – Roteiro de perguntas gerais e específicas para o setor mercadológico

Questões Gerais
<ol style="list-style-type: none">1. Como o advento da internet 5G pode modificar a rotina produtiva do teleJornalismo regional?2. A partir do implemento da internet 5G, quais serão os principais desafios de produção do teleJornalismo gaúcho?3. É possível identificar potencialidades para o fortalecimento do teleJornalismo neste novo contexto?
Questões Específicas
<ol style="list-style-type: none">1. Com a implementação da internet 5G, como você acredita que as suas atividades no teleJornalismo serão impactadas?2. A partir deste novo cenário, quais competências serão exigidas para o cumprimento da função social do telejornalista?3. Com a facilidade na produção e circulação de informação, qual o futuro relevante ao teleJornalismo regional, com ênfase na reportagem?4. De que maneira o audiovisual informativo, em especial na TV aberta, encontrará espaço para consumo entre diferentes gerações e perfis de público?

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Para esse primeiro grupo, concentrou-se em abordar os efeitos do advento da internet 5G em âmbito mercadológico, sobretudo no aspecto de atuação profissional. Desse modo, opta-se por entrevistar jornalistas /repórteres. Compreende-se, com base nas entrevistas, a perspectiva do setor mercadológico quanto ao impacto da internet 5G para a rotina produtiva do teleJornalismo gaúcho.

Quadro 3 – Roteiro de perguntas gerais e específicas para o setor institucional

Questões Gerais
<ol style="list-style-type: none">1. Como o advento da internet 5G pode modificar a rotina produtiva do teleJornalismo regional?2. A partir do implemento da internet 5G, quais serão os principais desafios de produção do teleJornalismo gaúcho?3. É possível identificar potencialidades para o fortalecimento do teleJornalismo neste novo contexto?
Questões Específicas
<ol style="list-style-type: none">1. Diante dos conceitos definidores da internet 5G, como você acredita que deve ser o perfil dos telejornalistas neste novo contexto?2. Como a chegada da internet 5G é vista pela emissora: oportunidade ou ameaça?3. Quais os efeitos você acredita que a internet 5G irá causar para a programação e a criação de conteúdos em TV aberta?4. Já existe ou está em desenvolvimento um plano estratégico para que a emissora se adeque a era da internet 5G? Se sim, o que é possível falar a respeito?

Fonte: elaborado pelos autores.

Para esse segundo grupo, concentrou-se em abordar os efeitos do advento da internet 5G em âmbito institucional, principalmente, quanto às transformações relacionadas a gêneros, formatos e modelos de negócio. Desse modo, opta-se por entrevistar gestores de comunicação. Compreende-se, com base nas entrevistas, a perspectiva do setor institucional quanto ao impacto da internet 5G para a rotina produtiva do teleJornalismo gaúcho.

Quadro 4 – Roteiro de perguntas gerais e específicas para o setor acadêmico

Questões Gerais
<ol style="list-style-type: none"> 1. Como o advento da internet 5G pode modificar a rotina produtiva do teleJornalismo regional? 2. A partir do implemento da internet 5G, quais serão os principais desafios de produção do teleJornalismo gaúcho? 3. É possível identificar potencialidades para o fortalecimento do teleJornalismo neste novo contexto?
Questões Específicas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Quais aspectos despertam maior atenção/ preocupação com a internet 5G e o impacto na rotina jornalística que conhecemos hoje? 2. Como o fato de Porto Alegre fazer parte do grupo de capitais brasileiras mais bem preparadas para receber a tecnologia 5G poderá contribuir positivamente para as emissoras de televisão situadas na cidade com ênfase aos produtos informativos? 3. Frente às possíveis mudanças na rotina produtiva do teleJornalismo gaúcho, a partir do implemento da internet 5G, quais devem ser as necessidades essenciais das emissoras e suas equipes? 4. Como a universidade, em especial nos cursos de Jornalismo, pode ser protagonista na formação de novos profissionais preparados para o cenário 5G?

Fonte: elaborado pelos autores.

Para esse terceiro grupo, concentrou-se em abordar os efeitos do advento da internet 5G em âmbito acadêmico, a partir de entrevistas com pesquisadores e professores ligados aos temas. Compreende-se, com base nas entrevistas, a perspectiva do setor acadêmico quanto ao impacto da internet 5G para a rotina produtiva do teleJornalismo gaúcho.

Quadro 5 – Roteiro de perguntas gerais e específicas para o setor tecnológico

Questões Gerais
<ol style="list-style-type: none">1. Como o advento da internet 5G pode modificar a rotina produtiva do teleJornalismo regional?2. A partir do implemento da internet 5G, quais serão os principais desafios de produção do teleJornalismo gaúcho?3. É possível identificar potencialidades para o fortalecimento do teleJornalismo neste novo contexto?
Questões Específicas
<ol style="list-style-type: none">1. Sabemos que em muitas localidades do país ainda existem problemas de implementação de redes 3G e 4G. Diante disso, o que é possível sinalizar para que esse processo seja eficaz e qual o prazo para que atenda a todos os municípios do estado?2. De acordo com a pesquisa feita pelo Conexis Brasil Digital, Porto Alegre faz parte do grupo de capitais brasileiras mais bem preparadas para receber a tecnologia 5G. O que esse status pode trazer de efeitos positivos para a cidade e para o estado?

3. Em termos de aparelhagem e estruturas, vislumbrando um cenário de melhor utilização desta nova tecnologia, como deverá ser a adaptação das emissoras com a internet 5G? Serão necessárias muitas mudanças?
4. Para a produção de conteúdos audiovisuais: o que poderá ser feito com a tecnologia 5G, que atualmente não é possível realizar?

Fonte: elaborado pelos autores.

Finalmente, para o quarto grupo, concentrou-se em abordar os efeitos do advento da internet 5G no campo tecnológico, a fim de debater sobre as mudanças técnicas envolvendo o processamento de dados. Desse modo, opta-se por entrevistar profissionais da área da tecnologia da informação, ligados diretamente à parte de engenharia. Compreende-se, com base nas entrevistas, a perspectiva do setor tecnológico quanto ao impacto da internet 5G para a rotina produtiva do teleJornalismo gaúcho.

A escolha dos segmentos e profissionais teve como objetivo adquirir um melhor entendimento sobre a temática central. Assim, por meio da realização de oito entrevistas, os colaboradores atuantes na defesa e entendedores do assunto vão poder contribuir consistentemente para a presente proposta de pesquisa.

O procedimento de coleta de dados ocorre por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, que fazem parte do nível teórico, e a entrevista em profundidade com roteiro estruturado, para a coleta de dados empíricos do estudo.

A primeira técnica utilizada foi a de pesquisa bibliográfica, que “possibilita um amplo alcance de informações, além de permitir a utilização de dados dispersos em inúmeras publicações, auxiliando também na construção, ou na melhor definição do quadro conceitual que envolve o objeto de estudo proposto”. (Gil, 1994 *apud* Lima; Mioto, 2007, p.4). Conforme Gil (1999), a pesquisa documental, segunda técnica utilizada neste trabalho, “vale-se de

materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos de pesquisa" (Gil, 1999, p. 66). Quanto à terceira técnica, a entrevista em profundidade tem como característica o dinamismo e a flexibilidade, o que a torna útil para a captação de uma realidade para tratar de assuntos relacionados ao íntimo do entrevistado e para a descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido (Duarte, 2009, p. 64). Para este estudo, foi escolhido o modelo de entrevista estruturada, que, segundo Silveira (2011, p.60), "é aquela em que o pesquisador segue um roteiro padronizado. Isso garante a ele uma maior segurança na hora de tabular os dados, pois são as mesmas perguntas feitas a todos os entrevistados".

Optou-se pela cartografia, conceito criado por Deleuze e Guattari (2005), para explorar os dados obtidos nesta pesquisa. A escolha se dá a partir do entendimento de que essa é a melhor amostra para cumprir as especificidades do objeto de estudo deste trabalho. De acordo com Deleuze e Guattari (2005, p. 1), a proposta para uma cartografia se trata de "desemaranhar as linhas de um dispositivo. É, em cada caso, traçar um mapa, cartografar, percorrer terras desconhecidas, é o que Foucault chama de 'trabalho em terreno'" (Deleuze; Guattari, 2005, p. 1).

Desse modo, é preciso que sejam instaladas próprias linhas, que não se contentam apenas em compor um dispositivo, mas em atravessá-lo, arrastá-lo, de norte a sul, de leste a oeste ou em diagonal (Deleuze; Guattari, 2005). No caso específico deste trabalho, as terras desconhecidas citadas por Deleuze dizem respeito à internet 5G e os seus possíveis impactos na rotina produtiva do teleJornalismo.

O propósito da cartografia, portanto, é o de traçar o que é chamado por Deleuze de "diagrama", que é composto por um emaranhado de linhas que fazem parte de um dispositivo, mas que, justamente, necessita ser desenrolado. Assim sendo, cada novelo, dispositivo ou mapa, possui suas próprias particularidades e achados

que precisam ser desembaraçados a partir de suas características únicas (Deleuze; Guattari, 2005).

Virgínia Kastrup (2007, p. 45) cita que "a atitude investigativa do cartógrafo seria mais adequadamente formulada como um 'vamos ver o que está acontecendo', pois o que está em jogo é acompanhar um processo, e não representar um objeto". Assim, a autora divide o gesto atencional do cartógrafo em quatro fases, denominadas por ela de "etapas do gesto atencional do cartógrafo", em que cada uma possui especificidades e importância para a construção da materialidade do conceito de cartografia.

Os quatro estágios desse processo são: o rastreio; o toque; o pouso; e o reconhecimento atento. Segundo Kastrup (2007, p. 40), o rastreio se configura como "uma varredura do campo. Pode-se dizer que a atenção que rastreia visa a uma espécie de meta ou alvo móvel". Ou seja, nessa primeira etapa, é possível perceber a necessidade de um olhar mais panorâmico do objeto a ser analisado. "O rastreio não se identifica a uma busca de informação. A atenção do cartógrafo é, em princípio, aberta e sem foco, e a concentração se explica por uma sintonia fina com o problema" (Kastrup, 2007, p. 40).

Em relação ao passo número dois, o toque, Kastrup (2007, p. 42) o caracteriza como "uma rápida sensação, um pequeno vislumbre, que aciona em primeira mão o processo de seleção". Essa seleção de foco se dá entre todas as nuances do objeto que foram pesquisadas na primeira etapa de rastreio e a analogia ao "toque" se dá porque, ao "tatear" as pistas encontradas, "algo se destaca e ganha relevo no conjunto, em princípio homogêneo, de elementos observados" (Kastrup, 2007, p. 42).

Na terceira etapa, a do pouso, é quando se compreendem quais são os pontos mais interessantes e que devem receber a concentração de esforços (Schuch, 2019). Segundo Kastrup (2007), ao citar Vermersch (2002), é o momento em que se muda a "janela atencional". Esse conceito de janela serve, portanto, "para marcar

que existe sempre um certo quadro de apreensão. Há um gesto que delimita um centro mais pregnante em torno do qual se organiza momentaneamente um campo, um horizonte" (Kastrup, 2007, p. 43). Vermersch (2002) afirma que é possível que essa janela tenha cinco diferenciações quanto ao tipo de atenção que ela oferece. Desse modo, a escolhida para essa etapa do estudo foi a janela-paisagem, que, de acordo com Virgínia Kastrup (2007, p. 44), "é uma janela panorâmica, capaz de detectar elementos próximos e distantes e conectá-los através de movimentos rápidos".

O reconhecimento atento, última fase, ocorre "quando somos atraídos por algo que obriga o pouso da atenção e exige a reconfiguração do território da observação" (Kastrup, 2007, p. 44-45). Ou seja, é o momento em que já temos contato suficiente com o nosso objeto de estudo, e podemos dedicar uma atenção mais aprofundada para o conjunto de dados coletados, a partir de uma análise desses materiais.

Diante dos conceitos abordados, com o intuito de entrelaçar os dados obtidos, isto é, os interesses empíricos com o campo e os conhecimentos apresentados no estudo, apresenta-se abaixo um quadro envolvendo as quatro etapas que compõe o conceito cartográfico deste estudo e as suas técnicas e processos metodológicos (Schuch, 2019).

Quadro 6 - Todas as técnicas de coleta utilizadas no percurso metodológico

Etapa da cartografia	Técnicas e processos metodológicos
Primeira etapa: o rastreo	Pesquisa documental Pesquisa bibliográfica
Segunda etapa: o toque	Definição dos setores a serem analisados e escolha dos <i>stakeholders</i>

<p>Terceira etapa: o pouso</p>	<p>Entrevista estruturada com integrantes dos grupos mercadológico, institucional, acadêmico e tecnológico</p>
<p>Quarta etapa: o reconhecimento atento</p>	<p>Análise de dados a partir de duas categorias de análise macro: 1. Panorama jornalístico 2. Rotina e habilidades profissionais</p>

Fonte: elaborado pelos autores, adaptado de Schuch (2019).

Espera-se que a proposta de pesquisa seja executada a partir de cada etapa da cartografia. Dessa maneira, na parte do rastreio, opta-se por realizar uma pesquisa documental e uma pesquisa bibliográfica para embasar a parte mais teórica do objeto de estudo. Essas etapas contam com análises de documentos mais técnicos relacionados ao 5G e ao teleJornalismo.

No toque, a partir do embasamento adquirido no processo anterior, irá realizar-se a definição do tipo de pesquisa, do modelo de análise, das áreas a serem abordadas e dos *stakeholders* que representam esses setores. Reforça-se que a escolha se dá a partir do entendimento de que, ao abordar pessoas ligadas ao procedimento técnico dessa nova tecnologia e pesquisadores de temas relacionados ao 5G e/ ou ao teleJornalismo, será possível compreender os movimentos que estão tensionando esse novo conceito de internet, bem como mapear as possíveis alterações previstas para o campo do Jornalismo de televisão. Ao mesmo tempo, compreende-se que a interação com repórteres e gestores deverá promover respostas para a parte mais prática, já que fazem parte de grupos que atuam diretamente na área abordada: o teleJornalismo.

No pouso, serão feitas entrevistas em profundidade, com roteiro estruturado, conforme apresentado na seção anterior deste capítulo. Assim sendo, todos os grupos (mercadológico,

institucional, tecnológico e acadêmico) farão parte desta etapa. O objetivo durante esse processo será o de analisar, a partir da compreensão profissional dos entrevistados, fatores influenciadores para o Jornalismo com o advento da internet 5G.

Por fim, no reconhecimento atento, será feita a categorização dos dados obtidos com os profissionais dos quatro setores. Pretende-se executar uma análise macro, de acordo com as três questões gerais que conduzem o questionário aplicado, e uma análise micro, abordando área por área dos *stakeholders*. Após, deverá se realizar o cruzamento dos dados a fim de entender o panorama jornalístico e a rotina e habilidades dos profissionais com o implemento da internet 5G. Faz-se necessário apontar que essa trilha teórico-metodológica exposta não é estanque e muito menos definitiva e está associada a imprevisibilidade de um objeto em mutação, o que dialoga com a perspectiva de Morin: “caminhar sem um caminho, fazer o caminho enquanto caminha” (2003, p.36).

CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS

Diante desse novo cenário, caracterizado pela incerteza e o excesso de informações, o Jornalismo como um todo foi impactado, sofrendo alterações tanto nas práticas e formas de criação de conteúdos quanto no discurso disponibilizado à audiência. Com a tecnologia assumindo um caráter essencial nos veículos de imprensa, os métodos então mudaram. O primeiro ponto é em relação às fontes e o acesso às informações, que se tornaram mais fáceis e velozes na era digital a partir do surgimento de plataformas de mensagens instantâneas. Junto a isso está o dinamismo da apuração dos fatos, que, a partir de uma necessidade de preparar a informação rapidamente, agora é feita de modo mais acelerado - resultando em um procedimento mais ágil, ao mesmo tempo que causa a necessidade de correções e atualizações nos materiais.

Os produtos jornalísticos também foram alterados, com a criação de conteúdos mais superficiais e descontextualizados -

apesar de que outros também surgiram, como os imersivos e os *newsgames*. E o principal: o que antes era criado para uma única mídia, atualmente deve ser pensado para duas, três ou todas (Lopes; Bonisem, 2019).

Referindo-se ao campo mercadológico, a pesquisa em questão é extremamente necessária, uma vez que abordará os impactos desses novos processos para o Jornalismo e jornalistas, nessa alteração de ambiência provocada pelo 5G.

No primeiro caso, com as mudanças na Comunicação, a forma de produzir, distribuir e do próprio consumo do público está em jogo para a profissão, necessitando que, assim como em um passado não tão distante, haja adaptações de modelos e formatos. Já o segundo, pois, em razão das consequências dessas transformações, o profissional precisa se encaixar aos novos modelos, para seguir exercendo e entregando o que a área solicita. Além disso, também é importante refletir sobre o fechamento e reabertura de postos, bem como o espaço para o surgimento de novas formas de empreendedorismo e empregabilidade.

Dessa forma, o presente trabalho aborda um tema que tem ganhado espaço pelo seu caráter revolucionário. Na perspectiva do Jornalismo, o assunto impacta diretamente as três linhas fundamentais de um serviço ético e de qualidade: a produção, a circulação e o consumo. E analisar as mudanças que surgirão para a profissão e profissionais a partir desse novo cenário é o que torna esse processo estimulante e desafiador.

Por fim, nesse contexto multifacetado, a condução de uma pesquisa pode derivar para a fuga de métodos estritamente definidos, visando a alcançar uma conclusão concreta, monolítica. Em vez disso, trata-se de uma perspectiva geográfica, na qual o método é concebido como uma paisagem em constante transformação, em oposição a uma entidade estática – o que se associa ao cenário de transformação dessa nova paisagem com o 5G. É pertinente, portanto, destacar a experiência cartográfica como uma

exploração em busca de uma visão aprofundada do objeto e de uma abordagem de pesquisa com aguda envolvimento. Essa contribuição indica que a cartografia não propõe um caminho absoluto, mas de pistas, como visto anteriormente. Assim sendo, é fundamental refletir que ela se estabelece como uma alternativa para a interpretação de realidades complexas como a do território do teleJornalismo e suas reconfigurações.

REFERÊNCIAS

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia** (v. 1). São Paulo: Editora 34/1995, 3ª reimpressão, 2005.

FECHINE, Y. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **Contracampo**. Rio de Janeiro, n. 31, 2014. **Disponível em:** <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17533>. **Acesso em:** 20 maio 2023.

FINGER, C. O teleJornalismo na hipertelevisão: os desafios dos produtores e dos receptores das notícias no mundo multitelas. In: VIZEU, A. *et al.* (Orgs.). **TeleJornalismo em questão: análises, conceitos e desafios**. Florianópolis: Insular. 2014.

FINGER, C. TeleJornalismo em outras telas: os canais de notícias brasileiros no YouTube. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...**, 2018. **Disponível em:** <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1245/902>. **Acesso em:** 03 dez. 2021.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 62-83.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T (Orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: EdUFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPES, D. V.; BONISEM, F. M. **O Jornalismo na Era Digital: Impactos percebidos por repórteres e editores**. Espírito Santo, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0800-1.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MACHADO, A.. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2003.

MAIA, B. Tecnologia 5G promete revolucionar experiência em transmissões esportivas. O Estado de S. Paulo, 2022. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,tecnologia-5g-promete-revolucionar-experiencia-em-transmissoes-esportivas,70004017925>. Acesso em: 05 abr. 2022.

MORIN, E. **O método 1: a natureza da natureza**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

OLEGÁRIO, L. Mais inovação, mais comunicação: Entenda por que esta tecnologia de telefonia é tão aguardada por especialistas, e como pode impactar na sociedade. **Coletiva TNDNCS - Inovação + Comunicação**. 2020. Disponível em: <http://acervo.maven.com.br/pub/coletivanet/?numero=24&edicao=12612#page/>. Acesso em: 05 abr. 2022.

OLEGARIO, L. Rede social como novo critério de noticiabilidade: características e potencialidades aplicadas ao teleJornalismo. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...**, 2018. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/view/1389/677>. Acesso em: 05 abr. 2022.

ROSA, L. S. P. *et al.* **Aplicações do 5G em Internet das Coisas (IoT)**. Trabalho de Conclusão de Curso. Bacharelado em Engenharia Elétrica. Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), Santa Rita do Sapucaí, 2017.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para uma Teoría de Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa Editorial, 2008.

SCHUCH, L. **Transformações na propaganda**: um olhar rizomático sobre a prática publicitária. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/20215/DIS_PPGCOMUNICA%C3%87%C3%83O_2019_SCHUCH_LUCAS.pdf?sequence=1 Acesso em: 05. fev. 2023.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VICENTE, B. C. V.; SILVA, D. C. S. S. A cartografia de Deleuze e Guattarri como metodologia de pesquisa. In: IV Congresso de Ensino, Pesquisa e Extensão da UEG, 2018, Pirenópolis. **Anais...**, 2018.

VIZEU, A. O teleJornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista Famecos**, v. 16, n. 40. 2009, p. 77-83. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6321>. Acesso em: 20 maio 2023.

6

ECOLOGIA MIDIÁTICA SUL-TOCANTINENSE: um olhar para os Trabalhos de Conclusão de Curso de Jornalismo da UnirG

Ana Carolina Costa dos Anjos
Anette Maria Rodrigues Silva Bento Oliveira
Alice de Sousa Batista
Mauricio Hiroaki Hashizume

INTRODUÇÃO

Com intuito de discutir a ecologia midiática na região sul do Tocantins, olhamos para o arquivo de monografias do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG)¹⁵, a fim de, a partir de um estudo secundário, compreender o conjunto de meios comunicacionais que formam esse ecossistema. Partindo de um dos pressupostos do *Media Ecology Studies* (Estudos de Ecologia Midiática) – que entende que as mídias podem ser lidas como espécies que vivem em um ecossistema e estabelecem relações entre si e com os sujeitos que nele interagem (Scolari, 2010) – analisamos as produções científicas de discentes que concluíram o curso entre os anos de 2005 (primeira turma) e 2021.

Assim sendo, neste artigo apresentamos um dos resultados do projeto de pesquisa “Diagnóstico das dinâmicas na ecologia midiática da região sul do Tocantins: veículos, redes, (des)informação e infodemia”¹⁶ e destacamos a reconfiguração do ecossistema midiático com a inserção de novos ‘elementos’ comunicacionais digitais. O reconfigurar se deu com a inserção de

¹⁵ No estado do Tocantins, apenas duas Instituições de Ensino Superior (IES) ofertam o curso de Jornalismo na modalidade presencial. Sendo uma a UnirG e outra a Universidade Federal do Tocantins (UFT).

¹⁶ Projeto financiado pela Universidade de Gurupi, por meio do Edital PROPESQ UnirG/2021/13.

novas 'espécies' (perfis em plataformas de redes sociais on-line) e novos usos dos meios de comunicação que já existiam. De modo que, houve interferências nas dinâmicas de todo o sistema, modificando-o. Assim, buscamos no arquivo – esse espaço que, em termos foucaultianos, acumula discursos – compreender os processos de construção de problemas de pesquisa e escolha de objetos empíricos, isto é, as 'tomadas de decisões' (Braga, 2011a) dos(as) discentes. Lembrando que o ato de 'tomar decisão' é orientado pelo momento social no qual se encontra quem pesquisa (Weber, 1997).

A opção pela abordagem que dá ênfase a traços do processo histórico de formação da ecologia midiática da região sul do Tocantins, ao longo das últimas décadas, se justifica por almejar captar, registrar e problematizar um retrato instantâneo, conjuntural e cambiante do panorama relacionado aos agentes da área de comunicação social, mas sobretudo, discutir os quadros socioculturais (vinculados também a aspectos político-econômicos) mais alargados e abrangentes sobre características mais estruturais da midiatização (Hjarvard, 2015). Entendemos por midiatização, portanto, os "[...] processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus *modus operandi*." (Hjarvard, 2015, p. 53).

Dessa maneira, ao discutir a formação da ecologia midiática regional, apresentamos questões referentes ao contexto territorial (espaço-temporal), correlacionando-o a mapeamentos como Atlas da Notícia (nacional) (Lins da Silva; Pimenta, 2020), e Mapa da Mídia no Tocantins (estadual) (Rocha; Silva, 2019)¹⁷, esse último elaborado pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor) da

¹⁷ O mapa com dados básicos (última atualização de 2020) sobre veículos produzida pelo referido projeto pode ser acessado no Google Maps no endereço:

https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1zpOqcyLy6BbBx2_eAoapwm8l8z0&usp=sharing.

Universidade Federal do Tocantins (UFT). Ambos os projetos fazem a coleta de dados sobre a presença (ou não) de meios de comunicação tradicionais (canais de TV, emissoras de rádio, jornais impressos e veículos online). Não assumem, necessariamente, o princípio de que a mídia digital tem se tornado parte de uma “quinta matriz midiática”¹⁸ dominada pela “‘gramática’ específica da internet”, conforme explica Finnemann (2011).

Assim, por vezes deixam escapar as mudanças entre as perspectivas das gramáticas *broadcasting* para digital. Mudanças essas que se expressam em sínteses que vêm sendo produzidas por autoras(es) brasileiras(os) como Rüdiger (2015) – que aponta o quão enraizado está o processo de midiatização na sociedade como um todo.

Nesse sentido, voltamo-nos para a produção científica de acadêmicas (os) formandas(os) no curso de Jornalismo da UnirG, entre os anos de 2005-2021, com intento de captar as múltiplas inter-relações entre a esfera midiática-comunicacional com ‘vários campos da atividade social’. Em outras palavras, não se trata de conceber a noção das produções, dos efeitos e das influências no campo da mídia “em separado” (Vilches, 2003)¹⁹, mas como parte de um conjunto “enraizado” de impactos absorvidos de modo institucional, mas também mantidos/desenvolvidos não institucionalmente “[...] dentro de todas as searas sociais, sem deixar

¹⁸ As cinco matrizes, baseadas em trabalho do sociólogo da comunicação Joshua Meyrowitz de meados dos anos 1980, são: as sociedades centradas no oral; as sociedades centradas em manuscritos; sociedades centradas em impressos; sociedades centradas em mídias eletrônicas analógicas e sociedades centradas em mídias digitais (Finnemann, 2011).

¹⁹ Vilches (2003, p. 175) destaca a diferença entre os efeitos sociais da televisão e da internet. “A pesquisa (...) pressupunha uma televisão regida pelo princípio ideológico da universalização do *consumo* coletivo da audiência. Atualmente, a evolução da Internet dirige-se para uma atividade individualizada, o que torna totalmente insuficiente medir os impactos, como elemento central para pesquisar o meio” (grifos do autor).

de possuir sua própria força e identidade.” (Rüdiger, 2015, p. 746).

No arquivo consultado, estavam 174 Trabalhos de Conclusão de Curso sendo 15 artigos, 131 monografias, 11 monografias com produto midiático e 17 produtos midiáticos. Nesses textos, conseguimos apreender como discentes percebiam a Comunicação Social e analisavam o que estamos chamando de reconfiguração do ecossistema midiático. Um adendo importante é que se trata de um olhar predominantemente local, pois 101 dos TCCs falam sobre a Comunicação Social da região, a saber: 74 tem como território de pesquisa o município de Gurupi, 18 sobre o estado do Tocantins e nove sobre municípios da região sul tocantinense. Além disso, em todos os anos, há pelo menos um trabalho analisando a questão da internet.

Diante disso, questionamos: “Como os TCCs do curso de Jornalismo da UnirG analisaram os processos comunicacionais que formaram a ecologia midiática da região?”. Com essa pergunta norteadora e sem hipóteses apriorísticas, debruçamo-nos sobre o arquivo guiadas(o) metodologicamente pela análise documental, conforme os pressupostos de Cellard (2012).

Sendo possível estabelecer pontes, de modo paralelo, complementar e interdisciplinar, com trilhas percorridas na área da micro-história, a qual sustenta, em dissonância com outras linhas de investigação, que todo documento (“inclusive o mais anômalo”) pode ser inserido numa série e pode servir, “[...] se analisado adequadamente, a lançar luz sobre uma série documental ampla.” (Ginzburg, 2007, 263).

Dito isso, tomamos o texto como introduzido e adentramos às suas três partes que trazem o arcabouço teórico, resultados e discussão, e considerações finais, respectivamente.

A CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, OS OBJETOS EMPÍRICOS E OS TCCS DE JORNALISMO DA UNIRG

Uma narrativa da constituição do campo da Ciência da

Comunicação aponta o estudo das mídias e dos processos de interação/comunicação social como *objeto*. As interações sociais são pensadas como mediações cotidianas do conjunto das relações sociais que difundem ideias e formam condutas. Já o estudo das mídias tem nos meios de comunicação (impressos, eletrônicos e digitais) o fenômeno sócio-histórico que permitiu perceber, objetivar e problematizar os processos comunicacionais em uma perspectiva evidente (Braga, 2011a, 2011b). Dito de outra forma, os meios de comunicação de massa viabilizaram a percepção histórica do “comunicacional” como questão passível de problematização científica, posto que são uma presença midiática objetivada no espaço social que possibilitou a compreensão da sociedade em interação consigo mesma.

Embora o professor José Braga não trabalhe na chave dos *Media Ecology Studies*, a referência a ele se deu pelo fato de que concordamos que a percepção objetivada da mídia possibilita problematizar e analisar a interação *da* e *na* sociedade com olhar comunicacional. E como neste estudo buscamos compreender o(s) percurso(s) das escolhas dos objetos empíricos das pesquisas realizadas por discentes do curso de Jornalismo da UnirG, apresentar como enxergamos a formação do campo se faz necessária. Ademais, temos como referência que a presença midiática objetivada (meios de comunicação) escolhida por esses(as) discentes, a nosso ver, são flagrantes dos processos comunicacionais que formaram a ecologia midiática da região.

Com isso, acrescentamos ainda que objeto empírico, para essa pesquisa, é a conjunção de empiria e teoria que, segundo França (2016, p. 17), “[...] categoriza e trata de uma determinada maneira – e não de outra – o mundo empírico.”. Na Comunicação, os objetos empíricos são “ações sociais comunicacionais” (Braga, 2011b) que se tornam objeto de conhecimento da área quando são apreendidos por processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional, isto é, a dimensão comunicativa do objeto.

As dimensões comunicativas do objeto de estudo, o próprio objeto e a época em que são feitas as pesquisas dizem muito sobre esse todo. De modo que, “[...] as escolhas feitas, a própria percepção inicial sobre as coisas, são já elementos do processo construtivo – [...] [que] tem que sobreviver aos rigores da formulação conceitual e do enfrentamento da realidade.” (Braga, 2011a, p. 11). Por isso, colocamo-nos entre o arquivo, as escolhas dos(as/es) discentes, a observação sobre o que foi observado nos objetos e a história social das mídias com olhar territorializado na região sul do Tocantins.

Assim, temos que a categorização do mundo empírico feita pelos(as/es) discentes do curso de Jornalismo, ao estudarem sobre as dimensões comunicacionais dos objetos escolhidos para pesquisas de TCCs, traz um ponto curioso sobre como percebiam os processos de midiatização e plataformização da Comunicação e do Jornalismo, bem como da sociedade como um todo²⁰.

Nesta esteira argumentativa temos o primeiro trabalho que aborda o tema da internet (aprovado no final de 2005). O texto se dedica a um projeto pioneiro de inclusão digital, instalado no ano de 1999, realizado em uma escola pública do município de Gurupi, e discorre sobre as possibilidades e experiências resultantes do processo em andamento de inclusão/exclusão digital na cidade. Essa monografia, além de ser acompanhada de um livro-reportagem com personagens selecionados que tiveram a vida modificada pelo contato com a internet, para ser desenvolvida elaborou, distribuiu e coletou um questionário sobre a temática para estudantes do 1º e do 3º ano do ensino médio. A intenção era aferir opiniões – tanto na entrada como na saída do período escolar – em que alunos(as) da

²⁰ Por plataformização, neste texto, tomamos a significação de Dijck, Poell e Martijn (2018) quando essas (esses) autoras(es) apontam que há uma indissociação entre plataformas digitais e as estruturas sociais. Ademais, pensamos sobretudo na digitalização mediada da sociabilidade que concentra estruturas em um ambiente e assim opera processos comunicacionais e informacionais.

unidade escolar tiveram a oportunidade de ter acesso à internet, via Programa Nacional de Informática na Educação (ProInfo).

Na coleta de dados dessa monografia, estudantes do 1º ano do ensino médio, responderam que o tema de maior interesse para acesso à internet é ‘variedades e entretenimento’ (incluindo artistas de televisão, jogos e salas de chat/bate-papo), cuja proporção foi de 80%, em detrimento de 20% que priorizam pela ‘busca por informação e pesquisas’. Ao passo que no 3º ano, essa parcela sobe para cerca de 50%, ainda assim a proporção com interesse primordial em temas considerados menos “sérios” manteve-se alta (50%). Em ambos os anos, 80% das (os) estudantes que responderam à pesquisa afirmaram ter acesso a computadores conectados em rede apenas na escola. No início do ensino médio, 70% dos (as) respondentes não demonstraram capacidade de responder de ‘forma correta’ acerca das definições de sobre ‘inclusão digital’ e de ‘inclusão social’, esse percentual não se fez maior do que 50% no 3º ano, revelando um alto índice de dificuldade de compreensão das aberturas e interferências proporcionadas pela e com a chegada da internet.

De certo modo, esse distanciamento se manteve também nos próprios TCCs de Jornalismo que guardavam alguma relação com a “sociedade da informação”²¹, termo então corrente. Posteriormente, como será abordado adiante de maneira mais detalhada, surgiram monografias mais focadas no processo de introdução da internet no âmbito da imprensa, seja como ferramenta de trabalho, canal de

²¹ Embora já desde o início dos anos 2000 relevantes críticas à “sociedade da informação” já estivessem sendo publicadas internacionalmente, algumas inclusive com versões traduzidas no Brasil, como a obra de Mattelart (2002, p. 172), os temas e “[...] discursos que acompanham a sociedade da informação erigiram em lei o princípio da tábula rasa. Não há mais nada que não seja obsoleto. O determinismo tecnocomercial gera uma modernidade amnésica e dispensa o projeto social. A comunicação sem fim e sem limites institui-se como herdeira do progresso sem fim e sem limites [...]. A própria noção de complexidade é pervertida e transformada em álibi”.

pesquisa e apuração de informações, ou como “espaço” que ancora as produções jornalísticas. Em geral, observa-se que esses trabalhos transpõem e reproduzem os discursos sobre os usos da tecnologia, seguindo as perspectivas da literatura científica disponível na época.

Esses primeiros trabalhos foram realizados na segunda metade da década 2000 (2005-2010), período em que a internet comercialmente conhecida como Web 2.0 (*Share/ Connects people/ Social Web* – Compartilhamento, Conexão de Pessoas, Web Social). O termo Web 2.0 fora definido por Dale Dougherty, em 2004, e está ligado à ideia de comunicação mundial, interação entre indivíduos mediada por computador (Aghaei; Nematbakhsh; Farsani, 2012; Elnaggar, 2015). E é caracterizado pela ascensão de plataformas de interação social, produção de conteúdo específico para internet (com adaptação de formatos e gêneros), troca de informações e colaboração. No campo da Comunicação Social, mais especificamente no Jornalismo, falava-se em Jornalismo Colaborativo, Participativo e/ou Jornalismo 2.0. Houve proliferação dos usos de fóruns e blogs; mas sobretudo o início das mídias colaborativas e das redes sociais *on-line*, como por exemplo; Facebook (2004, agora, Meta), Orkut (2004, extinto), YouTube (2005), Twitter (2006) e Instagram (2010).

A ideia de colaboração e participação, embora tenha seu valor emancipatório, foi exagerada por alguns(algumas) teóricos(as), que hoje, são considerados autores(as) da ‘ciberdemocracia’. As críticas não podem ser anacrônicas, posto que, muitos cientistas escreveram no ‘calor do momento’, analisando o tempo-presente e observaram uma ampliação massiva de acesso à internet, a produção de conteúdo digital por ‘pessoas comuns’, o barateamento de *hardwares* e *softwares*, programação e navegabilidades mais amigáveis. No entanto, é possível inferir que construíram uma espécie de “utopia digital” (Rendueles, 2017)²².

²² O sociólogo espanhol César Rendueles (2017), em debate com Manuel Castells, cunha o conceito de “Utopia Digital” a fim de antagonizar com o

Em certa medida, observa-se que esse enquadramento baseado no deslumbramento tecnológico (com algumas exceções de caráter residual e parcial) permeia praticamente todo o período de 16 anos de produção acadêmica de formandas(os) do Curso de Jornalismo da UnirG. A posição geográfica periférica – região sul do estado do Tocantins, formada por 18 municípios²³ – tem evidente influência nessa tendência de incorporação do difusionismo, que se entrelaça com o modelo de desenvolvimento rural da chamada “revolução verde”, conforme destrinchado criticamente por Bordenave (1985).

Contudo, um estudo mais aprofundado da formação da ecologia midiática de um determinado território permite diversas outras inferências adicionais relevantes, tema abordado no próximo subtítulo, precedido pela explicação de nossas escolhas metodológicas.

O QUE TEM UM ARQUIVO A DIZER: PERCURSO METODOLÓGICO, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Examinar um arquivo de monografias orientadas(o) pela pergunta “Como os TCCs do curso de Jornalismo da UnirG analisou os processos comunicacionais que formaram a ecologia midiática da região?”, coloca-nos em uma posição privilegiada de observação, posto que se torna possível trazer retratos de 16 anos às nossas condições de entendimento. Assim, antes de apresentar os resultados e a discussão, expomos o percurso metodológico que

que chama de teóricos da ciberdemocracia (que veem a internet como espaço para ampliação da democracia).

²³ Sendo Gurupi, o município mais populoso com cerca de 90 mil habitantes, Formoso do Araguaia, Peixe, Araguaçu, Alvorada, Palmeirópolis, Aliança do Tocantins, Figueirópolis, Cariri, Dueré, São Valério, Jaú do Tocantins, Sandolândia, São Salvador, Talismã, Santa Rita do Tocantins, Sucupira e Crixás do Tocantins) com estimativa de população aproximada de 190 mil habitantes, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021).

possui uma abordagem qualitativa, natureza básica, e quanto aos objetivos é classificada como pesquisa explicativa, uma vez que intentamos compreender, a partir da análise como se dão os fenômenos e os seus porquês (Aarts, 2003; Gil, 2022). Para tanto, valemo-nos dos pressupostos da análise documental de Cellard (2012).

O documento é, para André Cellard (2012), tudo que serve de testemunho e pode ser considerado como fonte. E com esse tipo de fonte a informação tem um sentido único, “[...] pois, embora tagarela, o documento permanece surdo, e o pesquisador não pode dele exigir precisões suplementares.” (Cellard, 2012, p. 295-296). Neste artigo, consideramos como documento os TCCs dos(as) discentes e sobre o arquivo de TCCs do curso de Jornalismo nos debruçamos seguindo as etapas propostas pelo referido autor.

Cellard (2012) sugere uma ‘análise preliminar, com exame e crítica do documento’ formada por cinco dimensões, a saber: contexto, autores, autenticidade e confiabilidade, natureza do texto e conceitos chaves e lógica interna do texto. Após essa análise preliminar, procede-se à análise propriamente dita.

A etapa de análise preliminar se deu junto ao processo de catalogação de todos os TCCs, trabalho realizado entre março e maio de 2022. Para isto, uma das autoras, Ana Carolina, criou uma ‘máscara’ e a disponibilizou para todas(o) envolvidas(o) em uma planilha editável digitalmente (*Google Sheets*). A planilha era formada pelas colunas: ano, discente, tipo de produção (artigo, monografia, monografia/produto, produto), título, orientador, metodologia, classificação quanto ao procedimento, número de páginas, suporte (local de veiculação), objeto empírico e geolocalização.

Embora pudesse ser uma dimensão do estudo, não nos aprofundamos em quem são os(as) autores(as), enquanto sujeitos sociais (apresentados dados sensíveis, descritivos, etc.), tomamos

como 'discentes do curso de Jornalismo da UnirG'²⁴, respondendo assim a uma das dimensões da pré-análise.

Já a dimensão autenticidade/confiabilidade dos documentos (TCCs), levamos em conta que esses trabalhos foram submetidos a uma banca de avaliação composta por professores do curso e/ou especialistas na área. Portanto, acreditamos que os TCCs produzidos no período, 2005-2021, possuem um nível de confiabilidade, uma vez que foram submetidos a um processo de avaliação anteriormente.

Nesta pesquisa, não analisamos os TCCs classificado como "Produtos" (abordagem de futuras pesquisas), assim a natureza dos documentos são: artigos, monografias, monografias que acompanham produtos e artigos científicos. As monografias e artigos seguem uma lógica textual de textos acadêmicos, isto é, após deliberarem sobre a escolha de um quadro teórico que auxilie a compreender o campo, objeto empírico, objetivos, metodologia ('tomadas de decisão' da qual fala José Braga), realizaram análises. Já as monografias produzidas acompanhando produtos midiáticos têm a característica de relatório científico e, por isso, trazem revisão de literatura mais tímida e apresentam as etapas e custos do desenvolvimento do produto.

Os conceitos-chaves foram olhados tanto a partir da observação de todos os textos, como também pelas palavras-chaves que autores(as) (discentes do curso) escreveram, mas buscamos, sobretudo, perceber as escolhas dos objetos empíricos dos discentes e como, ao analisarem esses objetos, revelam a formação da ecologia midiática na região sul do Tocantins. Para facilitar a visualização, compilamos as informações da pré-análise no quadro

²⁴ Um trabalho sobre quem são, onde estão e o que estão fazendo os(as/es) egressos(as/es) do curso de Jornalismo da UnirG está sendo produzida em um outro estudo - em fase de finalização - e compõem os resultados projeto de pesquisa "Diagnóstico das dinâmicas na ecologia midiática da região sul do Tocantins: veículos, redes, (des)informação e infodemia"

a seguir.

Quadro 1 – Dimensões da pré-análise do arquivo de TCCs do curso de Jornalismo

Dimensão	Característica
Contexto	Escrita monográfica entre anos 2005- 2021.
Autores (as)	Discentes do curso de Jornalismo.
Autenticidade e confiabilidade	Todos os trabalhos foram avaliados por uma banca de professores e/ou pareceristas de revista científica.
Natureza dos textos	Artigos, monografias e monografias com produto
Conceitos chaves	Termos referentes ao contexto midiático, objeto empírico, recorte temporal e percurso metodológico de cada texto.

Lógica interna do texto	Escrita acadêmica que pressupõem as normas tácitas.
-------------------------	---

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da pré-análise de todos TCCS é possível identificar a existência de três fases distintas. A primeira fase, que abrange o período de 2005 a 2011, está mais alinhada ao paradigma da "utopia digital" e ao anúncio das oportunidades proporcionadas pelos dispositivos tecnológicos). A segunda, localizada entre 2012 - 2018, apresenta um aumento significativo de TCCs abordando aspectos relacionados ao campo digital, refletindo um interesse crescente nesse tema. Por fim, nos últimos três anos da análise (2019 a 2021), observamos uma intensificação de trabalhos relacionados a essas temáticas, com 9 dos 13 trabalhos (apresentados e aprovados) tendo alguma relação com a internet, representando uma proporção em torno de 70%.

Sobre a fase inicial, além do já mencionado trabalho sobre o primeiro projeto de inclusão digital no município de Gurupi, nota-se a presença de uma série de reflexões, nos anos de 2007, 2008 e 2009, que inauguram discussões mais diretamente relacionadas às interfaces entre o uso da internet *na* e *para* atividade jornalística. Nesse período, quatro TCCs abordam esse tema, e é curioso notar que em mais de um caso foram realizadas entrevistas com profissionais atuantes, que contribuíram para o surgimento do Jornalismo online em Gurupi. No entanto, essas entrevistas são apresentadas como apêndices e não são devidamente incorporadas, avaliadas ou problematizadas em diálogo com o panorama teórico. Por exemplo, há trechos de entrevistas com os responsáveis por dois sites importantes na região (Atitude e A Notícia)²⁵ que não são

²⁵ Site local de Jornalismo online (<https://www.atitudeto.com.br/>) inaugurado em 1997, fundado e gerido pelo jornalista Wesley Silas Barbosa da Cruz, egresso do Curso de Jornalismo da UnirG em 2007. Já A Notícia,

integrados às reflexões anteriores de forma adequada.

Essa constatação, aliada ao fato de que os primeiros resultados dos questionários aplicados aos estudantes de ensino médio da primeira escola pública de Gurupi que teve acesso a 30 computadores conectados à internet não foram efetivamente analisados, o que reforça uma característica fundamental na compreensão da comunicação nesse território, que continua a ter reflexos na ecologia midiática local até hoje. A discussão em nível local, com base nas experiências contextualizadas no sul do Tocantins, pouco importa perto das macro narrativas da inovação tecnológica e das dinâmicas cada vez mais aceleradas dos fenômenos socioculturais. As vidas vividas, ou melhor dizendo, as formas concretas como essas promessas se manifestam no cotidiano das comunidades, mesmo que tenham ligação direta com o campo da Comunicação Social, servem apenas como apêndices, ilustrações de menor relevância para “dar cor local” a um processo do qual parecem não fazer parte de forma plena e completa.

Um dos pontos-chave para compreender a ecologia midiática é ter um olhar que abranja a pluralidade e multiplicidade de agentes comunicacionais em distintas escalas e alcances envolvidos nos processos de mediatização e plataformização das vidas. Embora os TCCs, de forma geral, tenham como referência inúmeros temáticas com traços mais locais, regionais ou até estaduais (conforme menção feita em passagem anterior) é evidente a menor atenção dada aos círculos hiperlocais nos trabalhos que se relacionam, direta ou indiretamente, ao mundo digital e suas ramificações. Sintetizando, quando abordam questões teóricas amplas não conseguem apresentar a dimensão local, trazer empiria e dados para a discussão. Por outro lado, ao focarem em veículos digitais hiperlocais não conseguem conectá-los ao que está acontecendo

foi criado em 2002 pelo jornalista Gilberto Correia Ferreira. Mantém até hoje uma página estática (<http://www.anoticia-to.com.br/>) anunciando o retorno das atividades, mas não está mais efetivamente em atividade.

em nível estadual, nacional e internacional.

A noção de que a presença da internet no cotidiano transformaria muito mais o próprio cotidiano - em termos gerais ou específicos, como o dos próprios meios de comunicação - já vinha sendo sublinhada por diversos(as) analistas. Não apenas em termos de melhorias e janelas de oportunidade, como enfatizado no prisma inicial da "utopia digital", mas também em termos de abalos na ecologia midiática anterior, provocando as reconfigurações. Meyer (2007), na sugestiva obra "Os jornais podem desaparecer?", não demonstrava dúvida alguma quanto ao que vinha acontecendo no ramo da imprensa, com a midiaticização. O autor afirma que as pessoas que trabalharam "[...] em jornal dos bons tempos várias vezes deseja voltar à era de ouro do Jornalismo. Mas ela acabou. O mundo seguiu em frente enquanto pensávamos em outras coisas." (Meyer, 2007, p. 214).

Com base principalmente no que se deu (e, de algum modo, continua se dando) nos Estados Unidos, Doctor (2010) argumenta que a obra famosa de Christensen (2001)²⁶⁷, publicada originalmente em 1997, já era um prenúncio insinuante de tempos difíceis, incluindo o risco de falências no setor de mídia em função das mudanças aceleradas propiciadas pela massificação do acesso à internet e à consolidação de novas tecnologias e fluxos socioeconômicos.

Essas advertências, assim como os sinais amarelos chamativos dos semáforos, acompanhadas das próprias trajetórias de intempéries experimentadas por veículos de imprensa com redações no sul do Tocantins, vinham sendo dadas. Mas, mesmo em 2010 e

²⁶ Christensen é reconhecido por ter desenvolvido o conceito de "inovação disruptiva" na obra citada, "O Dilema da Inovação". O autor anteviu os riscos que se apresentavam para empresas que têm dificuldade de entender a necessidade de mudar mediante o aparecimento de novos agentes que oferecem produtos e serviços, ganhando rapidamente parte do mercado e avançando para fatias cada vez maiores por conta da facilidade de acesso ou do preço menor.

2011, os últimos anos da primeira fase dos TCCs selecionados sobre a influência e presença da internet na área da Comunicação Social, a abordagem ainda se centrava no registro das 'novidades tecnológicas', inclusive com o primeiro trabalho mais voltado diretamente a uma plataforma de redes sociais digitais: o Twitter (hoje, X).

A introdução das mídias digitais no rol temático marca simbolicamente a transição das características da internet que passa, cada vez mais, a se platformizar e receber o nome comercial (e até mesmo teórico em algumas linhas das áreas da Ciências da Informação ou Ciências da Comunicação) de Web 3.0. A adição de novos números - a linguagem corrente, por exemplo, sinaliza para uma Web 4.0 -, contudo, preserva o mesmo sentido difusionista que pouco leva em consideração a própria configuração sócio-territorial, econômica e política e cultural do sul do Tocantins.

Em suma, é possível verificar nessa primeira fase (2005-2011) uma combinação entre 'limitada atenção conferida aos movimentos mais locais relacionados ao estabelecimento da internet', com um número significativo de trabalhos dedicados à 'mídia local tradicional' (jornais impressos, TVs, rádios etc.), mas com todos os veículos afetados pelo impacto digital.

Em 2012, a defesa de três TCCs relacionados ao tema da internet reafirma a relevância das temáticas digitais, marcando o início de uma segunda fase e parte da terceira (2012-2018 e 2019-2021) nas quais a referência aos meios de comunicação "tradicionais" praticamente é dissipada. A midiatização "inunda" os TCCs, com destacado espaço conquistado também para produções audiovisuais, principalmente no formato de documentários. Desse conjunto, composto por um variado espectro de assuntos enfocados e dissecados, emerge também uma gradativa presença de conteúdos relacionados à desinformação, inclusive no registro do conceito de "infodemia" que carrega, de maneira intrínseca, uma carga de fatalismo mesclado com perplexidade. A relação do oceano

de desinformações com o uso das diversas plataformas de redes sociais digitais (e suas trágicas repercussões sociais) ganhou espaço a ponto de ser convertida em um projeto de extensão sobre Educação Midiática (“Rum, Conversa!”)²⁷.

Desse modo, o diagnóstico da ecologia midiática sul-tocantinense, a partir deste estudo secundário, revela que as “tomadas de decisão” dos discentes, no que se refere aos problemas de pesquisa e objetos empíricos, traz um olhar hiperlocalizado e pouco conectado à macro-história, mas denota – ao menos parcialmente – que o reconfigurar do ecossistema midiático foi observado, em um primeiro momento com vislumbre e nos seguintes não conseguiu apreender a formação de uma ‘esfera pública técnico midiática’ (Miskolci, 2021). Neste ‘espaço’, a estética para produção de informação e processos comunicativos possui léxicos e estética tácita, os quais acreditamos ser objetos de futuros trabalhos de conclusão de curso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sucessão das fases da produção de TCCS permite entrever o tratamento do tema da reconfiguração *na* e *da* ecologia midiática sem que o processo de midiática pudesse ser colocado em plano de análise. Transita-se, portanto, de uma etapa inicial associada aos potenciais da novidade tecnológica, deixando de lado a “vida real” da inserção propriamente dita no território da região sul do Tocantins, para um posterior recorte em que os efeitos da forte presença e influência da “vida digital”.

O desafio da pesquisa voltada ao diagnóstico das dinâmicas da ecologia midiática no sul do Tocantins, tendo a cidade de Gurupi

²⁷ Projeto de Extensão do curso de Jornalismo da UnirG ofertou, entre 2021-2022, oficinas em escolas do ensino médio de Gurupi e checagem de informações duvidosas com participação de acadêmicas/os que estão disponíveis no site: <https://rumconversa.blogspot.com/>. Em 2023, fora reconfigurado para propõe a promover processos formativos para instituições como a Câmara municipal de Gurupi (com foco na produção de um podcast) e no Ensino de Jovens e Adultos (EJA) do Sesc-Gurupi.

como referência, complementa, portanto, de levantamentos focados, principal e primordialmente, em veículos jornalísticos como os do Atlas da Notícia no Brasil, destrinchado e detalhado por Lins da Silva e Pimenta (2020), e o do Mapa da Mídia do Tocantins, com desdobramentos em coletâneas estaduais como a de Rocha e Silva (2019).

Os processos comunicacionais analisados pelos TCCs, em especial aqueles relacionados à internet, ajudam a entender a conformação de uma ecologia midiática com contornos de reprodução de desigualdades e de particularismos, sem muitas aberturas para o exercício do debate democrático acerca do interesse público, mola mestra do Jornalismo desde a sua institucionalização. Quanto a esse ponto, as colocações de Mattelart (2002) seguem atuais quando o autor sugere que a sociedade das redes não coloca fim ao etnocentrismo, pelo contrário, a tecnologia apenas desloca sem necessariamente tocar no pano de fundo dos modelos de desenvolvimento. Até porque atribuir à tecnologia, ou o acesso a ela, o avanço da democracia seria um determinismo tecnológico – nos termos de Raymond Williams (2016) – ou ‘utopia digital’ (Rendueles, 2017).

Como passo inicial de um programa de pesquisa mais amplo, essa contribuição para o diagnóstico da ecologia midiática na região sul do Tocantins, a partir da análise dos TCCs do Curso de Jornalismo dos últimos 16 anos (2005 a 2021), traz à tona a importância da pesquisa territorializada e contextualizada, concebendo a midiaticização não como prevalência do futuro sobre o passado, mas como espaço em que se dão disputas cruciais - e em que elementos dos territórios efetivamente estão presentes, influenciam e contam, ainda que em condições desfavoráveis em termos de poder - que afetam não só a área da Comunicação Social ou do Jornalismo, mas toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

AARTS, B. B. M. W. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. //r. BAUER, M.W; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, imagem e som: um manual prático.** Trad. Pedrinho A. Guareschi. 2. ed., Petrópolis: Vozes, 2002.

AGHAEI, S.; NEMATBAKHSI, M. A.; FARSANI, H. K. Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 to Web 4.0. **International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)**, v. 3, n. 1, 2012.

BORDENAVE, J. E. D. **O que é Comunicação Rural?** 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. **Verso e reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, 2011b.

BRAGA, J. L. A prática da pesquisa em comunicação - abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, Brasília, v. 14, n. 1, p. 1-33, jan./abr. 2011a.

CELLARD, A. A análise documental. //r. POUPART, J. *et al.* **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, 2012. p. 295-316. (Coleção Sociologia).

CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação.** São Paulo: M Books, 2001.

DIJCK, J. V.; THOMAS, P.; WALL, M. d. **The Platform Society: Public Values in a Connective World.** Oxford (Inglaterra): Oxford University Press, 2018.

DOCTOR, K. **Newsonomics: doze novas tendências que moldaram as notícias e o seu impacto na economia mundial.** São Paulo: Cultrix, 2011.

ELNAGGAR, A. The Semantic Web. **5th Assignment Web Technology**, 2015.

FINNEMANN, N. O. Mediatization Theory and Digital Media. **Communications: the European Journal of Communication Research**, v. 1, n. 36, p. 67-89, 2011.

FRANÇA. V. O objeto de pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. //: MOURA, Claudia Peixoto. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 153-174.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri: Atlas, 2022.

GINZBURG, C. **O fio e os rastros**. Verdadeiro, falso, fictício. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HJARVARD, S. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 3, n. 2, 2015.

IBGE. Estimativas de população enviadas ao TCU. **Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2021**. Rio de Janeiro, IBGE, 2021.

LINS DA SILVA, C. E.; PIMENTA, A. Local news deserts in Brazil: historical and contemporary perspectives. //: GULYAS, A.; BAINES, D. (eds.) **The Routledge Companion to Local Media and Journalism**. Londres: Routledge, 2020. p. 44-53.

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Editora Contexto, 2007.

RENDUELES, C. **Sociofobia: mudança política na era da utopia digital.** São Paulo: Editora SESC, 2017.

ROCHA, L. V.; SILVA, S. R. S. F. (orgs.) **Comunicação, Jornalismo e transformações convergentes.** Palmas: EdUDFT, 2019.

RÜDIGER, F. Os Estudos de mídia e a problemática epistemológica da Teoria da midiatização – Uma Nova escolástica? **Intexto**, nº 34, dez. 2015, p. 745-769.

SCOLARI, C. Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. **Quaderns del CAC**, v. 34, n. 13, p. 17-25, 2010.

VILCHES, L. **A migração digital.** Rio de Janeiro e São Paulo: Editora PUC-Rio e Edições Loyola, 2003.

WEBER, M. A “objetividade” do conhecimento nas Ciências Sociais. *In*: FERNANDES, Florestan. (coord.); COHN, Gabriel (org.). **Max Weber.** Sociologia. Trad. Amélia Cohn e Gabriel Cohn. 6. ed. São Paulo: Ática, 1997. (Coleção Grandes Cientistas Sociais; 13).

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural.** Trad. Marcio Serelle e Mário F. I. Viggiano. Prefácio Graeme Turner. Belo Horizonte/São Paulo: PUC Minas/BoiTempo, 2016.

MÉTODOS DIGITAIS E PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO: Um quadro teórico básico para estruturação de iniciativas de pesquisas focadas em dados e objetos binários

Márcio Carneiro dos Santos

INTRODUÇÃO

O objetivo deste texto é apresentar um resumo de trabalhos anteriores que oferecem uma visão geral da abordagem dos métodos digitais (MD) para pesquisadores das Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas, incluindo conceituação, justificativa, cenários de uso, níveis de complexidade e protocolo básico de aplicação.

No Jornalismo, a aproximação com tais métodos começou dentro da atividade profissional, principalmente nos trabalhos ligados às matérias de cunho investigativo e ao chamado Jornalismo guiado por dados ou JGD.

A disponibilidade de informações importantes para o uso na produção de conteúdo jornalístico tem aumentado significativamente, a partir da disseminação dos processos de

digitalização e também de movimentos ligados aos conceitos de dados abertos e transparência, cada vez mais comuns e, inclusive, obrigatórios, para organizações públicas.

Assim, se agora a situação não é de escassez, mas pelo contrário, de excesso de dados, o que se deve questionar atualmente é a capacidade dos profissionais e pesquisadores da área para operar em tais contextos, descobrindo as histórias que estes registros podem contar e os achados com valor científico que podem nos ajudar a entender.

No fim das contas, trata-se de um problema de metodologia e de atualização de formação de pessoas capacitadas para lidar com ambientes onde a velocidade, o volume e a variedade na produção da informação é grande, condição também caracterizada pelo termo *big data*.

Nosso trabalho, no Laboratório de Convergência de Mídias da UFMA (<https://www.labcomdata.com.br/>) e no NID - Núcleo de Inteligência de Dados (<https://labcomdigital.wixsite.com/nucleodedados>), tanto no caminho da pesquisa, quanto no de formação de recursos humanos, têm tentado endereçar esses problemas contemporâneos.

O impacto dos processos de digitalização em grande parte da produção de sentido humana tem hoje seus efeitos estudados em diversas frentes. Entre elas, poderíamos citar: a) o surgimento de novos modelos de negócio e de uma economia onde há excesso de informação e a atenção das pessoas transforma-se em ativo extremamente valorizado; b) a série de mudanças comportamentais impulsionadas por novas formas de sociabilidade e interação; c) os desdobramentos em termos de relações de poder e participação cívica a partir de uma esfera pública expandida e mais complexa, povoada por um número bem maior de atores com agendas e interesses diversos.

Diante das possibilidades de angulações e de um ainda pouco explorado sentido de aceleração no ritmo das mudanças em

andamento é ainda tímido o processo de atualização do ferramental teórico e metodológico da Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas para enfrentar os novos problemas que estamos nos propondo a estudar atualmente.

Tal fato, em parte, deve-se à lógica particular do desenvolvimento científico que precisa sempre de mais tempo de depuração para estabelecer suas bases, em tese, mais sólidas e provenientes da maturação das ideias, da validação da prova e da crítica entre pares.

Falando sobre as pesquisas ligadas à internet, Rogers (2013) estabelece uma diferença fundamental entre objetos, conteúdos, equipamentos e ambientes nativamente digitais e aqueles que foram digitalizados, ou seja, que, com outras origens, foram portados ou migraram para o digital usando os termos de Vilches (2003).

Um jornal impresso pode ter seu conteúdo transposto²⁸ para um site, como também o áudio de um programa tradicional de rádio pode ser convertido para um arquivo MP3 e acessado online na página da emissora na internet. Já um *tweet* (ou um conjunto deles - Figura 1) é um objeto originalmente criado em uma plataforma digital e apesar de poder ser facilmente convertido para um meio material (com a impressão do seu texto em uma folha de papel, por exemplo) não terá de início um equivalente analógico até que essa conversão aconteça²⁹.

²⁸ A ideia de transposição de conteúdos é explorada no webJornalismo por Mielniczuk (2001) e outros.

²⁹ Apesar de ser um tópico que foge ao escopo deste texto, é importante observar que, apesar do processo de digitalização ser aparentemente muito mais frequente e intenso nos dias de hoje do que o caminho inverso, qualquer conteúdo midiático digital vai ser percebido pelo aparelho sensorial humano através de uma "desdigitalização", ou seja, para ouvir o áudio mp3 os fones ou caixas de som terão que converter a energia elétrica do circuito digital em energia sonora ou cinética, para que suas membranas de vibração possam posteriormente estimular o tímpano humano, que, por

Figura 1 - Imagem de conjunto de *tweets* enviados pelo servidor da plataforma em formato *json*

sua vez, encaminhará as vibrações para serem decodificadas no cérebro. Nesse caso, as conversões em formas energéticas diferentes vão tentar preservar a ordem, a sintaxe interna da música ou mensagem sonora que está sendo transmitida, lidando com os efeitos da redundância e entropia relativos a esse processo. Como um texto introdutório à angulação no estudo de fenômenos passíveis de análise pela teoria da informação ver Epstein (1986).

para, respectivamente, coletar, classificar e organizar dados. A proposta pretende “reorientar o campo da pesquisa relacionada com a internet estudando e adaptando o que chamo de métodos do meio, ou talvez de forma simplificada, métodos inseridos nos objetos digitais (Rogers, 2013)”³³.

O trabalho de Manovich (2001), no intuito de descrever as características dos objetos digitais, dentro da discussão que trava sobre a dificuldade teórica em delimitar novas e velhas mídias, parece-nos oferecer, ainda que o autor não use os termos diretamente, uma proposta que nos aproxima de uma ontologia dos entes digitais.

Para Manovich (2001), os objetos digitais apresentam cinco traços ou características que podem ou não estar presentes simultaneamente em sua existência, a saber: descrição numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação.

A descrição numérica indica, como já citamos, que os objetos digitais constituem-se no final das contas de sequências numéricas de zeros (0) e uns (1), podendo, por isso, sofrer muitas das transformações que se aplicam a essa categoria, entre elas a possibilidade de replicação idêntica, desde que a nova sequência mantenha a estrutura e a ordem original da primeira. A possibilidade de gerar cópias iguais ao original, com uma simples combinação de Control+c , Control+v , é um exemplo disso.

A modularidade nos termos de Manovich descreve os objetos digitais como compostos de partes que podem ser arranjadas de diversas formas, sem que cada parte ou módulo perca sua identidade original. Ao visitarmos a página de um site na internet não estamos vendo a imagem de um único elemento completo, mas sim o resultado da construção feita pelo *browser*³⁴ , a partir de

³³ Tradução livre.

³⁴ *Browser* é uma categoria de software que age como um cliente de internet solicitando conteúdo aos servidores da rede e organizando os

diversas partículas de informação; no caso, os pequenos arquivos enviados pelo servidor onde o site está hospedado. Esses são agrupados e estruturados pela ordem descrita no código da programação HTML (*HiperText Markup Language*) que define onde e de que jeito cada texto, foto, título, vídeo, ou o que mais a página possua, vão estar.

A partir das duas primeiras características, as duas seguintes estabelecem-se como consequências. Se podemos aplicar operações ou transformações matemáticas sobre os objetos e combiná-los em diversas configurações, porque são compostos de forma modular, podemos também programar as ações e automatizar parte delas, para que possam ser realizadas de forma transparente, sem que o usuário sequer perceba o que está acontecendo. A automação permite que, ao apertar a tecla *ENTER* do computador, uma grande quantidade de linhas de código de programação seja executada e algo novo aconteça na tela, sem que seja necessário ser programador ou entender que processos estão por trás dessa ação.

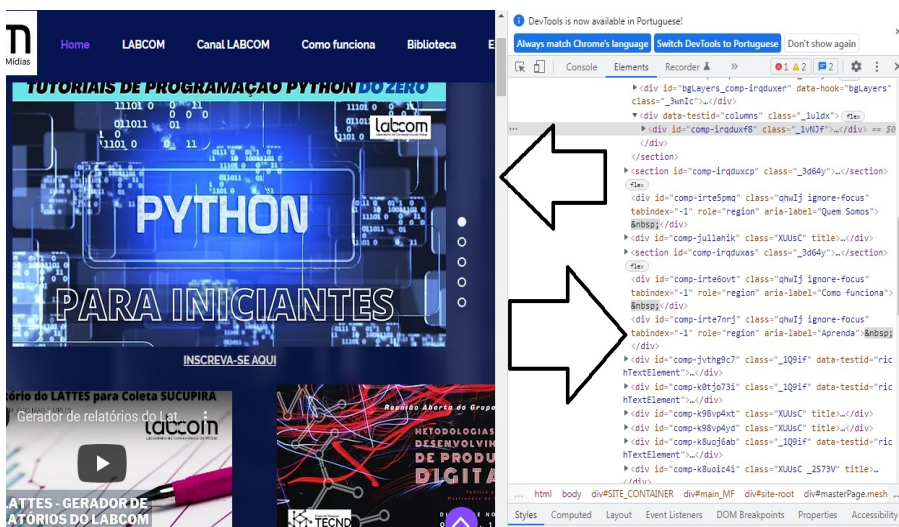
Para Manovich, as diversas possibilidades de combinação entre esses elementos fazem com que eles também reajam de forma diferente a partir de contextos ou situações distintas. A ideia de interatividade seria para o autor uma forma de expressão da variabilidade dos objetos digitais, adaptáveis, programáveis e recombináveis, oferecendo aos usuários novas formas de contato e fruição. A não linearidade das narrativas construídas a partir de hiperlinks ou a imersão que um game oferece são bons exemplos do que o autor entende como variabilidade.

Por fim, através da quinta característica, que ele denomina de transcodificação, cada objeto digital é constituído de duas camadas ou *layers*, a mais visível utilizada para carregar o sentido a ser

elementos recebidos nas páginas que visitamos em nossa navegação pela *web*.

interpretado e processado pelos humanos, a camada da representação, que nos oferece o material para que possamos lidar com tal objeto. Entretanto, pela transcodificação existe ainda uma segunda camada, que também descreve ou traz informações sobre o objeto, só que para o processamento maquínico, automatizado, o *layer* dos dados estruturados que os computadores entendem e que é usado para fazer esse objeto trafegar pelas redes digitais (Figura 2).

Figura 2 - Imagem do site do Labcom/ UFMA (www.labcom data.com.br) com seu respectivo código HTML aparente



Fonte: captura de tela feita pelo autor.

Na imagem de uma página de um site na internet podemos identificar a presença dessas duas camadas. De um lado, temos a página como estamos acostumados a ver e na parte ao lado, explicitamos parte do código HTML que a descreve, a organiza e constrói. Os dois *layers* de Manovich estão sempre presentes, andam juntos e impactam um ao outro, influenciando-se mutuamente, mesmo quando não os percebemos. Uma simples alteração no código fará com que a página apresente de imediato um novo aspecto, como na característica da atualização constante que atribuímos ao webJornalismo. No sentido inverso, a necessidade de inclusão de um gráfico, para ilustrar melhor a matéria do mesmo site jornalístico, vai exigir uma nova alteração do código para que possa suportá-lo.

Rogers (2013) indica que, mesmo portando métodos tradicionais para o emprego em pesquisas ligadas ao digital, podemos, em algumas situações, estar utilizando um ferramental inadequado, por não considerar os aspectos específicos desses objetos, ou, ainda, poderíamos acrescentar, estar em condição desconfortável para inferir ou avançar em conclusões mais sólidas, já que estamos processando apenas parte da informação que nos é disponibilizada.

Amostras pequenas ou tratadas manualmente pouco podem fazer em movimentos de milhares ou milhões de ações humanas, realizadas muitas vezes de forma quase síncrona, tais como um conjunto de pessoas publicando *tweets* sobre um tema que momentaneamente arrebatou a atenção coletiva (Santos, 2013). Por mais dedicado que seja o pesquisador e por mais horas que dedique à coleta desses dados, tratá-los sem ajuda computacional oferecerá pouco potencial de extrair inferências ou, sequer, de apreender o que efetivamente está acontecendo.

A ideia de métodos do meio, ou seja, métodos que exploram a lógica interna inerente aos objetos digitais, ou nos termos que estamos propondo, que consideram sua ontologia específica, permitem novas abordagens e formas mais eficientes de enfrentar dificuldades implícitas em algumas temáticas de pesquisa contemporâneas.

CONCEITO DE MÉTODOS DIGITAIS

Propomos aqui a seguinte definição: Conjunto de ferramentas, processos e abordagens de pesquisa que consideram a ontologia específica dos objetos digitais e as estruturas de redes por onde circulam, utilizando-se de recursos computacionais intensivos para coleta e análise de dados.

É importante destacar que o termo intensivo diferencia níveis de utilização destes recursos. Se alguém escreve um texto no Word ou cria uma planilha no Excel, está usando recursos computacionais, mas não intensivos, no sentido de capazes de lidar com grandes volumes de dados, como proposto no conceito acima.

O cenário principal de utilização de MD está relacionado a fenômenos caracterizados por processos que têm como características a velocidade, a variedade e o volume das informações produzidas (González-Bailón, 2013; Lewis; Westlund, 2015; Lima Junior, 2012; Mahrt, Scharrow, 2013). Tal fato inviabiliza determinadas abordagens, que pouco podem contribuir para sua compreensão, simplesmente porque não conseguem sequer identificá-los, registrá-los e, muito menos, buscar neles semelhanças ou divergências para classificá-los.

Por mais estranho que possa parecer, foi a complexificação do comportamento humano que tornou necessária a inserção dos processos maquínicos nas áreas de conhecimento em que antes tais

abordagens nunca foram comuns ou bem-vindas. As humidades digitais (Lemos, 2002; Moretti, 2007), a linguística computacional (Santos, 2014), o Jornalismo automatizado ou guiado por dados (Bradshaw, 2014; Bruns, 2017; Rodrigues, 2009), a matemática aplicada à sociologia (Bonachi; Lu, 2012) e tantas novas formas híbridas de conhecimento desafiam os que se propõem a estudar os processos contemporâneos, hoje sustentados por redes e máquinas binárias, gerando objetos digitais com características e ontologia próprias (Manovich, 2001), incapazes de serem desvelados sem uma reorientação de métodos, ferramentas e técnicas de pesquisa (Moretti, 2007; Santos, 2015; Santos, 2015; Van Dijck, 2013).

Na Comunicação, foram os jornalistas investigativos e os profissionais no ambiente organizacional que primeiro tiveram que lidar com esse tipo de problema. Dados dos portais públicos de transparência e as histórias que podiam conter, escondidas atrás dos números; métricas dos indicadores relacionados à presença nas plataformas de mídias sociais; informações trazidas pelas ferramentas de monitoramento e a enxurrada de dados das soluções de *analytics*. Tudo isso trouxe ao campo não apenas um conjunto novo de problemas, mas uma espécie de reação em cadeia que começou a impactar também a necessidade de novas habilidades desses profissionais, diferentes formas de abordagem e (por que não também?) as revisões teórica e epistemológica de um saber que tinha sido construído num mundo analógico, bem diferente do atual.

O empoderamento público sustentado pelos meios digitais de comunicação, pela expansão material da infraestrutura de internet e pelo maior acesso a dispositivos facilitadores das conexões e da produção de conteúdo individualizada, criou uma explosão de emissores, reconfigurando as redes de difusão de informação do mundo analógico, antes concentradas em grandes *hubs* de atenção, como os veículos de mídia e as fontes oficiais.

Como numa cidade onde se abriram diversas novas vias, a circulação de dados ganhou velocidade e volume nunca antes vistos,

engendrando processos só passíveis da compreensão a partir das teorias da complexidade, das redes e dos jogos, todas muito estranhas ao pesquisador tradicional das Humanidades e Ciências Sociais.

Em termos mais gerais a aproximação das Ciências Sociais com a temática do *big data* também tem sido foco de alguns trabalhos como em González-Bailón (2013), que argumenta que a partir desse tipo de abordagem novas questões podem ser feitas e antigas revisitadas; Mahrt e Scharrow (2012) que discutem as situações onde a análise de grandes quantidades de dados pode ser útil ou ainda Bruns (2013) que problematiza as dificuldades em conciliar procedimentos e terminologia oriundos das ciências ditas duras ao trabalho acadêmico das Humanidades e Ciências Sociais.

Em paralelo, a necessidade de traduzir enormes massas de dados em formas de mais fácil apreensão para os consumidores de informação também levou esses profissionais a utilizarem ferramentas de visualização e infografia (Rodrigues, 2009; Cordeiro, 2013), capazes de traduzir, em imagens mais simples, padrões, tendências e inferências, num tipo de lógica de síntese já comum em áreas como a Economia e a Estatística.

Se em termos de técnicas a extração de dados (*scraping*) e a visualização têm se transformado em novas habilidades fundamentais para o jornalista digital, mesmo conhecimentos mais distantes como o de programação tem recebido interesse crescente entre os profissionais.

LIDANDO COM GRANDES VOLUMES DE DADOS - O CONCEITO DE DISTANT READER

A utilização de métodos quantitativos nas Ciências Sociais e Humanas não é nova, entretanto a disponibilidade de recursos computacionais intensivos e o surgimento de projetos de pesquisa interdisciplinares onde essas áreas puderam interagir e atuar em conjunto com pesquisadores com outro tipo de formação,

notadamente da Ciência da Computação, do Design e da Estatística, ofereceram um cenário onde novas questões de pesquisa puderam ser feitas e uma leitura diferente dos dados disponíveis passou a ser possível.

Uma dessas iniciativas descrita por Moretti (2007), surgiu de um inesperado encontro entre os estudos de literatura e a utilização de ferramentas computacionais para analisar a produção inteira de movimentos literários antes profundamente estudados, mas, sempre de forma individualizada, por um especialista, em determinado autor ou escola, a partir da análise de obras selecionadas consideradas mais representativas daquela produção. Um olhar próximo que se atém aos detalhes de um determinado texto ou, no máximo, a um conjunto pequeno de textos tidos como semelhantes.

Utilizando ferramentas de visualização como gráficos, mapas e árvores, o autor conseguiu traduzir um grande conjunto de informações sobre esses objetos em visualizações que representavam descobertas nunca antes observadas. Partindo de amostras bem maiores do que seria a produção de determinado movimento ou escola literária, Moretti alcançou um tipo de apreensão semelhante ao gerado pelo movimento de *zoom out* das câmeras de filmagem que, abrindo o ângulo de visão, consegue definir um quadro com mais informações e, principalmente, em que as partes que o compõem podem ser percebidas através das inter-relações que estabelecem com as outras partes, num “tipo de abordagem onde a distância não é um obstáculo e sim uma forma específica de conhecimento com poucos elementos mas uma apurada percepção do seu conjunto de interconexões” (MORETTI, 2007, pág. 2) .

Tal abordagem descrita por alguns como uma herética mistura entre métodos quantitativos, geografia e teoria evolucionária gerou gráficos (Fig. 3) em que estudos voltados a épocas anteriores identificaram as formas hegemônicas da literatura britânica entre 1760 a 1850, a distribuição dos gêneros novelísticos da produção

O conceito de *distant reader* proposto pelo autor, baseado na busca de padrões e tendências mais gerais a partir da estruturação de volumosos conjuntos de dados pode ser replicado em outros campos além da literatura e serve como exemplo da utilização de métodos digitais para pesquisadores, por mais distantes que, estes, imaginem estar de soluções desse tipo.

NÍVEIS DE APLICAÇÃO

Talvez uma das perguntas mais frequentes que tenho de responder é: "Preciso me tornar programador, matemático ou estatístico para trabalhar com métodos digitais?"

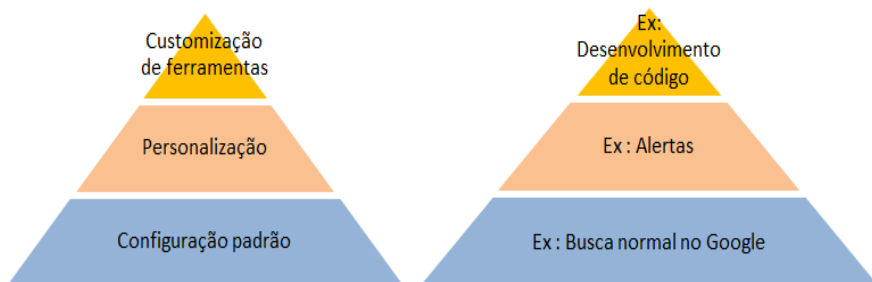
A resposta é sempre a mesma: apenas se quiser ter um nível de controle ou especificidade muito alto no desenho metodológico onde está incluindo métodos digitais. A solução mais simples é trabalhar, seja no seu grupo de pesquisa ou programa, com equipes multidisciplinares. Há vários casos de excelentes trabalhos usando MD onde o autor não é e nem pensa em se tornar programador.

Desenvolver ferramentas próprias pode ser um excelente exercício de aprendizado, mas pode consumir muito tempo. Para muitas atividades de coleta e análise de dados já existem ferramentas operacionais e, inclusive, gratuitas, para utilização de pesquisadores.

Do mesmo modo que você faz uma revisão bibliográfica, ao trabalhar com métodos digitais, também deverá fazer uma pesquisa por soluções de código que já existam e podem ser úteis para a sua pesquisa. Muitas vezes uma simples ida ao Google ou a leitura mais atenta sobre as funcionalidades de recursos *web* que você já utiliza pode resolver o problema.

Na imagem abaixo, apenas com finalidade didática, ofereço uma espécie de escala de utilização que, espero, revele ao leitor/pesquisador algo que talvez ele não desconfie, ou seja, provavelmente, já utiliza métodos digitais em muitas das suas atividades cotidianas.

Figura 4 - Representação da escala de utilização dos métodos digitais



Fonte: Santos (2016).

Tal escala vai da utilização de ferramentas e técnicas já existentes em sua configuração padrão num nível inicial; com ajustes a fim de personalizá-las para atender nossas necessidades específicas, num nível médio; ou ainda, num nível mais alto, através da criação de soluções baseadas em programação e desenvolvimento de código.

Nas pirâmides acima exemplificamos a escala numa situação de coleta de dados que utiliza a busca do Google, inicialmente com sua interface normal, depois a partir de uma solução com maior poder de personalização como os alertas³⁵ e por fim através de um código específico para coletar e armazenar esses dados.

PROCEDIMENTOS BÁSICOS DE UTILIZAÇÃO

Em termos gerais, a abordagem que propomos resume-se às seguintes etapas:

³⁵ Disponível em: <https://www.google.com/alerts>. Acesso em: 12 jul. 2023.

Etapa 1 - Identificar a estrutura que contém os dados que precisamos. Algumas possibilidades apresentam-se com mais frequência:

- a) Bases de Dados que permitem consultas amigáveis via preenchimento de formulários ou procedimentos simples. Exemplo: portais de transparência governamentais onde é possível requisitar dados sobre determinado tema e período.
- b) APIs³⁶ que exigem requisições estruturadas no formato que estabelecem, ou seja, respeitando sua sintaxe própria. Exemplo: APIs do *Twitter* e do *Facebook* que precisam ou de uma aplicação específica para solicitar conteúdo, como os aplicativos que as acessam em nossos celulares, ou de um código customizado que consiga estabelecer tal diálogo e coletar as informações que a API entrega a partir de cada tipo de requisição.
- c) Conteúdo disponível em páginas de internet que podem ser extraídos diretamente via técnicas de *scraping* (raspagem de dados)³⁷. Como textos de matérias em portais jornalísticos ou tabelas e informações gerais publicadas, tais como previsão do tempo, cotação do dólar e resultados de competições esportivas.
- d) Informações protegidas em ambientes fechados, acessadas apenas por usuários cadastrados e que contam com mecanismos de proteção como encriptação de dados e outros. Tais ambientes eventualmente

³⁶ Uma API – *Application Programming Interface* (Interface de Programação de Aplicações) é o conjunto de rotinas, padrões e instruções de programação que permite a comunicação entre máquinas possibilitando que os desenvolvedores criem aplicações que possam acessar e interagir com determinado serviço na internet, inclusive extraindo dados dele.

³⁷ Para ler mais sobre *scraping* para jornalistas recomendo ver Bradshaw, 2014

podem ser acessados por técnicas de *hacking* que estão além do escopo deste texto.

Etapa 2 – Formatar a consulta ou requisição de dados alinhada ao tipo de repositório onde eles se encontram de acordo com as opções acima.

Etapa 3 – Analisar os dados coletados a partir do processamento possível partindo do que foi efetivamente conseguido.

Podemos combinar então a escala de utilização da figura 4 com as quatro formas de estruturação de dados mais comuns numa tabela. A partir deste cruzamento, listamos algumas possibilidades de aplicação dos métodos digitais em seus três níveis.

Tabela 1 – Matriz de possibilidades de coleta via métodos digitais em função da forma e local dos dados e dos níveis de aplicação

Estrutura dos Dados	Nível Inicial: Ferramentas Padrão	Nível Médio: Ferramentas com personalização	Nível Alto: Desenvolvimento de Código
---------------------	--------------------------------------	--	--

<p>a) Bases de Dados e Repositórios Acessíveis</p>	<p>Solicitação de dados através da própria interface da base de dados, recebendo o resultado no formato padrão de entrega. Ex: Acesso à base SIDRA do IBGE e download do arquivo no formato do Excel ou em CSV.</p>	<p>Utilização de filtros e recursos de análise e visualização oferecidos pela plataforma, alterando a forma de entrega do resultado de acordo com as opções oferecidas. Ex: Uso das funções avançadas da SIDRA e geração de gráficos.</p>	<p>Código para automatizar o acesso ao banco de dados fazendo requisições sucessivas, customizadas, coletando e salvando os registros em outro tipo de estrutura ou formato de dados. Ex: Python com módulos Splinter ou Selenium</p>
<p>b) Servidores com acesso via API específica</p>	<p>Acesso via aplicação oficial da plataforma ou através de sua página web padrão. Ex: Uso do app do Facebook no celular ou acesso à</p>	<p>Acesso através de aplicativos de terceiros que também acessam o servidor da plataforma mas oferecem funcionalidades adicionais. Ex: Node XL .</p>	<p>Código para acessar diretamente a API da plataforma coletando todas as informações disponibilizadas por ela e também</p>

	pagina www.facebook.com .		fazendo requisições sucessivas capazes de coletar volumes maiores de dados.
c) Conteúdo em páginas web com padrão HTML ³⁸	Busca do Google, acesso manual e eventual coleta via CTRL+C e CTRL+V	Utilização de ferramentas específicas para scrapping. Ex: Portia	Desenvolvimento de código para coleta e análise. Ex: Python com módulo BeautifulSoup
d) Dados protegidos mediante acesso logado	Acesso via solicitação de cadastro e <i>login</i> normal.	Ferramentas de hacking geral tipo brute force ou engenharia social.	Desenvolvimento de códigos de invasão tipo worm ou trojan.

Fonte: elaborada pelo autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É óbvio que o caminho ora proposto de forma alguma invalida ou contraria as formas tradicionais de investigação nas Ciências Sociais e Humanidades, constituindo-se apenas em uma extensão possível e de utilidade verificável em casos específicos.

³⁸ *HiperText Markup Language*

No Jornalismo, por exemplo, a aproximação com tais métodos começou dentro da atividade profissional, principalmente nos trabalhos ligados ao Jornalismo investigativo e ao chamado Jornalismo Guiado por Dados. A atenção para esses procedimentos por parte da academia nos parece relevante, considerando o grande conjunto de questões de pesquisa e objetos inseridos em contextos de excesso de informação e com características digitais que não podem ser esquecidas.

Podemos perguntar então por que tais habilidades e práticas não tem se refletido na atividade acadêmica da área, através da incorporação de metodologias e técnicas de coleta e análise de dados, condizentes com o cenário contemporâneo de excesso de informações disponível e por que, quando isso acontece, dá-se de forma periférica, basicamente em abordagens meramente descritivas, que não operam efetivamente com a lógica do digital e com as particularidades dos seus objetos ?

Partimos das seguintes premissas:

- a) De que a formação não apenas dos profissionais e também dos pesquisadores da área naturalmente valoriza metodologias oriundas das Humanidades. O que de forma alguma é um problema, mas potencialmente um limitador em função de determinados objetos de estudo do ambiente digital.
- b) De que essa formação não tem se atualizado no sentido de gerar e incorporar métodos e práticas mais alinhados com as características inerentes desses objetos ou, nos termos de Santos (2016), de sua ontologia especializada, incluindo aí suas interfaces com questões de ordem tecnológica e econômica que impactam muitos dos fenômenos que nos propomos a estudar.
- c) De que essa formação segue uma tendência reducionista onde o aprofundamento da análise

individualizada deixa pouca margem para a apreensão das interconexões e interfaces desses fenômenos em termos coletivos, interna e externamente, dificultando a exploração de inferências, a avaliação e a reformulação teóricas; transformando o campo num enorme conjunto de estudos de caso que não permitem a visualização dos efeitos sistêmicos e coletivos das transformações por que passa o ecossistema de meios da atualidade como apontam Franciscato (2017), Machado (2016) e Machado e Rohden (2016).

Possíveis ações para reconfigurar o cenário atual no sentido de um maior alinhamento com novos objetos de pesquisa e questões relacionadas ao ambiente digital poderiam ser:

a) Ampliação epistêmica - incorporação das atividades ou tentativas de predição e prescrição nas iniciativas de pesquisa ligadas às classes de problemas do mundo real; incentivo à pesquisa aplicada e orientação às abordagens guiadas por dados;

b) Extensão metodológica - experimentação e teste de abordagens como a dos métodos digitais, baseadas na premissa de uma ontologia específica dos entes binários que impacta suas formas de apreensão, como, num exemplo mais específico, a recente adoção da metodologia de análise de redes sociais (ARS) pelo campo;

c) Interdisciplinaridade - abertura à conexão e operação de grupos de pesquisadores oriundos de outras tradições acadêmicas para o enfrentamento de problemas que também se constituem a partir da hibridização de temáticas de complexidade aprofundada;

d) Revisão teórica - adaptação e proposição de constructos, modelos e explicações com possibilidade de operação no atual ecossistema informacional contemporâneo;

e) Diversificação de habilidades - abertura à aproximação de abordagens quantitativas mais consistentes, que incluam análise e

visualização de dados, estatística e até, em alguns casos, matemática e linguagens de programação, como Python;

f) Atualização nos programas de formação de profissionais e pesquisadores - o que implica revisão (ou renovação de propostas) de disciplinas, ementas, programas e, eventualmente, áreas de concentração e linhas de pesquisa, no caso dos programas de pós-graduação.

Ressalte-se que, de forma alguma, a inserção dessas mudanças deverá acontecer de forma acrítica ou contemplativa, a partir de uma visão simplista de que a aproximação com dados, algoritmos e ferramentas computacionais por si só nos salvará a todos. Hoje, no Brasil, já existe, ainda que de forma embrionária, um conjunto de pesquisadores que têm explorado, por exemplo, o viés e os erros que a utilização de ferramentas de inteligência artificial (especificamente *machine learning*) têm gerado em processos que acabam descambando para invasão da privacidade, distorção dos fatos e até práticas como racismo e xenofobia, como demonstram Amadeu (2019) e Silva (2019).

Entretanto, é justamente para que a tradição crítica do campo da comunicação possa continuar a ser exercida no ambiente digital, que se faz necessária uma aproximação direta de tais temas ou, pelo menos, de forma indireta, através do trabalho em equipes interdisciplinares, capazes de operar mais efetivamente com tais questões. Afastar-se dessas temáticas, isso sim, poderá nos colocar em posição de fragilidade científica e até irrelevância, num movimento de distanciamento dos processos essenciais que guiam as transformações no ambiente digital.

Entendemos que a aplicação desse caminho, além de trazer resultados de difícil alcance por outros meios, ainda permite potencialmente enfrentar novas questões de investigação ou ainda submeter questões já abordadas a análises diferentes, caminho recomendável em toda investigação científica.

REFERÊNCIAS

AMADEU, S. **Democracia e os códigos invisíveis: Como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. Coleção Democracia Digital. São Paulo: Edições Sesc, 2019.

BONACICH, P.; LU, P. **Introduction to mathematical sociology**. New Jersey: Princeton University Press, 2012.

BRADSHAW, P. **Scraping for Journalists**. Leanpub, [E-book], 2014.

BRUNS, A. Faster than the speed of print: reconciling big data social media analysis and academic scholarship. In: **First Monday** – Peer Reviewed Journal On The Internet. Volume 18, Nº 10, 2013. Disponível em <http://firstmonday.org/article/view/4879/3756> . Acesso em: 23 jul. 2017.

CORDEIRO, W. **Infografia interativa na redação: o exemplo do Diário do Nordeste**. Mossoró, RN: Sarau das Letras, 2013.

DOS SANTOS, M. Métodos digitais e a memória acessada por APIs: Desenvolvimento de ferramenta para extração de dados de portais jornalísticos a partir da WayBack Machine. **Revista Observatório**, v. 1, n. 2, p. 23-41, 8 dez. 2015.

GONÁLEZ-BAILÓN, S. **Social Science in the era of Big Data**. Penn Libraries, 2013. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/6e78/b1133713cb17aabb3bf421a6e51bc538eca.pdf> . Acesso em: 23 jul. 2017.

LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEWIS, S.; WESTLUND, O. Big Data and Journalism – Epistemology, expertise, economics and ethics. In: **Digital Journalism**. Vol. 3, 2015, pags. 447-466.

LIMA JR. , W. Big data, Jornalismo computacional e data Jornalismo: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. In: **Estudos em Comunicação** nº 12, págs. 207 a 222. Covilhã : UBI, 2012. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-11.pdf> . Acesso em: 21 jul. 2017.

MAHRT, M.; SCHARKOW, M. The value of Big Data in Digital Media Research. In: **Journal of Broadcasting & Eletronic Media**. Vo. 57, 2013. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2012.761700> . Acesso em: 23 jul. 2017.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Massachusetts: Mit Press. 2001.

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do Jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <http://200.18.45.42/professores/chmoraes/comunicacao-digital/13-2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> . Acesso em: 8 set. 2010.

MORETTI, F. **Graphs, maps, trees: abstract models for literary history**. New York, Verso, 2007.

RODRIGUES, A. A. **Infografia Interativa em Base de Dados no Jornalismo Digital**. 130f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2009.

ROGERS, R. **Digital Methods**. Cambridge: Mit Press. [E-book], 2013. **Disponível em:** <https://drive.google.com/file/d/0BwblN2uXiXNjQnNMOFFUQjc2enM/view> . **Acesso em:** 21 jul. 2017.

SANTOS, M. Conversando com uma API: um estudo exploratório sobre TV social a partir da relação entre o twitter e a programação da televisão. **Revista Geminis**, v. 4, n. 1, p. 89-107, São Carlos. 2013. **Disponível em:** <www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/129/101>. **Acesso em:** 20 abr. 2013.

SANTOS, M. Textos gerados por software. Surge um novo gênero jornalístico. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 37. 2014. **Anais...**, Foz do Iguaçu, 2014. **Disponível em:** <<http://www.labcomufma.com/biblioteca-digital>>. **Acesso em:** 26 jan. 2014.

SANTOS, M. Métodos Digitais: a internet e as redes como instrumentos de pesquisa. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, **Anais...**, 2015. Rio de Janeiro, 2015. **Disponível em:** http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_COL.htm . **Acesso em:** 29 jul. 2016.

SANTOS, Márcio. Jornalismo e Internet Das Coisas - Notas sobre tipologia e modelos de utilização. **Revista Lationoamericana de Ciencias de La Comunicación**, 12(22), 134-145, 2016. **Disponível em:** <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/621/380>. **Acesso em:** 29 jul. 2016.

SILVA, T. Linha do Tempo do Racismo Algorítmico. **Blog do Tarcízio Silva**, 2019. **Disponível em:** <<http://https://tarciziosilva.com.br/blog/posts/racismo-algoritmico-linha-do-tempo>>. **Acesso em:** 20 de agosto de 2019.

VAN DICK, J. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. [E-book]. New York: Oxford Press, 2013.

VILCHES, L. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

SOBRE OS AUTORES

Alfredo Cesar Antunes

Pós-doutor em Psicologia Social (UERJ), doutor em Ciência do Desporto/ Educação Física (Unicamp) e mestre em Ciências da Motricidade Humana (Unesp). Professor associado no Departamento de Educação Física e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

Alice de Sousa Batista

Graduada em Jornalismo pela UnirG.

Ana Carolina Costa dos Anjos

Pós-doutoranda (PDPG-Capes - Alteridade na Pós-Graduação) vinculada a Universidade Federal de Viçosa, doutora em Sociologia (Universidade Federal de São Carlos), mestra em Ciências do Ambiente, especialista em Ensino em Comunicação/Jornalismo e graduada em Comunicação Social (todos pela UFT). Foi coordenadora e professora do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG).

Anette Maria Rodrigues Silva Bento Oliveira

Coordenadora e professora do curso de Jornalismo da UnirG (2022-2023), mestra em Comunicação e Sociedade pela UFT, graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual da Bahia.

Arthur Freire Simões Pires

Doutorando e mestre em Comunicação Social no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS) e graduado em Jornalismo (UFPel).

Antonio Carlos Hohlfeldt

Doutor, mestre e graduado em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGL/PUCRS), onde também é professor nas linhas de Teoria da Literatura e Escrita Criativa. Atua, além disso, na mesma universidade, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM), tal qual nos cursos de graduação da escola.

Claudia Maria Arantes de Assis Saar

Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do curso de Jornalismo na Universidade Federal do Amapá (Unifap).

Constantino Ribeiro de Oliveira Junior

Doutor em Educação Física (Unicamp) e mestre em Educação (Unimep). Professor adjunto da UEPG, lotado no departamento de Educação Física e no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas.

Fabiana Pelinson

Doutora em Ciências Sociais Aplicadas (UEPG), mestra em Comunicação (UFPR) e bacharela em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo (UFSM).

Guilherme Maia

Graduado em Jornalismo pela ESPM-POA.

Lauro Moraes

Doutor em Geografia (UFPR), com tese no subcampo da Geografia da Comunicação. Mestre em Cultura e Turismo (UESC). Graduado em Comunicação Social, com habilitações em Jornalismo e em Rádio e TV.

Leandro Olegário

Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Jornalista e professor universitário.

Mauricio Hiroaki Hashizume

Professor de Jornalismo na UnirG (2022-2023), doutor em Sociologia pela Universidade de Coimbra, mestre em Sociologia e graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade de São Paulo.

Samara Sarmanho Serra Rodrigues

Mestra em Comunicação, Cultura e Amazônia na Universidade Federal do Pará (UFPA). Especialista em Gestão Estratégica e Coaching pela Faculdade Monteiro Lobato e Instituto Brasileiro de Coaching (IBC). Especialista em Industrial Design no Instituto Europeo di Design (IED-SP). Graduada em Design pela Universidade do Estado do Pará (UEPA).

Walter Teixeira Lima Junior

Doutor em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (USP). Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA) e do Programa de Mestrado Profissional Interdisciplinar em Inovação Tecnológica da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).

Gilson Pôrto Jr.

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Educação pela Universidade de Brasília (UnB). Graduado em Jornalismo, Pedagogia, História e Letras. Realizou estudos de pós-doutoramento nas universidades de Coimbra (Portugal), Cádiz (Espanha), Brasília (UnB) e Unesp. Professor na Universidade Federal do Tocantins (UFT), no Programa de Pós-Graduação em Ciências, Tecnologias e Inclusão, da Universidade Federal Fluminense (PGCTIn-UFF), no Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT-UFT) e no Programa de Pós-Graduação em Museologia (PPGMuseu-UFBA). Coordenador do Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje).

Fabiano Ormanze

Doutor em Lingüística e mestre em Divulgação Científica e Cultural pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Professor e coordenador de curadoria do Centro Universitário Padre Anchieta (UniAnchieta). Professor-colaborador do Mestrado em Divulgação Científica e Cultural do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LabJor), da Unicamp. Realiza pós-doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Ciências, Tecnologia e Inclusão da Universidade Federal Fluminense (UFF). Membro do Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje).



**PESQUISA EM
JORNALISMO:**

entre a emergência de um campo
e a interdisciplinaridade

Organizadores:

**Gilson Pôrto Jr.
Fabiano Ormaneze**



Observatório
Edições

ISBN 978-65-999742-3-6



9

786599

974236