

# ANAI S DO VI



**ALCAR**  
NORDESTE | 2020



**Universidade Federal do Cariri**

PRPI - Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação

Dados internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Cariri  
Sistema de Bibliotecas

---

W56a Encontro Nordeste de História da Mídia Alcar Nordeste (6. : 2021: Juazeiro do Norte, CE).

Anais do VI Encontro Nordeste de História da Mídia: Comunicação e Historicidade das Crises/  
organizado por Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira ... [et al.]. Revisão de Wesley Guilherme Idelfoncio  
de Vasconcelos. Diagramação e projeto gráfico por Júlia Marques Romão de Souza. – Juazeiro do  
Norte: UFCA, 2021.

207 p. ; E-pub.

ISBN 978-65-88329-19-1

Organização do Centro de Estudos e Pesquisa e Jornalismo  
Pró-reitoria de Pós-graduação, Pesquisa e Inovação  
Universidade Federal do Cariri

1. Jornalismo. 2. Mídia. 3. Comunicação. I. Cajazeira, Paulo Eduardo Silva Lins. II. Vasconcelos,  
Wesley Guilherme Idelfoncio de. III. Souza, Júlia Marques Romão de.

CDD 070.4

---

## **Organização do evento**

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira

Cleide Luciane Antoniutti

José Jullian Gomes de Souza

Lucas Sobreira Galvão Sales

Júlia Marques Romão de Souza

Manoel Izidorio Cabral Neto

Wesley Guilherme Idelfoncio de Vasconcelos

## **Revisão**

Wesley Guilherme Idelfoncio de Vasconcelos

## **Diagramação e projeto gráfico**

Júlia Marques Romão de Souza



## Nota do organizador

### **Estudos sobre a História do Rádio, Radiojornalismo e formatos sonoros** **08**

Perfil De Podcasts Jornalísticos Mais Acessados Na América Latina	09
Podcast, Microempreendedorismo E Inovação: Perspectivas Para O Gerenciamento De Crises	16
O Tempo Presente E O Radiojornalismo Local Nos Programas Maranhenses	21
Novo Coronavírus Altera As Práticas Sociais Do Radiojornalismo: Um Estudo Das Fms De Natal	28
100 Anos De Brasil, 70 Anos De Cariri-Ce: O Rádio Nacional Como Pano De Fundo Para Compreender O Rádio Local	33
Entre Telas E Episódios: A Transmídiação No Podcast Praia Dos Ossos	41

### **História do Jornalismo Online, desinformação, história do jornalismo impresso** **47**

Jornalismo E Memória: Vestígios De São João Da Canabrava No Jornalismo Online Piauiense	48
A Implantação Da UFMA Em Imperatriz Pelas Páginas Dos Jornais	50
A Defesa Do “Progresso” No Rivale No Contexto Da Construção Da Barragem De Sobradinho (1972-1979)	57
Memória De João Claudino Fernandes Através De Matérias Jornalísticas Sobre Sua Morte Nos Portais G1 Piauí E Cidade Verde	62
As Fakes News Sobre Covid 19: A Disseminação De Notícias Falsas No Facebook No Primeiro Quadrimestre De 2020	65
Verdade Ou Fake? O Impacto Da Pandemia Do Coronavírus Na Crise Do Jornalismo	72

## **Estudos sobre Televisão, Telejornalismo e Plataformas Audiovisuais** **79**

Ano Eleitoral E Pandemia: Os Desafios Da Cobertura Das Eleições De 2020 No Bom Dia Paraíba	80
Construindo Um Modelo Streaming No Brasil: Analisando O Globoplay	87
A TV No Cenário Político Do RN: Assistencialismo E Entretenimento, Lúdico E Real No Programa Carlos Alberto	94
Perfil Do Conteúdo Jornalístico Exibido Pelo Globo Esporte Paraíba, Da Tv Cabo Branco	101
Implantação Da Tv Digital No Rio Grande Do Norte: O Processo De Transição Na Inter Tv Cabugi	106
Avaliação Da Produção Científica Docente Em Regimes De Colaboração Científica E De Coautoria	112
Televisão Brasileira 70 Anos: A Telenovela No Especial Do Globo Repórter E Nos Campeões De Audiência Da Tv Cultura	117
Comunicação e Vigilância: Os Caminhos da Privacidade do Usuário das Plataformas Digitais	122
A Cobertura dos Jornais A União Sobre o Caso Gulliver	125
Dom Helder Camara, Censura e as Crônicas Radiofônicas em Defesa da Liberdade de Expressão	131

## **Estudos interdisciplinares em Comunicação: gênero, história; comunicação infanto-juvenil, mídia alternativa** **136**

No Roçado Do Meu Coração, Há Um Tempo De Plantar Saudade: Amores Roubados E O Machismo Que Viceja No Sertão	137
Pierre Bourdieu: Um Diálogo Entre Seus Conceitos Básicos E Os Estudos De Gênero	142

Cabo Submarino Em Periódicos Pernambucanos Dos Anos 1870 E 1880: Base Para Uma Arqueologia Da Rede	147
Panorama Das Pesquisas Que Articulam Gênero Na Imprensa Alternativa	153
Pequena História Do Jornalismo Infantojuvenil No Brasil: Da Tico-Tico Ao Joca	160
O Progressinho: Análise Do Suplemento Infantil Veiculado No Jornal O Progresso (1986-1987)	166

## **Memória, Historiografia da mídia; debates emergentes na comunicação** **173**

Ressignificando Memórias: Análise De Comentários Em Notícias Antigas Publicadas No Youtube	174
Cobertura Jornalística Da Troca Do Piso Da Catedral De Picos-Pi: Esquecimento Ou Lugar De Memória?	181
Caminhos Do Coração: Uma Análise Da Tradição Religiosa A Partir De Paul Ricoeur	188
Cidade E Memória: A Construção Do Imaginário Urbano Pelos Cinemas De RUA DE Juiz De Fora/MG	195
O Vírus Do Ipiranga?: Memes E Governo Bolsonaro Na Pandemia Do Covid-19	201

## NOTA DO ORGANIZADOR

O Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (CEPEJor) completa sua primeira década de atividades neste ano de 2021. Em meio à rotina de organização do VI Encontro Nordeste de História da Mídia (Alcar Nordeste), promovido pela Universidade Federal do Cariri (UFCA) sob a coordenação dos professores: Dr<sup>a</sup> Cleide Luciane Antoniutti e Dr. Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira.

A história do GP está imbricada com a do curso de Jornalismo da UFCA, que completou 10 anos em 2020. Um ano depois, era criado o CEPEJor. Uma década depois, a conexão entre ensino e pesquisa representou um novo panorama para a formação local de recursos humanos.

Hoje temos egressos do Curso de Jornalismo da UFCA e do CEPEJor fazendo mestrado e vários no doutorado (UFC, UFPE, UFBA, UFPR, UNB, UFF, entre outras). Além de muitos estarem atuando em redações de rádio e televisão em Fortaleza e Juazeiro do Norte, principal cidade da Região do Cariri cearense e sede da UFCA.

Este e-book é resultado não apenas de pesquisas e estudos por meio de resumos expandidos apresentados no evento, mas, de discussões e trocas de conhecimento entre pesquisadores da Região Nordeste e de outras regiões do Brasil durante do VI Encontro Alcar – Nordeste.

Gostaríamos de agradecer ao reitor da UFCA, Dr. Ricardo Lange Ness e à Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação (PRPI/UFCA) na pessoa da pró-reitora, Profa. Dr<sup>a</sup> Laura Hévila Inocência Leite. Também agradecemos à Coordenação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri sob a gestão do Prof. Me. Diógenes D´Arce Cardoso de Luna e Prof. Dr. Ivan Satuf Rezende, além da colaboração dos colegas de colegiado de curso: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rosane da Silva Nunes, Prof. Me. Ricardo Rigaud Salmito, Prof. Dr. Tiago Coutinho Parente, Prof. Me. José Anderson Freire Sandes, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Elane Abreu e Prof. Dr. Luís Celestino França Júnior.

O nosso agradecimento especial é direcionado aos estudantes do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri e membros do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (CEPEJor/CNPq/UFCA): Lucas Galvão (UFCA), Wesley Vasconcelos (UFCA/FUNCAP), Manoel Cabral Neto (UFCA/FUNCAP), Júlia Marques (UFCA/FUNCAP) e Thaís Silva (UFCA), que colaboraram com a organização e o desenvolvimento do evento

científico. O primeiro evento totalmente online do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri e do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (CNPq/UFCA).

Gratidão também pelo trabalho de revisão dos resumos expandidos aos estudantes do Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Cariri e membros do CEPEJor: Paulo Henrique Rodrigues de Souza (PPGB/UFCA), Valéria Alves (PPGB/UFCA) e Rodrigo Nóbrega Martins (PPGB/UFCA), e, aos colegas pesquisadores: Prof. Me. José Jullian Gomes de Souza (PPGB/UFCA), Profª Drª Cleide Luciane Antoniutti (UFCA) e Prof. Dr. Ivan Satuf Rezende (UFCA).

O evento contou com a participação de 70 pesquisadores. A conferência de abertura foi realizada pelo professor doutor Alfredo Eurico Vizeu (PPGCOM/UFPE) sob o tema: “Comunicação, Historicidades e Pandemia: o lugar de referência”. Seguido pela mesa de discussão dos “10 anos do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri”, com a coordenação do Prof. Me. Diógenes de Luna (doutorando em Ciências da Comunicação – Universidade da Beira Interior de Portugal e coordenador do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri) e os convidados: Prof. Dr. Luís Celestino França Júnior (UFCA); Prof. Me. Ricardo Rigaud Salmito (UFCA); Prof. Me. José Anderson Sandes Freire (UFCA); Prof. Dr. Tiago Coutinho Parente (UFCA).

A segunda mesa de discussão contou com a presença da Profª Drª Marialva Barbosa (UFRJ); Prof. Dr. Vitor Belém (UFS) e Dra. Claudia Galhardi (pesquisadora e autora do aplicativo digital “Eu fiscalizo” da Fiocruz- RJ). A palestra de encerramento foi proferida pela Profª Drª Ana Regina Rêgo (UFPI), e, a mensagem final da presidenta nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, Profª Drª Christina Ferraz Musse (PPGCOM/UFJF).

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira  
Diretor Regional Nordeste da Associação Brasileira  
de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR/NE)

# **ESTUDOS SOBRE A HISTÓRIA DO RÁDIO, RADIOJORNALISMO E FORMATOS SONOROS**

Coordenação: Professora Dra. Rosane  
da Silva Nunes



**Anais do VI ALCAR Nordeste**  
Universidade Federal do Cariri



# PERFIL DE PODCASTS JORNALÍSTICOS MAIS ACESSADOS NA AMÉRICA LATINA

**Roseane Arcanjo Pinheiro<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Izani Pibernat Mustafá<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Gessiel Nascimento da Silva<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

## Resumo

O podcast é atualmente um dos conteúdos sonoros mais populares do mundo, que desperta o interesse tanto de diversos públicos quanto das indústrias de mídias. Por essa razão, a pesquisa se propõe a analisar o contexto latino-americano e apontar o perfil dos programas noticiosos mais ouvidos no continente. A metodologia envolveu a Análise Audioestrutural, adaptada às características do podcast, com as etapas de sondagem do material, inventário, classificação e interpretação dos dados. A proposta une características presentes na Análise de Conteúdo e na Análise da Materialidade Audiovisual, com aspectos quantitativos e qualitativos. O período de análise foi de 20 de novembro de 2020 a 03 de janeiro de 2021. O levantamento apontou que os podcasts mais ouvidos são: Boletim Folha (Brasil); La Corneta (México) e Últimas Notícias de CNN em Espanhól (Estados Unidos). Entre as conclusões, destacam-se que produtos sonoros de grandes grupos de mídia são os mais ouvidos, com predominância de conteúdo informativo em programas de curta duração e diários. Esse levantamento inicial traz algumas problemáticas: domínio das corporações e ausência de produtores não comerciais, além de conteúdos sonoros gerados em indústrias de países de poder político e econômico no continente (Estados Unidos e Brasil).

**Palavras-chave:** Podcast; América Latina; Podcast Report; Áudio.

## Introdução

No ambiente de convergências midiáticas, o podcast apresenta-se como uma das etapas na evolução das mídias em rede, tratando-se de um conteúdo que pode ser acessado de acordo

---

1 Doutora em Comunicação Social pela PUCRS, é professora de Jornalismo e do PPGCOM da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Coordena o Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (Joimp), listado no CNPq. E-mail: rosenae.ap@ufma.br

2 Doutora em Comunicação Social pela PUCRS, é professora de Jornalismo e do PPGCOM da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Coordena o Grupo de Pesquisa Rádio e Política no Maranhão (RPM), listado no CNPq, e o GT História da Mídia Sonora da Associação Brasileira de História da Mídia (Alcar). E-mail: izani.mustafa@gmail.com

3 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Maranhão, bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e Desenvolvimento Científico do Maranhão (FAPEMA) e integra os Grupos de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (Joimp) e Rádio e Política no Maranhão (RPM). E-mail: gessielansilva@outlook.com

com as demandas da audiência, ou seja, como, onde e quando quiser - um percurso diferente do material sonoro gerado pelas ondas hertzianas. Desde seu surgimento no mundo, o podcast gerou interesse nos públicos que o consomem e geram material sonoro, como também nos conglomerados midiáticos de tecnologia e informação que passaram a investir no meio, conforme Sullivan (2019). Trazendo essas reflexões sobre o podcast para o contexto latino-americano no qual estamos e que apresenta diferenças socioculturais e políticas, as seguintes perguntas norteiam essa pesquisa: Quais os podcasts mais ouvidos no continente latino? Qual o perfil dos produtores desses materiais sonoros? Berry (2006; 2016), McClung e Johnson (2010) e Bonini (2020) destacam que o pod saiu de uma fase inicial com características radiofônicas, seguido de uma produção amadora, para um meio distinto do rádio e massivo, elementos estes que refletem nos números apresentados em cada relatório sobre o meio.

O podcast, além de ser veiculado pelo podcasting - seu formato multimídia - pode ser reproduzido ilimitadamente, o download é liberado e as notificações sobre cada episódio surgem no feed do canal. Na definição de Herschmann e Kischinhevsky (2009), os autores explicam que o podcast é um 'novo' meio que permite uma modalidade assíncrona, dando ao usuário uma liberdade na hora de consumir o material produzido. Dentro desta perspectiva, para Vicente (2018a, p. 88) o podcast trata-se de uma prática de "distribuição de conteúdos digitais[...] associada às produções sonoras e que tem experimentado um significativo crescimento nos últimos anos – tanto em termos de diversidade de programação quanto de número de ouvintes". Lopez quando propôs uma denominação para os formatos sonoros, explicou que o pod acabou gerando uma nova lógica de recepção do conteúdo, uma vez que ele "permite a disponibilização de áudios para serem consumidos sob demanda pelo ouvinte-internauta", implicando "em uma iniciativa do consumidor de informação para buscá-la, baixar em seu computador ou dispositivo móvel e então consumi-la" (LOPEZ, 2010, p. 127).

Portanto, para compreender a produção de podcasts na América Latina, este estudo se propõe a apontar o perfil dos programas jornalísticos mais acessados no continente, tendo como base a relação da Latam Podcast Report, da Triton Digital, reconhecida mundialmente pelos serviços de tecnologia, áudio digital e podcast, certificado pela IAB Tech Lab. De acordo com o levantamento, o podcast mais ouvido é do Brasil, que se destaca com 41 menções, seguido de México (28) e Estados Unidos (19). O podcast brasileiro em destaque é o Boletim Folha, da Folha de São Paulo, que produz um noticiário de segunda a sexta-feira. O segundo podcast mais acessado é mexicano, o La Corneta, produzido pelo LOS40, que se autodenomina "la cadena de radio juvenil más grande del mundo". O terceiro na listagem é o podcast Últimas Noticias de CNN en Español, do grupo estadunidense WarnerMedia (AT&T), que administra a Cable News Network (CNN). Neste primeiro momento da pesquisa, que está em andamento, foi priorizada a análise que objetiva mostrar a identidade dos podcasts citados.

## **Caminho metodológico**

O ferramental utilizado parte da união de características presentes na Análise de Conteúdo de Bauer (2002) e Bardin (2006) que recolhem e analisam não somente textos, símbolos, imagens e som, mas também na Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016), que classifica em unidades o texto, som, imagem, tempo e edição, para formular a Análise Audioestrutural do Podcast, uma metodologia com categorias adaptadas ao pod, resultado da hibridização de aspectos quantitativos (perfil do/s podcast/s analisado/s; características estruturais do/s

episódio/s) e qualitativos (compreender do que se trata a narração do podcast/episódio, por meio de análises sonora e descritiva, e as suas dimensões - sejam elas sociais, culturais, econômicas ou política), conduzidos pela ficha GuiaPod.

Para aplicação da Análise Audioestrutural se faz necessário seguir a sondagem do material (exploração rápida e superficial para verificar se determinada escolha possui material suficiente para ser analisado), inventário e classificação (recorte para coleta, inventário e classificação do corpus), interpretação e análise (ler as informações inseridas em cada categoria, interpretá-las de forma analítica e fazer conexões entre o tema, objeto e teóricos). Depois de apresentar as três etapas que precedem a ficha, agora o momento é de conhecê-la. A GuiaPod é composta pela identificação do podcast, alocando as categorias gênero - informativo, debate/mesa-redonda, entrevista, audiodocumentário/storytelling (formato que pode incluir entrevistas, relatos e narrações, ficcionais ou não, com intuito de informar, entreter, educar e transformar<sup>4</sup>), perfil, monólogo, idioma, científico, tutorial (serve de guia ou passo a passo para fazer algo), entretenimento, variedade, esporte, religioso e infantil; plataforma - espaço em que o podcast está alocado (Spotify, Google Podcast, Apple Podcast, Pocket Casts, app/player próprio); origem - produção advinda do próprio meio, podendo ser classificado como original, ou se é decorrente de outros locais - YouTube, jornais online, rádio e TV, disponibilizados na íntegra ou adaptada; tipo - corresponde se a programação é por temporada (quando existe uma frequência, ordem), temporada única (sazonal ou temática) e sem definição; periodicidade - relacionada à frequência do episódio, podendo ser diária, semanal, quinzenal, mensal ou sem definição; apresentação, destina-se a identificar quem apresenta o podcast analisado, e na sequência, motivada nos estudos de Lopez e Quadros (2015)<sup>5</sup> uma classificação adaptada para os tipos de participação, que podem ser trocas comunicacionais identificadas no conteúdo sonoro na forma de espontânea simples (sem interferência), ampliada (com interferência) ou imediata (interferência ao vivo). Um ponto relevante é perceber se o podcast analisado faz uma expansão do seu conteúdo para outros meios; duração<sup>6</sup> do episódio em até 15 minutos (curta), maior que 15 e menor que 70 minutos (média), e mais que 70 minutos (longa); design de imagem, em que as capas podem ser temáticas ou seguir um padrão; design sonoro, o programa apresenta ou não vinheta/música original; e por fim, compreender a quem este podcast está associado - empresa, universidade, ONG, independente.

Depois de traçar o perfil do podcast, o momento é de estabelecer a estrutura do episódio. Esta segunda etapa consiste em tema/título relacionado ao que será investigado no objeto; palavra-destaque, identificada de acordo com o título do episódio para análise; minutagem que se dedica a falar do assunto; repetição da palavra-destaque ou não; identificação do episódio, se o texto de apoio que aparece na descrição é personalizado, padrão ou sem identificação; fonte, para identificar o convidado do episódio selecionado e classificação da fonte, na perspectiva de Schmitz (2011) em grupo (oficial, empresarial/institucional, popular, notável, testemunhal,

4 Classificação de audiodocumentário proposta por: SILVA, João Djane Assunção da.; OLIVEIRA, Diogo Lopes de. Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 182-199, jul./dez. 2020.

5 As autoras propõem uma classificação para interatividade e participação radiofônica no cenário da convergência, onde os pontos acontecem fora e dentro do espaço sonoro, ou seja, nas redes e mídias digitais, e nos programas. No presente momento, a pesquisadora adaptou as divisões para uso no ambiente da podosfera, atendo-se apenas para 'participação', se elas ocorrem ou são apenas comentadas nos episódios divulgados, de forma simples, ampliada ou imediata

6 Para embasar a categoria 'duração' e as unidades de classificação, apoiou-se no Anexo I do Decreto n.º. 4.121, de 07 de fevereiro de 2002, da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), para definição da durabilidade dos podcasts, considerando as produções videofonográficas em curta (igual ou inferior a 15 minutos), média (superior a 15 minutos ou inferior a 70 minutos) e longa (duração superior a 70 minutos).

especializada e referencial). No momento qualitativo da ficha, busca-se compreender como se fala esse conteúdo, esta etapa segue para análise do material. A partir disso, estabelecer outras categorias que contemplem o caminho escolhido. Em seguida, contextualização do material, quando o episódio se estabelece na dimensão social, cultural, política e econômica. No entanto, neste primeiro momento voltaremos a coleta apenas para a primeira parte quantitativa da Análise Audioestrutural, que é traçar a identidade dos podcasts.

## Resultados da coleta e discussões

Considerando a quantidade de programas listados no relatório da Triton e o país de origem, será analisado o principal podcast do Brasil, que se destaca com 41 menções, seguido de México (28) e Estados Unidos (19). Peru, Chile e Colômbia também foram identificados, porém ocupam outras posições.

O documento mostra que o podcast brasileiro em destaque é o Boletim Folha, da Folha de São Paulo, que promove um resumo das notícias de segunda a sexta-feira, com edições duas vezes ao dia (manhã e noite) e no máximo cinco minutos de duração. O boletim teve seu primeiro episódio em 11 de dezembro de 2020, intitulado “Abin fez relatórios para defender Flávio Bolsonaro sobre rachadinha”; os apresentadores não seguem uma escala definida, podendo ser em dupla ou não, dentre os jornalistas estão Jéssica Maes, Maurício Meireles, Natália Silva e Victor Lacombe. O Grupo Folha, fundado em 1921, é um conglomerado de mídia que atua nos mercados financeiros, distribuição e impressão, com a Folha Gráfica, por exemplo, comunicação, tendo a Folha de S. Paulo, um dos maiores jornais do Brasil, e serviços, pelo instituto de pesquisa Datafolha. Já no quesito do áudio digital e podcast, o Grupo Folha conta com podcasts em diversas temáticas. O Boletim Folha compõe o nicho jornalístico, juntamente com o Café da Manhã.

**Tabela 1:** Perfil dos principais podcast acessados na América Latina

Brasil Boletim Folha		México La Corneta	Estados Unidos Últimas Notícias de CNN en Espanõl
<b>Gêneros</b>	Informativo	Variedade	Informativo
<b>Plataforma</b>	Spotify	App/player próprio	CNN Audio
<b>Origem</b>	Original	Rádio/adaptada	-
<b>Tipo</b>	Por temporada	Por temporada	Por temporada
<b>Periodicidade</b>	Diário	Diário	Diário
<b>Apresentação</b>	Sem apresentadores fixos	Eduardo Videgaray José Ramón San Cristobal	Sem apresentadores fixos
<b>Participação</b>	Espontânea simples	Espontânea simples	Espontânea simples

<b>Expansão do Podcast</b>	Sem	Site	YouTube
<b>Duração</b>	Curta	Média	Curta
<b>Design de Imagem</b>	Capa padrão	Capa padrão	Capa padrão
<b>Design Sonoro</b>	Vinheta/música original	Vinheta/música original	Vinheta/música original
<b>Associação à</b>	Empresa	Empresa	Empresa

**Fonte:** as autoras (2021).

O podcast mexicano mais acessado é o La Corneta, produzido pelo LOS40, uma cadeia de rádio juvenil que se autodenomina, nas redes sociais como Instagram, Twitter e Facebook, como “la cadena de radio juvenil más grande del mundo”. É o que aponta o Relatório Podcast Report América Latina, do período de 30 de novembro de 2020 a 3 de janeiro de 2021 que lista os 100 podcasts mais ouvidos. O programa mexicano aparece em segundo lugar, com 28 menções. La Corneta é um programa de entretenimento apresentado por Eduardo Videgaray e José Ramón San Cristobal “El Estaca”. Vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 13 às 15 horas, e depois fica disponível no site<sup>7</sup> em formato de podcast. A apresentação é realizada de uma maneira descontraída e conta com a participação de outros comunicadores que opinam e fazem comentários. Os temas tratam de curiosidades do México e de outros países. Além do programa de uma hora disponibilizado todos os dias, são postados programetes menores de 5, 10 ou 15 minutos de duração cada um. O La Corneta é transmitido pela LOS40, uma marca de rádio espanhola, que está presente em vários países e é operada pelo grupo Prisa. Além do México, a marca está em outros nove países, entre eles, Costa Rica, Equador, Guatemala, Colômbia e Panamá.

No levantamento também foi verificado o podcast Últimas Noticias de CNN en Español, que publica conteúdos informativos a cada hora, entre seis da manhã e sete da noite, com duração máxima de três minutos - um aspecto semelhante ao Boletim Folha, estando em terceiro lugar entre os programas mais acessados na América Latina, apresentado por Ana María Romero, Paula Andrea, Guillermo Arduino, Leticia Guevara e outros. Durante a coleta, notou-se que o programa é veiculado no site CCN Audio, e também nos agregadores Spotify e Apple Podcast, com o primeiro episódio em 11 de maio de 2020, identificado como “Últimas Noticias de CNN en Español 05/11/20 4pm” - diferente do boletim da Folha e semelhante ao La Corneta, os episódios da CNN Espanhol seguem uma linha de titulação por data e hora, não por tema abordado. Pertencente ao grupo estadunidense WarnerMedia (AT&T), a Cable News Network (CNN), fundada em 1980, com sede em Atlanta, é uma televisão por assinatura reconhecida globalmente pela cobertura jornalística full time.

## Conclusões

O mapeamento dos podcasts mais ouvidos na América Latina, conforme pesquisa da Latam Podcast Report, da Triton Digital, revela que entre os de maior audiência ou mais acessados

<sup>7</sup> La corneta. Programa de entretenimento, produzido no México. Disponível em: <https://escucha.los40.com.mx/alcarta/>

são produzidos por grandes indústrias de mídia dos Estados Unidos, Brasil e Espanha. Outra característica que chama a atenção é o conteúdo de cunho informativo e curto, sem inovações e sem abertura para expressiva participação dos públicos. A investigação aponta para desdobramentos a serem estudados posteriormente: se essas tendências se mantêm em outras pesquisas congêneres ou na mesma pesquisa, com inclusão de outros programas bastante acessados. Outros questionamentos podem envolver as temáticas e abordagens desses materiais e as motivações dos produtores em trazer esse leque de conteúdos sonoros. Outra frente é apreender a relação desses ouvintes e produtores. É relevante pontuar se as diferenças no acesso aos recursos tecnológicos e investimentos separam as grandes mídias e produtores não comerciais na conquista da audiência.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002

BERRY, Richard. **Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio**. *Convergence*, v. 12, n. 2, p. 143–162, 01 mai 2006. Doi: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>.

BERRY, Richard. Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’. **The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media**, v. 14, n. 1, p. 7-22.

BONINI, Tiziano. **A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo**. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG*, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA (ANCINE). **Minuta de in para classificação de empresa brasileira, produtora independente de obra audiovisual**. Disponível em: <<http://sad.ancine.gov.br/consultapublica/manterDocumentoMDAction.do?method=detalhe&idNorma=23>>. Acesso em 24 fev 2021.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo - SP, 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>> Acesso em 24 fev 2021.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. *Revista FAMECOS*, v. 15, n. 37, p. 101-106, 27 jan. 2009.

**La Corneta**. Disponível em: <<https://los40.com.mx/programa/lacorneta/>>. Acesso em: 23 fev 2021.

LOPEZ, Debora Cristina. ALVES, João. **Apontamentos metodológicos para a análise de podcasts seriados**. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belém - PA, 2019.

Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0147-1.pdf>>. Acesso em 24 fev 2021.

MCCLUNG, Steven; JOHNSON, Kristine. **Examining the Motives of Podcast Users.** *Journal of Radio & Media*, v. 17, n. 1, p. 82-95, 10 mai 2010. Doi: <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo.** Florianópolis: Combook, 2011.

SULLIVAN, John L. **The Platforms of Podcasting: Past and Present.** *Social Media + Society*, v. 5, n. 4, p. 1-12, 28 nov 2019. Doi: <https://doi.org/10.1177/2056305119880002>.

VICENTE, Eduardo. **Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio.** In: *Emergências periféricas em práticas midiáticas* [S.l: s.n.], 2018a.



# PODCAST, MICROEMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: PERSPECTIVAS PARA O GERENCIAMENTO DE CRISES

**Laís Karla da Silva Barreto**

Universidade Potiguar

**Emanuel Lacerda de Freitas**

Universidade Potiguar

**Thaís Barbosa Ferreira<sup>1</sup>**

Universidade Potiguar

## Resumo

A pandemia de Covid-19 que abalou economicamente os países, trouxe à tona a discussão deste estudo sobre comunicação e empreendedorismo. Este trabalho aborda como os podcasts podem contribuir para o desenvolvimento do perfil empreendedor em épocas de crise. Tendo como produto final o podcast "PostCast", o projeto experimental demonstra que essa é uma ferramenta inovadora, que tem ganhado cada vez mais espaço por meio das plataformas de streaming. Sua versatilidade e acessibilidade pode ser utilizada para fins de educação, informação e discussão dos temas necessários para orientar a população a como empreender.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Podcast; Meios de Comunicação.

## Introdução

Atualmente, o mercado fonográfico do podcast está em uma crescente ascensão no mercado da comunicação. Um levantamento realizado pela PwC constatou que esse formato de mídia movimentaria uma receita publicitária de aproximadamente US\$ 1 bilhão a partir de 2019 por todo o mundo, podendo ter uma alta de aproximadamente 21,3% até 2023 (MOGNON, 2019). O podcasting, modalidade de radiodifusão on demand, se popularizou entre 2004 e 2005. O conceito fortalece o desenvolvimento de elos entre os diversos atores sociais vinculados à internet (ANTOUN; PECINI, 2007). Nesta ótica, devido ao alcance em larga escala e a popularização, torna-se perceptível que utilizar a ferramenta para promover o incentivo da criação de microempreendimentos, pode ajudar a população a se livrar do desemprego e é uma alternativa viável e lucrativa que poderá gerar mais renda, ocasionando o desenvolvimento da economia mesmo em situações adversas.

Verardi (2012) dá ênfase a característica do empreendedor para criar um novo negócio utilizando de forma criativa os recursos disponíveis, assumindo riscos e modificando o cenário que o

<sup>1</sup> Universidade Potiguar

Professora do curso de Jornalismo da UnP - Doutora em Estudos da Linguagem - laisbarreto@gmail.com

Graduado em Jornalismo pela UnP - emanuellacerda09@gmail.com

Doutora em Administração pela UnP - thaisufpb@gmail.com

cerca. A utilização de ferramentas da comunicação como propagandas, criação de conteúdo multiplataforma, lives (transmissões ao vivo) em redes sociais, dentre outras alternativas foram adotadas para que os empreendimentos pudessem estar mais presentes no cotidiano dos consumidores e continuarem vendendo os produtos. Com base nos cenários analisados neste trabalho, supõe-se que ter um planejamento de negócio eficiente alinhado com técnicas de gestão de crise pode aumentar o faturamento do empreendimento.

Gama (2005) nos afirma que uma organização, quando confrontada com uma crise, se torna preocupada com o seu comportamento e com o comportamento dos seus membros e de todos os outros públicos. Tal raciocínio se faz presente na atualidade no ápice da pandemia de Covid-19, doença causada pelo novo Coronavírus (Sars-CoV-2). Com os efeitos da crise sanitária mundial na economia, os microempreendedores discutem estratégias e possíveis soluções para equilibrar o rendimento das empresas e os salários dos funcionários, visto que, na maioria dos estados, foram implantados decretos que suspenderam as atividades presenciais de alguns segmentos do comércio.

Desse modo, por meio dos resultados da pesquisa e da análise do cenário econômico foi possível perceber como a crise gerada pela Covid-19 possibilitou a inovação e expansão de alguns microempreendimentos, o que resultou na mudança de como empreender. Desta forma chegamos a seguinte questão: Qual a contribuição dos podcasts no auxílio ao desenvolvimento do perfil microempreendedor e inovador em época de crise? Diante desse cenário, surgiu o projeto experimental “PostCast”, um podcast cujo tema propõe estudar o microempreendedorismo, a inovação e a mídia, em uma perspectiva para o gerenciamento de crises. Trata-se da necessidade de como é importante incentivar o microempreendedorismo em épocas de situações adversas e como montar um plano de gestão de crise efetivo para que o negócio não seja tão afetado em épocas de dificuldade.

A escolha do nome Postcast é a junção de postman (carteiro) em inglês com podcast, fazendo alusão ao envio tradicional de cartas/mensagens, porém agora em um envio e conteúdo on-line.

## Metodologia

O estudo sobre o tema “Microempreendedorismo, inovação e mídia: perspectivas para o gerenciamento de crises” foi construído por meio de pesquisas em campo, bibliografia de livros, teses, pesquisa de caráter documental e artigos.

Foram realizadas também pré-entrevistas com os personagens selecionados que relataram o processo de estratégias e inovações desenvolvidas para abrir o próprio negócio e para que seus empreendimentos não fossem afetados durante a pandemia da Covid-19. Segundo Lage (2001, p.73), “a entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos”.

Após a realização da pesquisa em campo, o trabalho avançou para a fase escrita da montagem do podcast. Nessa perspectiva, vale salientar que os personagens escolhidos para compartilhar a experiência de mercado, foram entrevistados de acordo com o tema pesquisado, os quais, por sua vez, são empreendedores do ramo alimentício da cidade de Pilões, localizada no estado do Rio Grande do Norte.

O município de Pilões foi escolhido como a base para o presente estudo e o podcast produzido é fruto do desejo de produzir uma ferramenta que pudesse ser útil para a população. Em visita ao município, foi possível perceber a necessidade de modernização e organização dos estabelecimentos comerciais, em especial do segmento do ramo alimentício, sendo os mais afetados pelas normas sanitárias dos decretos governamentais em função do coronavírus.

O projeto foi desenvolvido em formato de podcast, com a duração de 32 minutos. Por meio dele, foi construída uma narrativa motivadora e informativa de como empreender em épocas de crise. E, para isso, foi utilizada uma linguagem objetiva e jovial para ser mais atrativo aos ouvintes.

Após a pesquisa aprofundada sobre as trajetórias dos personagens em meio a pandemia e com base nos acervos bibliográficos, foi construído um roteiro que teve como propósito demarcar os principais pontos a serem trabalhados durante a gravação do programa, os principais argumentos a serem desenvolvidos, dicas de como empreender e como usar os meios de comunicação em seu favor em situações de crise.

## Resultados e Discussão

O município de Pilões, que atualmente possui aproximadamente 3.838 habitantes, está situado na região do Alto Oeste Potiguar. Após a aplicação de um questionário com parte dos consumidores da cidade, entre 13 anos e 54 anos e entrevistas realizadas com empresárias locais entre os dias 15 a 28 de outubro de 2020 foi possível perceber a importância de adequar os empreendimentos às novas tendências de mercado. Para Dolabela (2006, p. 29), “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive”.

O resultado apontou que 40,9% dos entrevistados afirmam que os estabelecimentos comerciais precisam investir mais na estrutura do comércio, melhorar no tocante à variedade de serviços e até mesmo na inovação dos serviços prestados, que, por sua vez, foram considerados obsoletos.

Questionadas em relação aos processos de inovação adotados nos empreendimentos, às empresárias entrevistadas relataram que vinham investindo consideravelmente em mudanças para deixar o negócio mais atrativo em fatores como preço, promoção e investimento em mídias sociais. Porém, foi reforçado que as estratégias foram potencializadas após o advento da pandemia. Na ocasião, elas precisaram readequar radicalmente a forma de vender os produtos para evitar uma queda no rendimento das microempresas. Nesse sentido, demonstramos relatos de empreendedoras que moldaram os empreendimentos a realidade do município onde vivem, alinhadas às novas maneiras de mercado e comercialização de produtos.

Com o intuito de entender melhor qual foi o motivo pelo qual elas começaram a empreender, foi questionado o motivo pelo qual foi necessário abrir o próprio comércio. Em resposta, 90% das entrevistadas relataram que começaram a empreender por necessidade, tendo como principal objetivo uma mudança na qualidade de vida e, conseqüentemente, proporcionar mais conforto para as famílias.

Instigadas em relação às conseqüências da pandemia, as comerciantes relatam que a demanda pela busca por produtos alimentícios teve um grande aumento por parte dos consumidores. Sendo assim, o setor não sofreu com a queda do número de vendas, mas foi necessário implantar um novo planejamento de negócio para continuar trabalhando no decorrer da pandemia.

Durante o estudo, foi possível enxergar que a possibilidade de adaptar à realidade dos empreendimentos ao “novo normal” teve um grande impacto para auxiliar o crescente número de vendas. Entregas feitas por meio de delivery, mudanças na inovação de cardápios, promoções, controle de preços e uso constante das redes sociais foram as transformações mais citadas por elas. Diante dos depoimentos colhidos enxergou-se fortemente a possibilidade de construção do podcast pois, seguindo a linha de pensamento de Luiz (2014) a grande vantagem do podcast é o seu poder de alcance. O podcast é um produto de custo baixo e que pode impactar um número significativo de ouvintes.

A pré-produção do roteiro do podcast “PostCast”, começou no primeiro semestre de 2020. Após apresentação da ideia do produto, foram definidos alguns possíveis formatos de montagem. Porém, somente em setembro do mesmo ano, se começou a ser feita a pesquisa e primeiro contato com as personagens, através de entrevistas, telefonemas e mensagens trocadas por redes sociais.

No decorrer da montagem do trabalho, foram elaborados e aplicados questionários em dois momentos com empreendedores e consumidores do município de Pilões, de forma on-line, seguindo as medidas de segurança, implantadas por decretos governamentais, com o avanço do Covid-19 no Brasil. Na ocasião, foi possível traçar um panorama da realidade comercial do município.

Durante o mês de setembro, foi possível aplicar a segunda parte do questionário, dessa vez de uma forma precisa e englobando os microempresários do ramo alimentício e os consumidores. No decorrer da aplicação, foi possível compreender as necessidades tanto dos empreendedores no tocante à consolidação da marca no mercado e as dificuldades na hora de abrir o próprio negócio, como os anseios dos consumidores que expressaram as opiniões sobre o comércio local apontando erros e acertos.

Os depoimentos foram coletados com o auxílio da plataforma Google Docs. Já no que diz respeito as entrevistas, foi feita gravação, decupagem e a confecção do trabalho escrito. Isso abriu margem para a elaboração do roteiro com os pontos a serem abordados durante a gravação do produto.

Para a gravação, foram convidados especialistas em Comunicação Digital e empreendedores. Na ocasião, os convidados abordaram temas relevantes para que as pessoas que almejam abrir o próprio negócio pudessem se organizar de forma correta e, conseqüentemente, gerar lucro.

Na pós-produção, reuniu-se todo o material gravado, trilha sonora, vinhetas, identidade visual e o nome para o podcast. O primeiro passo foi a seleção das entrevistas, depois, escolhidas as partes mais importantes para entrar no produto. O podcast foi editado e finalizado nos programas Adobe Audition e Vegas Pro para o tratamento do áudio. Para a edição, contou-se com a ajuda do Técnico do Laboratório de Rádio da Universidade Potiguar.

O projeto experimental resultou em um podcast de 32 minutos que mostra a relevância de incentivar o empreendedorismo e como os comerciantes devem gerir o próprio negócio de uma forma eficaz por meio de estratégias de gestão organizacional, alinhados com um planejamento de comunicação.

No produto final, com o auxílio dos entrevistados, foi possível explicar de forma clara os principais passos para gerir um empreendimento em cenário de crise.

## Conclusões

O crescimento cada vez maior das plataformas de streaming trouxe para o dia a dia da população o podcast como um novo formato midiático. Sua versatilidade para abordar diversos temas, tem permitido que empresas, instituições e até profissionais de várias áreas o utilizem como ferramenta para entretenimento, informação e educação.

Com a chegada da pandemia de Covid-19, as relações por meios digitais e as plataformas utilizadas para isso passaram a ser mais utilizadas. E, neste contexto, as dificuldades no cenário econômico do Brasil e do Mundo trouxeram a discussão sobre a importância do empreendedorismo.

Assim, por meio do nosso produto final, concluímos que o podcast se apresenta, então, como um meio para capacitar e qualificar os microempreendedores, permitindo entrevistas, debates e informações relevantes sobre como empreender; permite novas soluções para auxiliar no crescimento do empreendimento e atualização nas novas tendências de mercado para impactar positivamente o desenvolvimento de um empreendimento. Alinha a empresa com as redes sociais facilitando o processo de comunicação e publicidade do estabelecimento; contribui significativamente na hora de se aproximar do público-alvo, permitindo a captação de novos clientes.

## Referências

ANTOUN, Henrique; PECINI, André Custódio. **A web e a parceria: Projetos colaborativos e o problema da mediação na Internet**. Anais do 16º Encontro da Compós, realizado na UTP. 2007.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura, 2006.

GAMA, Gabriela. **Uma situação de crise em estudo de caso**. Comunicação e Sociedade, [S.I.], v. 8, n. [S.I.], p. [S.I.], [S.I.] 2005. Disponível em: <https://needoc.net/uma-situacao-de-crise-em-estudo-de-caso-gabriela-gama>. Acesso em: 8 abr. 2020.

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

LUIZ, Lucio (org). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014.

MOGNON, Mateus. **Consumo de podcasts no Brasil cresce 67% em 2019, aponta pesquisa**. 2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/146951-consumo-podcasts-brasil-cresce-67-2019-aponta-pesquisa.htm>. Acesso em: 8 jun. 2020.

VERARDI, Luciana Simon. **Empreendedorismo: revisitando conceitos e contextos**. 2012. 23 f. Monografia (Especialização) - Curso de Psicologia Com Ênfase em Psicologia Organizacional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/40107/000825983.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.



# O TEMPO PRESENTE E O RADIOJORNALISMO LOCAL NOS PROGRAMAS MARANHENSES

**Nayane Cristina Rodrigues de Brito<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Santa Catarina

## Resumo

A transmissão radiojornalística assume relevante papel no Maranhão, entre outras contribuições, combater desertos de notícias. Em algumas localidades maranhenses, o rádio é a única mídia local e, em outras, existe apenas uma emissora e não legalizada. Para refletir sobre o jornalismo do rádio maranhense, utilizam-se diferentes métodos e técnicas combinados (mapeamento, análise documental, abordagem quantitativa e qualitativa e entrevista semiaberta). O objetivo deste artigo é analisar, a partir do tempo presente, a prática do jornalismo local nos programas radiojornalísticos maranhenses. A partir dessa breve abordagem quanto ao jornalismo nos rádios maranhenses, constata-se um atravessamento de práticas entre profissionais graduados e não graduados, com ações que reverberam nas produções veiculadas como jornalísticas.

**Palavras-chave:** Radiojornalismo; Programação radiojornalística; Jornalismo local; Rádios maranhenses.

## Introdução

O teórico latinoamericano Mario Kaplún acredita que o rádio supera a noção de um mero veículo por suas potencialidades educativas e culturais, a serviço do popular. Na América Latina, segundo o autor, boa parte da população tem o rádio como principal ou única fonte de informação, ele acrescenta, “O informativo não se consiste em um campo independente do educativo, ao contrário, eles estão interligados. Boa parte do trabalho do comunicador-educador consiste em transmitir informação, dados, conhecimentos” (KAPLÚN, p. 2017, p.2003).

As concepções do teórico são evidenciadas no estado do Maranhão, local em que predomina a atuação de emissoras radiofônicas. Segundo os dados do Atlas da Notícia, publicado em 2017, o estado tem a menor concentração de veículos online<sup>2</sup>. Quando se trata de jornais impressos com circulação diária, eles são encontrados somente na capital, São Luís, e em Imperatriz, as duas maiores cidades. Portanto, a mídia radiofônica é extremamente relevante para a população maranhense.

1 Doutoranda de Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC). Membro dos seguintes grupos de pesquisas: Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (GIRAFÁ), Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (JOIMP) e Grupo de Pesquisa Rádio e Política no Maranhão (RPM). Bolsista da FAPESC/SC – Brasil. E-mail: nayanebritojornalista@gmail.com.

2 Dados da segunda edição do Atlas da notícia. Disponível em: <http://observatorioidaimprensa.com.br/atlas-da-noticia-2-0/30dos-municipios-brasileiros-correm-o-risco-de- virar-desertos-de-noticias/>. Acesso em: 21 dez. 2019. A pesquisa apresenta atualizações em 2018 e 2019. Ao longo do relatório serão apresentados outros dados do Atlas da Notícia.

É oportuno destacar que, mesmo com alterações na produção radiofônica a partir das tecnologias de informação e comunicação, existe uma realidade interiorana diferente dos grandes centros urbanos. A exemplo do trabalho de dezenas de emissoras localizadas no Maranhão.

Assim, busca-se contribuir com reflexões sobre a função do rádio para a comunicação contemporânea, tanto no estado do Maranhão especificamente, onde ainda se percebe profundas lacunas no que se refere ao (re)conhecimento e à (re)composição do cenário midiático, quanto no restante do país, sobretudo em regiões em que esse quadro se assemelha. Perquirir sobre o estágio atual em que se encontra o rádio a nível nacional ou, como é o caso desta pesquisa, a partir de suas especificidades e estado da arte regionais apresenta-se como essencial para colaborar com o avanço dos estudos radiofônicos nacionais e, por consequência, com a imprescindível reinvenção do meio na nova paisagem comunicacional da contemporaneidade.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo é analisar, a partir do tempo presente, a prática do jornalismo local nos programas radiojornalísticos maranhenses.

## Metodologia

Esta pesquisa apresenta um ângulo técnico e histórico sobre o jornalismo no rádio maranhense. Como aportes teóricos e metodológicos, incluem bases do Jornalismo, Geografia e Comunicação, Comunicação e História, uma concepção inter e transdisciplinar. Na pesquisa de campo mapearam-se, em 26 cidades maranhenses localizadas na parte sul do estado, 75 emissoras com ondas hertzianas, e nestas, o que é transmitido de radiojornalismo. Os dados da pesquisa possibilitam traçar uma cartografia que dará subsídios para compreender os territórios da radiofonia estadual e ainda compor a cartografia nacional do meio. Para a verificação dos documentos adquiridos em campo, utilizou-se a análise documental, como técnica. A entrevista semiaberta, a alguns representantes das rádios, complementou as técnicas da pesquisa.

O mapeamento dos veículos radiofônicos maranhenses dialogam com a comunicação e a geografia, a partir de abordagens da Geografias da Comunicação, nas quais se privilegiam “[...] o espaço (e, nele, os fluxos informativos e as mediações tecnológicas) como campo de observação das interações reais e simbólicas entre pessoas e pessoas, entre pessoas e indústrias, entre pessoas e Estados, entre pessoas e ambiente” (MOREIRA, 2012, p.16).

## Resultados e Discussão

O surgimento e o funcionamento dos meios de comunicação estão diretamente relacionados com o processo de povoamento do Maranhão. O litoral do estado, parte Norte, foi ocupado por colonizados europeus no século XVI. O foco econômico dos portugueses era o cultivo da cana-de-açúcar para produção do açúcar. Somente dois séculos depois, aproximadamente em 1730, inicia-se a formação regional da parte Sul, por meio da ação de criadores de gados vindos da Bahia e de Pernambuco em busca de pastos para os bovinos. As frentes de colonização foram denominadas de sertanejas ou pastoris.

O rádio oficialmente começa a funcionar no Maranhão na década de 1940, a partir da transmissão da Rádio Difusora, em São Luís. O novo veículo de comunicação estadual é inaugurado em 15 de julho de 1941, um ano após o funcionamento, inicialmente chegava a mais de sessenta (60) municípios maranhenses (PINHEIRO, 2005).

Em 2019, o mapeamento em 26 cidades localizadas na parte norte do Maranhão<sup>1</sup>, registrou 75 emissoras radiofônicas. Desse total, são cinco veículos comerciais AM e 22 rádios comerciais FM; duas estações pertencem a fundações; rádio pública, a Timbira; A Rádio Universidade, da Universidade Federal do Maranhão/São Luís; e 44 são comunitárias legalizadas e não-legalizadas.

Embora não tenha acompanhado todos os programas indicados como jornalísticos veiculados nessas rádios, os relatos dos entrevistados, quanto às características das produções, fornecem dados para concluir que nem todas podem ser classificadas como jornalísticas. Entre os autores que conceituam os formatos radiofônicos e os gêneros jornalísticos adaptados ao rádio, opta-se pelas definições trabalhadas especialmente por Kaplún (2017) e Ferraretto (2014). Na maioria dos programas, confere-se um diálogo entre os diferentes gêneros jornalísticos e os formatos.

A informação sintética, no formato notícia radiofônica, está presente em todas as produções registradas. Seja em um espaço do programa ou um conjunto de notícias estruturado em um informativo. As observações a alguns programas aliadas às entrevistas forneceram uma visão quanto ao pouco investimento em equipes ou em um jornalista para apuração e produção das notícias. As informações divulgadas, nos espaços noticiosos dos programas, geralmente são reproduzidas de sites noticiosos do estado ou nacionais. No Maranhão, os blogs locais e regionais ainda são muito consultados no intento de verificar fatos da localidade, cidades vizinhas e região; o uso do WhatsApp também é frequente.

O reaproveitamento de notícias compromete a linguagem radiofônica. Essa, segundo Ferraretto (2014), é composta pelos seguintes elementos: voz humana, música, efeitos sonoros e silêncio, sejam combinados ou isolados. O momento da observação em campo ocorreu tanto em estúdios de rádio quanto de televisão. Isso porque alguns programas são gravados para a TV e também transmitidos via ondas hertzianas. Na perspectiva de economizar, os sistemas de comunicação também aproveitam os conteúdos produzidos com linguagem televisiva e da web para preencherem os espaços nos programas da rádio. Algo verificado nas seguintes emissoras: Rádio Sinal Verde, Rádio Guanaré, ambas de Caxias; instalada em Coroatá, a Rádio Educativa; e Rádio Pericumã, localizada em Pinheiro.

O público dessas emissoras acompanharam algumas matérias com indicativos de imagens visuais durante a narrativa. Aqui, trata-se não de um meio cego, mas de produções elaboradas para serem verificadas por meio do olhar pelo órgão da visão, acontecimentos que não podem ser vistos pelos ouvintes, diferente de narrativas adequadas às singularidades do rádio, em que o ver é ampliado (BRECHT, 2005).

As problemáticas citadas evidenciam as tendências da mídia regional pontuadas por Peruzzo (2008, p.81), uma delas é “[...] a falta de ampla cobertura e de apuração de acontecimentos, tanto no nível local como no regional. Ela se deve a uma estrutura de produção pequena, com poucos profissionais e, às vezes, até despreparados para o exercício do jornalismo”.

Uma equipe exclusiva para apuração de notícias foi verificada nas rádios Mirante AM, Timbira e Universitária, veículos da capital. Em algumas emissoras das cidades de São Luís, Caxias, Codó e Itapecuru Mirim, pela presença de jornalistas ou graduandos em Jornalismo, têm-se o trabalho de produtores quanto à busca, a partir da web, e à organização de informações. Nas

1 Santa Luzia, Alto Alegre do Pindaré, Zé Doca, Santa Luzia do Paruá, Governador Nunes Freire, Maracaçumé, Maranhãozinho, Presidente Médici, Nova Olinda do Maranhão, Araguanã, Pindaré-Mirim, Bom Jardim, Alcântara, Bacabal, Codó, Timon, Caxias, Chapadinha, Itapecuru-Mirim, Coroatá, Santa Inês, Pinheiro, São Luís, Paço do Lumiar, São José de Ribamar e Barreirinhas.

demais, os apresentadores dos informativos assumem a responsabilidade de organizarem os programas. A informação é passada para os ouvintes, mas nem sempre adaptada para às especificidades do rádio.

Nota-se, pela maioria dos apresentadores, a tentativa de informarem os ouvintes principalmente quanto aos acontecimentos da cidade e região. Quando o veículo não tem produção de notícias locais, a ação ocorre pela busca nos blogs e nos grupos de WhatsApp, por exemplo, grupos da Polícia Militar, comunicadores do município, radialistas, entre outros que são criados com o intuito de divulgar as notícias locais ou regionais.

Em emissora de rádio um fato pode ser transmitido no momento que ocorre. É nesse sentido que Meditsch (1999) indica o imediatismo e a instantaneidade como as características basilares do radiojornalismo. Esses atributos foram verificados principalmente nos rádios de São Luís, por exemplo, ao divulgarem informações sobre acidentes no trânsito no exato momento que ocorrem, sobretudo pela colaboração dos ouvintes ao repassarem os fatos para as emissoras.

A mobilidade do meio possibilita que essas notícias sejam facilmente emitidas para o público. Zuculoto (2012) reforça que essa especificidade do rádio é uma das principais características na perspectiva do receptor. A escuta das rádios maranhenses se dá por meio de aparelhos analógicos, automóveis e menos da metade das emissoras também pode ser acompanhada por dispositivos móveis.

Entre os programas observados, constatou-se uma combinação dos gêneros utilitário, opinativo e interpretativo nos seguintes (FERRARETTO, 2014): Jornal Stúdio, Manhã News, Estúdio Guanaré, A Voz das Comunidades, Cidade Notícias, Alerta Cidade, Falando sério, Rota 90, Esportes e Notícias, Hora da Verdade, Pontuando a questão, Informativo Digital, Ponto Final, Comando da Manhã, Ronda 1290, Contra Ponto, Roda Viva, Conexão 560, Jornal da Manhã, Repórter Difusora 1ª e 2ª edição, Nova Manhã, Jornal Cidade News, Tarde Total. O público dessas produções recebe informações sobre trânsito, previsão do tempo, notas de achados e perdidos, além de contar com a intermediação no que se refere à resolução de problemas da população. Geralmente são citadas uma, duas notícias, um bloco delas ou diversas em blocos diferentes.

Em algumas produções, são frequentes as participações do público, por ligações ou mensagens de WhatsApp, com reclamações sobre a ausência de alguns serviços públicos ou privados como a falta de água, iluminação pública, falta de infraestrutura nas ruas, entre outros. A rádio é vista como um meio para a resolução de problemas sociais.

O gênero interpretativo é visto, principalmente nas entrevistas, com um formato comum nos programas citados. Os entrevistados são convidados ou se manifestam, em sua maioria, para explicarem sobre acontecimentos locais. Os comentários dos âncoras, sobre as notícias, informações gerais ou reivindicações repassadas pelos ouvintes, beiram o gênero opinativo. São explicações a partir de seus locais de fala.

Na perspectiva de programas, especificamente do gênero informativo, com uma narrativa sem desdobramentos ou comentários (FERRARETTO, 2014), verificaram-se o Jornal das Onze (Rádio Timbira), Jornal Rádio Universidade (Rádio Universidade) e Jornal do Maranhão (Rádio Mirante AM). Eles são apresentados por dois âncoras, em estilo manchetado. Conforme mencionado, essas emissoras exercem o trabalho de apuração dos acontecimentos e de preparação das matérias para os informativos. Outros jornais combinam os gêneros interpretativos e opinativos. Citam-se com essas características: Jornal Stúdio, Café Online, Jornal do Meio-dia, Jornal da

Manhã, Hora da Notícia, Cultura News, Café com Pimenta, Na Hora e Jornal da Mira. Nesse último informativo, veiculado pela Rádio Mirante AM, há a participação de dois comentaristas, um para política e outro para polícia, pautas que se sobressaem na mídia radiofônica maranhense.

Os gêneros radiofônicos são encontrados nos programas de maneiras distintas, não existe uma organização por blocos ou quadros, eles foram percebidos ao longo das produções, em diferentes momentos. A miscigenação não parece proposital, mas também não segue uma base teórica. Há uma predominância do gênero utilitário, sobretudo quanto à prestação de serviços voltada à resolução dos problemas dos ouvintes, os quais, por vezes, ocupam todo o espaço do programa.

As abordagens de algumas produções estão diretamente voltadas para comentários sobre a política, especialmente a local. Na Aglomeração Urbana de São Luís existe praticamente uma competição entre os programas Ponto e Vírgula (Rádio Difusora), Passando a Limpo (Rádio Nova FM) e Ponto Continuando (Rádio Mais FM), todos veiculados de segunda a sexta-feira, das 18h às 19h. Apresentados por dois e até três âncoras, o foco dos programas é descrever o cenário político maranhense e tecer críticas a parlamentares, candidatos, personalidades políticas e demais assuntos com essa temática. O Ponto e Vírgula é simultaneamente transmitido para as emissoras Difusora, em Imperatriz e Sinal Verde, localizada em Caxias, veículos do Sistema Difusora de Comunicação, com sede em São Luís.

Um ano antes das eleições, os apresentadores já tecem comentários sobre os possíveis candidatos às eleições de 2020, com menções ao histórico dos políticos, críticas ou elogios. Além dos programas citados, foi visível a predominância do tema “política” entre as pautas das produções mapeadas. Um enfoque que pode demarcar um jogo sutil, para os prováveis beneficiados ou prejudicados com as narrativas dos locutores. Perceber essas questões, por meio de análises densas, é fundamental para saber os usos feitos pelos programas jornalísticos para atender a interesses políticos.

Outros informativos também são retransmitidos em emissoras do interior do estado, a exemplo do Comando da Manhã, um programa da Rádio Timbira AM retransmitido para a Rádio Cidade, do município de Bacabal. Nessa mesma localidade, a Rádio Mirante FM utiliza o Jornal da Mira e Rádio Patrulha, ambos da Rádio Mirante AM, de São Luís. A Rádio Mirante, ouvida em Codó, transmite o Jornal das Onze, da Rádio Timbira, mas com o nome de Jornal da Mirante. Segundo informações do diretor da Rádio Mirante AM, o Jornal do Maranhão é veiculado a emissoras de outras cidades do estado, porém o mesmo não soube informar os nomes dos locais.

Relaciona-se a essa questão, o exercício de poucos profissionais, seja por problemas financeiros ou pelo intuito de investir menos no jornalismo para obter maior arrecadação. Apesar das produções retransmitidas abordarem conteúdos sobre o estado, tomam espaços que poderiam ser ocupados por informações jornalísticas que se refiram à localidade.

É possível constatar ainda a veiculação do Jornal Central em algumas emissoras: Rádio Cidade, localizada em Bacabal; Rádio Nativa, de Bom Jardim; situada em Nova Olinda do Maranhão, Rádio Ieshuá; Rádio Pindorama, ouvida em Santa Luzia e Rádio Tropical, de Santa Luzia do Paruá. O informativo é produzido pela Agência Central de Notícias, uma empresa maranhense e é veiculado em algumas dessas rádios mapeadas e outras dezenas de emissoras do estado. O diferencial do trabalho desenvolvido na agência é a colaboração das mais de 180 rádios maranhenses parceiras, ao fornecerem as informações de suas respectivas localidades. Geralmente, as notícias são enviadas em áudio, gravadas por um profissional dessas emissoras e irão compor o informativo mencionado.

É importante ressaltar que, a minoria dos profissionais atuantes nas rádios mapeadas é graduada em comunicação ou jornalismo. São Luís foi a única cidade com o registro do trabalho de jornalistas graduados. Em Caxias, Codó e Itapecuru Mirim, alguns profissionais estão se graduando em cursos de comunicação. No estado, o funcionamento de cursos superiores na área de comunicação limita-se às cidades de Imperatriz e Caxias e à capital, São Luís. Um fator que dificulta a formação de todos que atuam no rádio maranhense.

## Conclusões

A partir dessa breve abordagem quanto ao jornalismo nas rádios maranhenses, constata-se um atravessamento de práticas entre profissionais graduados e não graduados, com ações que reverberam nas produções veiculadas como jornalísticas. O espaço destinado a informativos é verificado, em sua maioria, nos veículos radiofônicos instalados na capital, São Luís, seja pelo perfil dos comunicadores, quantidade de rádios ou investimentos.

O comprometimento com as informações locais deveria ser preponderante nas rádios. Um trabalho que pudesse beneficiar a população com notícias que de fato retratem a realidade de seu território e fossem de interesse público daquela população, algo que o indivíduo consegue se identificar, sentir-se mesmo que simbolicamente ligado. Mas, conforme alerta Peruzzo (2005), a mídia local nem sempre se caracteriza e atua de maneira igual nas localidades, o trabalho de cada veículo está atrelado à sua política editorial.

A partir da percepção, no que se refere à conjuntura das emissoras maranhenses, dada as estruturas e a formação dos profissionais, tem-se uma base de como esses dois fatores estão expressos no jornalismo. A maioria das emissoras com produção de notícias são aquelas com a presença de algum jornalista graduado. Na capital, São Luís, estão situadas as rádios com melhores estruturas físicas e maior atuação de jornalistas.

No âmbito da ausência de produção de notícias, identifica-se a busca de informações jornalísticas em agências de notícias, sites noticiosos, blogs, grupos de WhatsApp, e outros. Entre os dados averiguados, um dos mais preocupantes é a veiculação de notícias a partir da reprodução de matérias elaboradas para TV, sem a mínima adaptação voltada à linguagem radiofônica.

## Referências

BRECHT, B. Teoria do rádio (1927 – 1932). **Teorias do Rádio**: textos e contextos.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

MOREIRA, S. V. **Análise documental como método e como técnica**. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KAPLÚN, M. **Produção de programas de rádio, do roteiro à direção**. Organizadores da tradução Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti. São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular, 2017.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**.

Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005.

PINHEIRO, Roseane A. **Nas ondas da pioneira**. Jornal O Estado do Maranhão, São Luís, p. 3, 2 de janeiro de 2005. Caderno Alternativo. Série: história e imprensa.

ZUCULOTO, V. R. M. **No ar - a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.



# NOVO CORONAVÍRUS ALTERA AS PRÁTICAS SOCIAIS DO RADIOJORNALISMO: UM ESTUDO DAS FMS DE NATAL

**Alexandre Ferreira Mulatinho<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

**Valquíria Aparecida Passos Kneipp<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

Em 20 de março de 2020 as rotinas das redações das rádios de Natal (RN) foram modificadas com as restrições impostas pelo isolamento social. Obrigados às mudanças questionamos seis apresentadores e/ou produtores de programas jornalísticos líderes de audiência em cada rádio para compreender o uso de aparato de videoconferência para a realização de entrevistas, afastamento de colegas do grupo de risco, maior suporte das assessorias de imprensa e a precarização laboral imposta pelo teletrabalho. O foco foi o radiojornalismo potiguar em tempos de pandemia. As novas práticas sociais adotadas em função da pandemia do novo coronavírus e a utilização das ferramentas tecnológicas pelos profissionais são nosso objeto. Usamos como metodologia a história oral com a técnica da entrevista estruturada percorrendo as dinâmicas das emissoras para informar o público num momento de valorização do meio rádio com 66% do ouvinte, e crescendo, afirmando que recorreram ao rádio neste período, antes de qualquer coisa, em busca de conteúdo e fugir de desinformação. Os postos de trabalho foram preservados, assim como os programas. O fazer rádio foi modificado com maior compartilhamento de imagens nas plataformas de vídeo. O fenômeno das telas no rádio foi fortalecido neste período de pandemia da COVID-19.<sup>3</sup>

**Palavras-chave:** Radiojornalismo; Novo coronavírus; Radiomorfose

## Introdução

Neste texto, discutiremos, à luz da história oral (Mauad, 2016), as práticas do radiojornalismo de sete emissoras de Frequência Modulada (FM) de Natal (RN). Alguns aspectos podem ser destacados como o papel do rádio, a construção das narrativas, os discursos, diálogos, personagens, ausências de fontes nos estúdios, teletrabalho, teleconferência, precarização laboral, reestruturação, tecnologia, novas telas e novos espaços, em um processo polêmico de precária manutenção ou reconstrução do radiojornalismo potiguar.

Como referencial teórico buscamos os conceitos de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), radiomorfose (Prata, 2008) e comunicador curador (Ferraretto, 2020). São conceitos que ofertam

1 Mestre em Estudos da Mídia pela UFRN, e-mail: mulatinho.alexandre@gmail.com

2 Professora, doutora e pós-doutoranda pela Unesp, e-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

3 Doença infecciosa causada pelo novo coronavírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China. (OMS, 2020).

lastro para pensarmos no radiojornalismo neste contexto de diversas linguagens, mudanças das estruturas tradicionais de consumo (com seus dispositivos e possibilidades do uso de imagens para além da voz), mudanças nas práticas sociais radiofônicas e, acima de tudo, as formas que o rádio vem usufruindo de suas potencialidades na resignificação do radiojornalismo em tempos de pandemia e enfrentando a desinformação, pós-verdade e os ataques a própria imprensa.

O publicitário Nizan Guanaes (2020) reforça que para sobreviver a momentos difíceis é preciso encarar os desafios com olhos de esperança e postura de ação. E vai além: “Neste momento, a tranquilidade e a informação são fundamentais para superar esse Coronavírus” (GUANAES, 2020, s.p.). Parafraçando Nizan Guanaes pontuo que a comunicação é a melhor vacina contra a crise. Mesmo porque, para Orlandi (2020), “estamos nos confrontando com a diluição do real. Há volatilidade das interpretações e insegurança na palavra” (ORLANDI, 2020. s.p.). É neste solo fértil que o rádio ganha espaço.

## Metodologia

O suporte metodológico foi o da história oral, ancorado em Ana Maria Mauad (2016), valorizando a experiência social de pessoas e grupos. No caso em tela, diretores e/ou produtores de sete programas de radiojornalismo das rádios FM de Natal. A História Oral é sempre uma história do tempo presente, também conhecida como história viva (Meihy, 2002). A entrevista individual em profundidade foi o método utilizado, que segundo Duarte (2015, p. 62) “trata-se de uma técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”. Neste trabalho, entrevistamos diretores e/ou produtores de seis programas de radiojornalismo das rádios FM de Natal que foram selecionados pela relevância e papel de destaque em cada emissora e atuação nas redes sociais, espaço virtual da emissora na Internet, a qual geralmente contém uma transmissão de streaming de áudio em direto e demais elementos como textos, fotos, vídeos etc. Sendo eles: Hora Extra da Notícia da 91.9 FM com Danilo Sá; Jornal da Manhã da Jovem Pan News Natal com Jussara Correia; BatePapo da Cidade na 94 FM com Flávia Freire; Na Hora do Café da 95 mais FM Ciro Pedroza; Jornal 96 da 96 FM com Ohara Oliveira e Repórter 98 na 98 FM com Felinto Filho.

## Resultados e Discussão

Corroborando com o relatório do Kantar Ibope Media (2020) os relatos a importância do rádio durante o isolamento social. Entre os públicos pesquisados pelo instituto, 43% afirmaram que ouviram rádio “para se informar sobre os acontecimentos gerais”. E 23% para buscar informação sobre o novo coronavírus. Somados são 66% do público em busca de conteúdo.

Na nossa amostragem optamos por seis programas jornalísticos. Como recorte, definimos o mês de abril de 2020 com referência. Tendo como objeto os programas de radiojornalismo de destaque em cada emissora de FM da capital do Rio Grande do Norte.

Todos os programas pesquisados cancelaram entrevistas presenciais, mantiveram os números de profissionais, se utilizaram de entrevistas remotas via Skype, Zoom ou telefonia celular. Também afastaram profissionais do grupo de risco.

Pedroza (2020, s.p.), em teletrabalho, afirma que o rádio tomou para si o protagonismo deste instante com comunicação direta e fácil. “O radialista vai ter que ser mais resiliente e mais criativo numa nova realidade” (Freire e Oliveira, 2020, s.p.). Sá (2020, s.p.) diz que as novas práticas permitiram entrevistas com quem mora fora do Estado ou até mesmo fora do país fazendo uso da imagem. A interação com a audiência, segundo Sá (2020) ganhou maior dinamismo e representatividade no programa, “além de ter contribuído com fatos importantes jornalisticamente” (Sá, 2020, s.p.). Taxativa Correia (2020, s.p) diz que o período da pandemia do novo coronavírus deu maior dinamismo e possibilitou a utilização de aparatos tecnológicos com mais frequência e são hábitos que serão incorporados de agora em diante neste novo modo de fazer rádio. Já Filho (2020, s.p), considera que durante a pandemia a quantidade de notícias falsas ou que mereciam checagem aumentou bastante, permitindo apurar o conteúdo e constatar a veracidade ou não antes de noticiar. Para Filho (2020, s.p.) os diversos públicos perceberam no rádio confiabilidade e referência na noticiabilidade dos fatos da pandemia.

Como exposto acima, nas vozes de cada um dos produtores e apresentadores entrevistados relatando este novo momento retomo o debate sobre o papel do rádio, a construção das narrativas, os discursos, diálogos, personagens, ausências de fontes nos estúdios, teletrabalho, teleconferência, precarização laboral, reestruturação, tecnologia, novas telas e novos espaços, em um processo polêmico de precária manutenção ou reconstrução do radiojornalismo potiguar. Com base na análise de Ferraretto (2020, p. 8) é válida a afirmativa de que o rádio é um serviço relacionado à informação e que o comunicador deve atuar como curador de conteúdo. O meio rádio se posiciona em um contexto multiplataforma operado por profissionais que assumem múltiplas funções, há necessidade de mudança na cultura nos níveis de formação, profissão e gestão da rádio. Neste contexto Ferraretto (2020, p. 9) afirma: “Os seres humanos precisam da companhia virtual e da orientação precisa oferecida pela mídia qualificada”.

As falas dos entrevistados evidenciam também o modelo de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016, p.13) que extrapola as transmissões em onda hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música. E reforça a radiomorfose (Prata, 2008, p. 1) com os programas de rádio assumindo características distintas, evoluindo sem rupturas, mas adaptando-se na ecologia dos media num processo de radiomorfose. Este processo de evolução que altera e reconfigura os gêneros e as formas de interação presentes no rádio.

## Conclusão

Os programas pesquisados usam fortemente o recurso da imagem nas entrevistas como mecanismo de substituição à entrevista presencial. Muda a linguagem, muda o formato e muda a relação do apresentador com este novo ouvinte das telas. A interação pelo dial, via telefone e agora pelo chat das plataformas digitais foi amplificada, ficou mais perceptível e propagada. A rádio com imagem virou necessidade. Na dificuldade provocada pela própria pandemia e com as guerras de contextos das diversas fontes, o meio rádio foi valorizado pela audiência (Kantar Ibope Media, 2020). Em nenhuma das rádios aqui pesquisadas ocorreu mudança ou redução de horário nos programas, as equipes foram mantidas e o domínio de novos aparatos tecnológicos e formatos são desafios para os profissionais, com mais atividades acumuladas durante o exercício profissional. Tais características são necessárias, principalmente, quando estes profissionais estiveram dispostos a ser o link entre as pessoas isoladas fisicamente em suas residências,

mas conectados uns com os outros em suas residências. Deste texto surge a curiosidade para detalhar este novo ouvinte das telas e suas características numa pesquisa futura.

## Referências

DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. **COVID-19 e a comunicação: um guia prático para enfrentar a crise** [livro eletrônico] / Luiz Artur Ferraretto, Fernando Morgado. -- Rio de Janeiro: Válega, 2020

GUANAES, Nizan. **“Ser criativo na crise é imperativo”, diz Nizan Guanaes**. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/06/ser-criativo-na-crise-e-imperativo-diz-nizanguanaes-veja-dicas/> . Acesso em: 10 jun. 2020.

KANTAR Ibope Media: **Brasil / Consumo de Rádio**. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/brasil-consumo-de-radio/> . Acesso em: 12 abr. 2020.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Muad X, 2016.

MAUAD, A. M. (Org.). **História Oral e Mídia. Memórias em movimento**. São Paulo: Letra e Voz, 2016.

MEIHY, J. C. **Manual de História Oral**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

OMS. Disponível em: <https://www.who.int/pt/home> . Acesso em: 08 mai. 2020.

ORLANDI, Eni. **Volatilidade da interpretação: política, imaginário e fantasia**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MjCsJxfiXtg> . Acesso em: acesso em 18 mai. 2020.

PRATA, N. **Webradio: Novos Gêneros, Novas Formas de Interação**. 2008. 395 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Belo Horizonte/MG, 2008.

## LISTA DE REFERÊNCIAS DAS ENTREVISTAS REALIZADAS

CORREIA, Jussara. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Apresentadora e produtora do programa Jornal da Manhã, na rádio Jovem Pan News Natal, 93.5.

FILHO, Felinto. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Diretor da rádio 98 FM e apresentador do programa Repórter 98.

FREIRE, Flávia. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Produtora e apresentadora do programa Bate-Papo na Cidade, na rádio 94 FM.

OLIVEIRA, Ohara. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte,

Natal, 2020. Produtora do programa Jornal 96, na rádio 96 FM.

PEDROZA, Ciro. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Produtor e apresentador do programa Na Hora do Café, na 95 Mais FM.

SÁ, Danilo. Entrevista concedida a Alexandre Ferreira Mulatinho. Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Produtor e apresentador do programa Hora Extra da Notícia, na rádio 91



# 100 ANOS DE BRASIL, 70 ANOS DE CARIRI-CE: O RÁDIO NACIONAL COMO PANO DE FUNDO PARA COMPREENDER O RÁDIO LOCAL

**Débora Silva Costa**

Universidade Federal do Ceará

## Resumo

Tendo vivenciado inúmeras conquistas e desafios, o rádio brasileiro chega aos seus primeiros 100 anos. Contudo, o desenvolvimento da radiodifusão não se deu de forma homogênea em todas as regiões do país. Se, por um lado, o rádio teve (e ainda tem) importância nos interiores pelo Brasil, por outro, esses locais foram imprescindíveis para que o veículo pudesse sobreviver após o surgimento da TV. Exemplo disto é o Cariri-CE, onde o rádio chegou bem no final da “era de ouro”, mas conseguiu desenvolver-se e, após 70 anos, firmar-se como a mídia de massa preponderante na região. O presente trabalho tem por finalidade fazer um panorama da história do rádio local, tendo como pano de fundo os principais marcos da radiodifusão nacional. Para isto, foram empregadas revisão bibliográfica e pesquisa de campo.

**Palavras-chave:** Rádio local; História do rádio; Cariri.

## Introdução

O rádio retorna à pauta dos debates neste momento em que completa 100 anos de sua chegada ao Brasil. Enquanto isso no Cariri cearense, encravado no centro do Nordeste brasileiro, o rádio também alcança uma marca significativa: são 70 anos da instalação da primeira emissora na região. Embora sua chegada ao Cariri já tenha sido bem tardia (anos 1950), no período mesmo em que a televisão já se estabelecia no Brasil e decretava o fim da “era de ouro” do rádio nacional, foi em interiores como este que o veículo não só resistiu, mas reconfigurou-se, desenvolveu-se e perpetuou sua influência. Mesmo que inicialmente tenha acompanhado de longe e mais lentamente os grandes marcos da radiodifusão no país, o rádio caririense acompanhou a produção dos grandes centros, a ponto de atualmente se posicionar como pioneiro em marcos tecnológicos e estratégico para interesses políticos e econômicos nacionais.

100 anos, 70 anos... Estas são as datas que foram escolhidas como ponto de partida para o presente trabalho, que nasce do seguinte questionamento: como os principais acontecimentos do rádio na região do Cariri se inserem entre os grandes marcos da história do rádio nacional? A relevância da radiodifusão caririense tanto no cenário regional como no nacional faz dela objeto de estudo cada vez mais importante e necessário. Acrescente-se a isto que a história do rádio no Cariri ainda é escassamente documentada. Essa carência de registros, ao invés de inviabilizar a presente pesquisa, aponta para a contribuição que o trabalho pode dar, com a divulgação de dados sobre a história do rádio caririense até agora inéditos para a comunidade acadêmica.

## Metodologia

As etapas da história do rádio no Brasil estão largamente registradas, tendo sido obtidas a partir de revisão bibliográfica. Já os fatos sobre o rádio caririense são fruto de pesquisas desenvolvidas pelo Projeto de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri, iniciativa do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), subsidiada pela Pró-reitoria de Graduação (Prograd). Com a coordenação de professores e participação de estudantes, o projeto mapeou entre 2011 e 2013 todas as iniciativas comunicacionais das três principais cidades da região, quais sejam: Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha. Para realização desta tarefa, o projeto trabalhou em diversas frentes metodológicas: desde pesquisa documental e bibliográfica e audição de programação, até a realização de visitas técnicas e entrevistas com profissionais.

Dentro de suas limitações, o presente trabalho se propõe a traçar um panorama da história do rádio no Cariri-CE, posicionando cada uma das dezenove emissoras das três principais cidades da região dentro de suas circunstâncias de criação e contextualizando como o desenvolvimento da radiodifusão nacional exerceu influência em importantes acontecimentos no âmbito local. Este trabalho também visa dar subsídio a pesquisas futuras sobre o rádio caririense, uma vez que qualquer estudo que venha a ser feito sobre o veículo na região demanda que se tenha uma compreensão mínima sobre suas origens e uma visão ampla do seu desenvolvimento ao longo das últimas sete décadas.

## Resultados e discussão

Tendo sido instalada definitivamente a radiodifusão no Brasil por volta de 1920, era proposta de seus fundadores “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria” (ORTRIWANO, 1985, p. 14). No início, o rádio estruturava-se em clubes e sociedades, contando com mensalidades pagas pelos ouvintes e doações para manter-se financeiramente. Entretanto, como poucos eram os que tinham condições de possuir aparelhos receptores, com o passar dos anos veio a necessidade de atingir um público maior para que o veículo pudesse se sustentar. “A preocupação ‘educativa’ foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis” (ORTRIWANO, 1985, p. 15).

É assim que, nos anos 1930, quando surge o primeiro documento legal sobre radiodifusão, o rádio brasileiro já estava comprometido com a publicidade para garantir sua sobrevivência, passando a adotar o modelo de exploração norte-americano. De fato, é “o interesse econômico que vai impulsionar a chegada do meio ao país, [...] visto como um novo mercado a ser conquistado” (FERRARETTO, 2012, p. 8). Ao longo dos anos 1940, floresceram por todo o país inúmeras emissoras, ao mesmo tempo em que os aparelhos receptores foram barateados. O rádio passa a investir em entretenimento e jornalismo, ampliando instalações e contratando diversos profissionais. Como em todo o mundo, o rádio brasileiro tinha alcançado seu apogeu” (ALCIDES, 1997, p. 85), que ficou conhecido como “era de ouro”<sup>1</sup>.

No entanto, é preciso ressaltar que o crescimento do setor radiofônico não se deu por igual em todos os pontos do país. No Cariri cearense, por exemplo, até o momento a radiodifusão sequer havia sido instalada. “As principais cidades do interior do estado, como Crato, Juazeiro, Sobral e Iguatu, na falta de uma concessão de emissora de rádio, valiam-se das amplificadoras para

1 Uma breve atualização do mapeamento, desta vez pesquisando apenas as rádios, foi realizada em 2017, contando novamente com participação de docente e discentes do curso.

divulgar informações que atingissem, mesmo de forma limitada, um público mais amplo” (SILVA; REBOUÇAS, 2011, p. 3). A Amplificadora Cratense foi a pioneira do interior do Ceará, tendo sido inaugurada em 1937 por Júlio Saraiva Leão, então secretário de Urbanismo do Crato. A iniciativa consistia em um sistema de alto-falantes instalados pela cidade, irradiando músicas, crônica, programas de calouros e anúncios locais.

Ainda nos embalos da “era de ouro” do rádio, chegam finalmente nos anos 1950 as primeiras emissoras ao interior do Ceará. É certo que a televisão também tinha acabado de estrear no país, porém só aos poucos é que a era dourada do rádio vai se apagando e o novo meio vai adquirindo o seu posto. E foi o pai da televisão brasileira, Assis Chateaubriand, o responsável pela instalação da primeira emissora do Cariri, tendo inclusive comparecido pessoalmente ao evento inaugural. A Rádio Araripe do Crato foi fundada em agosto de 1951, quase um ano após a estreia da pioneira TV Tupi, sendo mais uma das aquisições dos Diários Associados, o conglomerado de comunicação de Chateaubriand. Em novembro do mesmo ano foi fundada a segunda emissora da região, a Rádio Iracema de Juazeiro do Norte. A rádio foi uma das várias no Ceará com o nome “Iracema”, que surgiram de uma sociedade liderada pelos irmãos empresários José e Flávio Barreto Parente e pelo advogado José Josino da Costa, cuja proposta era que estas rádios tivessem as programações unidas pela Rede Abolição de Rádio Ltda.

Ao final dos anos 1950, as consequências da consolidação da TV como mídia de massa já eram sentidas, com o rádio sendo relegado a segundo plano na produção de entretenimento para todos e na transmissão de informações de caráter nacional e global. Tendo perdido a sua exclusividade, o rádio foi pouco a pouco adaptando-se e adquirindo um novo caráter local. “Regionalizou-se [...], tomando a seu cargo as comunicações de interesse e importância para áreas populacionais limitadas, fazendo-se serviço de utilidade pública” (BELTRÃO apud ZUCULOTO, 2004, p. 39). Este fenômeno contribuiu para a expansão da radiodifusão nos interiores do país, inclusive na região do Cariri cearense.

Depois das pioneiras, as próximas rádios seriam implantadas no Cariri com um espaço de mais ou menos uma década entre cada uma, acompanhando o processo de reconfigurações do veículo e também o novo contexto político nacional. Em 1958, já durante o governo de Juscelino Kubitschek, chega ao Crato a Rádio Educadora do Cariri, fundada pelo então bispo Dom Vicente de Paulo e vinculada à Fundação Padre Ibiapina, entidade filantrópica sócio educacional da Diocese do Crato. A criação da emissora foi parte de um conjunto de ações do Ministério da Saúde em campanha de combate à doença tracoma, mas através da rádio a fundação também desenvolveu a alfabetização para adultos.

Aspiração dos fundadores da radiodifusão no país, o rádio educativo tornou-se oficial apenas em 1937, quando Vargas criou o Sistema de Radiodifusão Educativa, “destinado a promover, permanentemente, a irradiação de programas educativos” (MOREIRA, 1991, p. 18). Por volta da década de 1970, no entanto, o potencial educativo do rádio foi se perdendo, em grande parte devido às oscilações políticas do período militar. O que restou do rádio educativo já não atendia plenamente às funções educacionais, restringindo-se a instrumentalização para o trabalho e transmissão cultural. “As emissoras oficiais e privadas passaram a retransmitir programas rotulados como educacionais e produzidos principalmente pelas Rádios MEC do Rio de Janeiro e de Brasília” (MOREIRA, 1991, p. 21). A Rádio Progresso, instalada em Juazeiro do Norte em 1967, foi uma das várias emissoras que retransmitiam esta programação. A Rádio Progresso tem sua origem vinculada aos Bezerra de Menezes, família que possui tradição política na região, remetendo ao período histórico do coronelismo.

Àquela época, em meio a um cenário político nacional instável (renúncia de Jânio, conturbado governo Jango e golpe militar), já haviam sido aprovados o Código Brasileiro de Telecomunicações em 1962 e o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão em 1963, resultados de disputas entre governo e empresários do setor. No entanto, isso não impediu que os governos militares, já a partir de 1964, controlassem a radiodifusão sob a alegação de defesa da soberania nacional, perseguindo profissionais, censurando informações, fechando emissoras e, por outro lado, concedendo outorgas a amigos do poder e financiando veículos de comunicação privados com publicidade governamental.

É nesse contexto que o empresário cariense Antônio Gondim Sampaio resolve investir também na radiodifusão. Ele foi também o responsável pela fundação, em 1976, de mais uma emissora em amplitude modulada no Cariri, desta vez no município de Barbalha: a Rádio Salamanca (que viria a ter o nome mudado em 1990 para Rádio Cetama). A última outorga AM para a região foi concedida para instalação da Rádio Vale do Cariri na cidade de Juazeiro do Norte em 1980, já ao final do longo período de governos militares. Tendo sido oficialmente inaugurada apenas em 1984, a Rádio Verde Vale, como é popularmente conhecida, teve como fundadores o empresário do ramo de calçados Severino Duarte, além de duas figuras políticas importantes da região: os médicos Mauro Sampaio e Manoel Salviano.

Paralelamente aos retrocessos de ordem política e social, as décadas da ditadura militar ficaram marcadas como um período de intenso desenvolvimento tecnológico para a comunicação. São desta época: transistor, unidades móveis, reportagens ao vivo, especialização e segmentação das emissoras, serviços de utilidade pública, agências de produção radiofônica, informatização das rádios, sistemas de comunicação por satélite, formação de redes de alcance nacional, além das primeiras rádios FM. As emissoras em frequência modulada (FM), que chegam ao Brasil ainda nos anos 1960, começam aos poucos a se popularizar e desbancar as tradicionais AM. “Os governos que se seguiram passaram a usar a concessão de estações FM como um instrumento de jogo político e com isso a faixa se ampliou rapidamente. Enquanto isso o AM sofria um desgaste de imagem, [...] porque se tornou uma espécie de perigoso veículo de comunicação” (JUNG, 2009, p. 46).

Encerra-se a década de 1980 e com ela a longa ditadura militar, e vem então a “Constituição cidadã” com um capítulo inteiro dedicado à Comunicação Social, onde se prega que os meios de comunicação social não podem ser objeto de monopólio ou oligopólio, seja direta ou indiretamente. Mas ainda durante as negociações na Assembleia Constituinte, o próprio presidente Sarney aproveitou para distribuir várias emissoras de rádio e TV entre aliados políticos, além de assegurar seu próprio conglomerado midiático. Mas a prática de usar as concessões como moeda política havia iniciado ainda no governo Figueiredo, na batalha para definir o novo presidente civil.

Nessa leva de concessões foi que finalmente chegaram ao Cariri as primeiras FMs. A primeira delas foi a Rádio Vale FM, autorizada em 1984 para o mesmo grupo de empresários juazeirenses que haviam fundado a Rádio Verde Vale AM, tendo ambas inclusive a mesma razão social (Rádio Vale do Cariri Ltda.). Apesar disso, cada emissora teria um administrador diferente: enquanto a rádio AM passou a ser dirigida por Manoel Salviano, a gestão da FM tornou-se responsabilidade do promotor de eventos Jota Rodrigues e do empresário Mauro Macêdo. Este último é filho de Raimundo Macêdo, o “Raimundão”, médico e figura política de destaque na região. Um ano depois, em 1985, seria concedida mais uma estação FM para a região, a Rádio Tempo de Juazeiro do Norte, idealizada por um grupo de empresários e radialistas, sendo inicialmente

ligada à Rede Transamérica. Após um tempo e mudanças da administração da rádio, esta passou a ser comandada por Edilson Lopes de Oliveira, irmão de Eunício Oliveira, figura política de destaque nacional, inclusive escolhido para Ministro das Comunicações (2004) e presidente do Senado Federal (2017). Já na cidade do Crato, a primeira emissora em frequência modulada a ser inaugurada foi a Rádio Princesa em 1992, por iniciativa de José Aldegundes Muniz Gomes de Mattos, o qual era prefeito da cidade pelo então PMDB de 1989 até o ano da fundação da emissora. “Zé Adega”, como é conhecido na região, além de político também é médico, inclusive com seu consultório instalado exatamente ao lado da emissora.

Nos anos 1980 ganhou impulso no Brasil o fenômeno das rádios livres e logo apareceram as primeiras vozes “reivindicando alterações no Código Brasileiro de Telecomunicações, de forma que seja permitida a existência de um espaço para emissoras alternativas, de pequeno alcance e que não explorem a publicidade comercial” (ORTRIWANO, 1985, p. 35). Duas grandes conquistas do movimento foram a criação da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), em 1996, e da Lei da Radiodifusão Comunitária, em 1998. As rádios livres que já operavam em todo o território brasileiro foram aos poucos buscando se ajustar à nova lei.

No Cariri, a primeira comunitária contemplada pela legislação foi a Rádio São Francisco FM em Crato. A emissora já operava desde 1996, ao lado da paróquia de São Francisco em Crato, tendo sido fundada pelo padre Raimundo Elias, então pároco da igreja de São Francisco. Posteriormente a rádio conquistou sua autorização de funcionamento, em nome da Associação Comunitária do Barro Vermelho. Em 1997, mais uma comunitária foi instalada, a Rádio Juazeiro FM, sediada no município homônimo. A emissora já funcionava por liminar, mas em 1998 foi fechada, voltando no ar em 2000, agora vinculada à Fundação Educacional Leandro Bezerra de Menezes, em referência ao fundador da associação. Leandro, como o próprio sobrenome sugere, era mais um integrante da família Bezerra de Menezes, que há décadas já era proprietária da Rádio Progresso de Juazeiro do Norte. Uma terceira rádio comunitária, desta vez no município de Barbalha, seria inaugurada somente no ano de 2005. Localizada no distrito Caldas, a dez quilômetros de distância do centro da cidade, a emissora foi registrada em nome da Sociedade Civil para o Desenvolvimento de Barbalha. A criação da Rádio Caldas FM foi facilitada com o apoio do ex-prefeito de Barbalha, Rommel Feijó.

Além das rádios comunitárias, neste mesmo período chegaram à região do Cariri duas emissoras de categoria educativa. A radiodifusão educativa já havia sido instituída em decreto de 1967, sendo complementada por documentos dos anos 1990. Segundo a legislação, este tipo de outorga só pode ser pleiteado por fundações e por entidades públicas criadas por lei. As emissoras educativas têm fins exclusivamente educacionais, buscando divulgar e veicular conteúdos educativos e culturais.

A Rádio Padre Cícero de Juazeiro do Norte começou como comunitária, mas logo foi fechada, sendo reaberta em 2004, desta vez na categoria educativa. A reinauguração foi iniciativa do padre Luís Sampaio do Rêgo, então líder da Paróquia Sagrado Coração de Jesus. A emissora é uma concessão da Fundação Educativa Salesiana Padre Cícero, administrada pelos padres salesianos e sem fins lucrativos, tendo seus estúdios instalados no pavimento superior da paróquia. Já a rádio educativa Barbalha FM, sediada no município de mesmo nome, foi fundada em 2005, passando a ser vinculada à Fundação Francisco Gurgel Corrêa. Este, além de líder comunitário, é também fundador e diretor da rádio, tendo sido vereador de Barbalha. Inicialmente a rádio foi considerada comunitária, tendo sua categoria posteriormente modificada para educativa. A emissora teve sua construção viabilizada por doações de políticos e empresários barbalhenses.

Em 2018, o nome da emissora seria modificado para Cariri FM, mantendo-se, no entanto, a propriedade da concessão.

As novas tecnologias de comunicação oferecem inúmeras possibilidades de modernização das emissoras, porém, geralmente com altos custos de implementação. Nesse contexto, as redes se revelam como alternativas eficazes para sobrevivência das rádios antigas e a criação de novas emissoras. “A aliança entre afiliada e cabeça-de-rede tem dupla função: garante a oferta de programação - conseqüentemente, garante a audiência - sem dispendir muitos recursos e garante a máquina pública atuando em prol dos radiodifusores” (SANTOS, 2006, p. 18).

No novo milênio, quatro emissoras afiliadas a redes de comunicação chegaram ao Cariri. Em 2007, foi inaugurada em Crato a Rádio SomZoom Sat Cariri, pertencente à rede de rádios operada pelo grupo SomZoom Sat em parceria com o Sistema Ceará Agora de Comunicação. Em 2013, foi a vez da Rádio Jangadeiro FM ser instalada também no Crato, vinculada ao Sistema Jangadeiro de Comunicação, grupo fundado em 1990 pelo político cearense Tasso Jereissati. Já em Juazeiro do Norte, foi instalada a Rádio FM Gospel em 2014, fazendo parte de uma rede de rádios de conteúdo evangélico que conta com mais três rádios instaladas no Ceará. Por fim, também em Juazeiro do Norte, a mais nova emissora a se instalar na região do Cariri foi a Rádio CBN Cariri, inaugurada em 2018, sendo filiada à rede Central Brasileira de Notícias (que faz parte do Sistema Globo de Rádio), e pertencente ao Grupo de Comunicação O Povo. A proposta da rede é promover uma programação 100% jornalística.

Desde a virada para o novo século o rádio brasileiro tem experimentado mais um momento de transição, desta vez ocasionado pela introdução da telefonia móvel, da internet e tecnologias derivadas. São símbolos dessa nova fase a migração de rádios do AM para o FM, do analógico para o digital e o surgimento de formatos específicos da rede, tais como as webrádios e os podcasts. “Ao não se restringir mais apenas às transmissões por ondas eletromagnéticas, o rádio pende de um conceito de viés tecnológico para um novo, amparado na sua linguagem específica” (FERRARETTO, 2012, p. 18 e 19).

Inicialmente distante dos grandes desenvolvimentos nacionais, o rádio caririense acelerou seu desenvolvimento e chegou aos seus 70 anos acompanhando mais de perto as mais recentes tendências da radiodifusão. Uma grande novidade dos últimos anos é justamente o pioneirismo do Cariri em relação à implementação da mudança da faixa AM para FM, autorizada por decreto presidencial. Nesse processo de migração, além das mudanças de nomes, algumas rádios também tiveram alterações na administração (embora nem sempre na concessão), uma vez que, devido ao alto custo dos novos equipamentos, precisaram atrair outros investidores.

As duas primeiras emissoras em todo o país a realizarem a migração foram rádios caririenses, respectivamente: a Rádio Progresso de Juazeiro do Norte, que por isso passou a adotar o slogan “a primeira do Brasil”; e a Rádio Cetama de Barbalha, que após a mudança tornou-se Rádio Verdes Mares Cariri. Com a nova frequência, vieram novos proprietários. A Rádio Progresso foi vendida para Antônio Firmino da Silva (conhecido como Antônio Benedito), ex-vereador do município de Juazeiro do Norte. Já a Rádio Verdes Mares Cariri, que ainda está em fase experimental, é agora filiada ao Sistema Verdes Mares de Comunicação (indiretamente vinculado ao político Tasso Jereissati).

Em seguida, fizeram a migração outras três emissoras pioneiras da radiodifusão do Cariri. A Rádio Araripe, após ter passado durante sua história por diversas mãos, fez finalmente a sua migração em 2016, passando a adotar atualmente a nomenclatura Rádio Plus, fazendo parte do

Grupo Cearasat de Comunicação. Já a Rádio Iracema, também com um histórico de vários donos, migrou para o FM em 2017, estando atualmente sob a propriedade de Francisco José Vieira de Figueiredo Correia, advogado e ex-deputado estadual. A última AM a fazer a migração para o FM foi a Rádio Educadora do Cariri em 2018, esta, porém, mantendo o nome e a sua ligação com a Diocese do Crato.

A Verde Vale é a única AM do Cariri que ainda não aderiu à faixa FM. Em 2020, no decorrer da pandemia do novo coronavírus, a emissora aparentemente foi fechada, já que deixou de veicular sua programação. Ao final de 2019, a região do Cariri recebeu autorização para operar a primeira emissora universitária do interior do Ceará: a rádio da Universidade Regional do Cariri - Urca, que teve sua programação iniciada em 2020 na cidade do Crato.

## Conclusões

Apesar das novidades tecnológicas no cenário da radiodifusão caririense, não há, no entanto, nada realmente de muito original. Em termos de programação, os dados do mapeamento encerrado em 2013 apontavam para o predomínio de entretenimento musical (60%) e doutrinação religiosa (24%), com um menor espaço para o conteúdo jornalístico (13%), produzido geralmente sem cuidado técnico e ético. As rádios comunitárias e educativas em geral reproduzem o estilo de programação das emissoras comerciais. E em se tratando de exploração dos veículos, o que se verifica nas rádios da região é uma reprodução do padrão estabelecido nacionalmente: a forte relação dos meios de comunicação com proprietários ilegítimos, tais como, instituições religiosas (quatro emissoras), monopólios e oligopólios de comunicação (cinco emissoras) e figuras políticas (nove emissoras).

Após sete décadas de história, o rádio se firma, entre os meios de massa convencionais, como o preponderante no Cariri cearense: são ao todo 19 rádios, em contraste com apenas duas emissoras de televisão e poucos impressos de circulação constante. Talvez justamente pela introdução mais tardia – em relação aos grandes centros – das inovações tecnológicas concorrentes, como a TV (cujas emissoras locais foram instaladas há pouco mais de uma década) e a internet (com as primeiras páginas voltadas a informações sobre o Cariri iniciadas nesse mesmo período), é que o rádio caririense ainda continue mantendo-se importante para a região. Mas mudanças têm sido demandadas para que o meio perpetue sua relevância nos novos tempos de convergência.

## Referências

ALCIDES, Jota. PRA-8: **O Rádio no Brasil**. Brasília: Fatorama, 1997.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. 14, n. 2, 2012. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/418/332> Acesso em: 28 fev. 2021.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009.

MAPEAMENTO. **Projeto de Monitoria de Graduação Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri.** Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri - UFCA e Pró-reitoria de Graduação - Prograd. Juazeiro do Norte: UFCA, 2013.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil.** Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos.** São Paulo, Summus, 1985.

SANTOS, Suzy dos. **E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras.** E-Compós, Brasília, v. 7, n. 11, 2006. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104> Acesso em: 28 fev. 2021.

SILVA, Erotilde; REBOUÇAS, Mara. **A Implantação do rádio no Cariri cearense.** In: Encontro Nacional de História da Mídia. GT de História da Mídia. 8., 2011, Guarapuava-PR . Anais [...]. Guarapuava-PR: Alcar, Unicentro, 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/A%20implantacao%20do%20radio%20no%20Cariri%20cearense.pdf/view> Acesso em: 28 fev. 2021.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **As transformações da notícia de rádio na fase pós-televisão.** Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 34-45, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1896/1805> Acesso em: 28 fev. 2021.



# ENTRE TELAS E EPISÓDIOS: A TRANSMIDIAÇÃO NO PODCAST PRAIA DOS OSSOS

**Lorena Aracelly Cabral de Oliveira<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

**Valquíria Aparecida Passos Kneipp<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

## Resumo

O artigo tem como objetivo investigar como a narrativa transmídia colaborou na expansão do Podcast Praia dos Ossos e quais estratégias foram utilizadas. Como referencial teórico nós apoiamos nos estudos sobre transmídiação de Fechine (2013 e 2014). Utilizamos como metodologia o estudo de caso de caráter exploratório que ocorre através da análise dos episódios da série documental em áudio Praia dos Ossos. Como resultado, destacamos que a utilização das estratégias de transmídiação colaboram tanto na ampliação do conteúdo como também na conquista de novos ouvintes.

**Palavras-chave:** Transmídiação; Podcast; Praia dos Ossos

## Introdução

Surgidos em 2004, os podcasts emergiram como um formato de nicho, apesar disso, neste momento classificam-se como um fenômeno em crescimento, com programas em diversos gêneros e conquistando a audiência. O Podcast, de modo genérico, pode ser compreendido como programa de rádio tradicional, disponível na internet, sem ondas (KISCHINHEVSKY, 2007).

São considerados como uma revolução da comunicação sonora, pois utilizam-se da linguagem radiofônica para criar o conteúdo sob demanda e assíncrona. Tem como característica sua facilidade de produção e distribuição tornando-se produtos populares e de fácil consumo (KISCHINHEVSKY, 2018).

No momento atual com a propagação dos smartphones, melhoria na qualidade da internet móvel e a popularização de inúmeras plataformas de streaming transformaram o podcast em um novo processo midiático. Segundo estudo da Deezer, uma das plataformas que produz e dissemina este formato de áudio, o consumo de podcasts no Brasil, cresceu 67% apenas em

---

1 Mestranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal, RN. Email: lorycaoly@gmail.com.

2 Orientadora do Trabalho, Doutora em Comunicação pela USP, professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia pela UFRN. Pesquisadora do Grupo de Estudos sobre Nova Ecologia dos Meios, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita (Unesp). E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br.

2019. Dados que reafirmam a relevância e o crescimento do interesse dos brasileiros em relação ao esse tipo de narrativa digital<sup>3</sup>.

O podcast é uma mídia sonora que possibilita a vinculação de diferentes formatos, e por isso é um excelente meio para se contar histórias. Atributo que o Praia dos Ossos se apropriou para contar a vida de Ingrid Diniz. Na análise foi possível identificar que a produção relata o relacionamento com Doca Street, com evidentes demonstrações de violência; o dia do crime; os dois julgamentos que reuniram os mais ilustres advogados da época; as consequências e o impacto do crime na sociedade.

Apesar do material se basear em um crime real, o foco do Praia dos Ossos não é a investigação criminal, afinal de contas, não há nenhum mistério neste crime: sabemos quem matou, quando e onde, mas uma discussão sobre violência de gênero contra as mulheres. Esse Podcast segue ainda um formato novo no Brasil, um produto que chamamos de storytelling ou podcast narrativo. Para Viana (2020, p. 296), “trata-se de uma técnica para narrar fatos como se fossem histórias, enfatizando a narração e a descrição”.

Praia dos Ossos, investiu em conteúdo multiplataforma ampliando seu enredo sonoro para a plataforma web. Além da transmissão semanalmente dos episódios, disponibilizados aos sábados, o podcast desenvolveu estratégias no site oficial da produção, como forma de consumo paralela ao do produto sonoro, de maneira mais dinâmica e que complementem a narrativa central da minissérie em áudio.

Esta pesquisa justifica-se em virtude da importância de estudar essa nova modalidade do áudio e apresentar conteúdos levando em consideração a união de novas ferramentas. Ressalta-se que esta minissérie apresenta características de documentário e possui convincente adaptação para o áudio. Assim, podemos caracterizar o podcast como um dispositivo que une informação, entretenimento e pluralidade de assuntos, com as especificidades do áudio junto ao ambiente virtual.

## Metodologia

A partir da metodologia qualitativa e para atender os objetivos dessa pesquisa, será utilizado o método exploratório que têm sua coleta de dados realizada por levantamento bibliográfico, onde será desenvolvida a partir de material já elaborado pertinente ao tema, constituído principalmente de artigos científicos.

## Resultados e Discussões

Novas estratégias de distribuição dos podcasts foram desenvolvidas para levar em conta as características de cada produto ou serviço para as diversas mídias, com o propósito de promover interação, a fim de impactar o maior número de pessoas das mais variadas formas. A união de diversos elementos pode compor uma narrativa transmidiática nos podcasts como: vídeos, fotos, infográficos interativos, mapas, textos, tudo isso aliado às potencialidades das redes sociais.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/10/21/impulsionado-por-streamingconsumo-de-podcast-cresce-67-no-brasil-em-2019.htm>.

Cabe ressaltar, que os podcasts precisam criar e adaptar novas possibilidades para a participação dos seus ouvintes. Utilizaremos nessa pesquisa o termo transmídiação que caracteriza suas estratégias e práticas como explica Fachine (2014):

a “transmídiação” foi definida como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si, e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais. Para os estudiosos do fenômeno, o desafio consiste, então, em identificar e analisar quais são essas estratégias e práticas, as quais variam de acordo com o campo de produção (teledramaturgia, jornalismo, publicidade etc.) (FACHINE, 2014, p. 7).

Assim identificamos que o Praia dos Ossos oferece conteúdos transmídia, frutos da articulação entre os episódios, do boletim informativo via email, do site oficial e das redes sociais. Desse modo, esses conteúdos correspondem a duas estratégias: propagação e a expansão. Na propagação o foco é a ressonância, a retroalimentação dos conteúdos. Já nas estratégias de expansão tem como principal atribuição aumentar e ampliar o conteúdo para além da TV (no nosso caso do podcast), com a função de oferecer novos pontos de vista, conteúdo adicional (FACHINE et al., 2013).

Em síntese Fachine et al. (2013), identifica essas duas categorias de conteúdos transmídias de propagação — reformatados e informativos — que se desdobraram em cinco subcategorias (conteúdos de antecipação, recuperação, remixagem, contextuais e promocionais); duas categorias de conteúdos transmídia de extensão — de extensão textual e lúcida — que se desdobraram, por sua vez, em mais quatro subcategorias (extensões narrativas, diegéticas, vivências e de marca). A partir dessas duas estratégias, foi possível categorizar os conteúdos transmídias produzidos para o Podcast Praia dos Ossos. Para fins de conhecimento, detalharemos apenas as categorias onde encontramos a utilização de exemplos relacionados.

De acordo com site, Praia dos Ossos é o primeiro podcast original da Rádio Novelo - uma produtora de podcast – com apoio de divulgação da Revista Piauí. Narra a história real de um caso criminal que conta o assassinato da socialite mineira ngela Diniz, ocorrido em 30 de dezembro de 1976, numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, município do Rio de Janeiro. ngela foi assassinada com quatro tiros no rosto, pelo seu próprio namorado, Doca Street, réu confesso.

A trama baseada em fatos verídicos, estreou em 12 de setembro de 2020 e tem entre 40 minutos e 65 minutos de duração. Apresentado e idealizado por Branca Vianna, conta com oito episódios conforme podemos observar no quadro 1, sendo o resultado de um ano e meio de trabalho, com mais de 60 pessoas entrevistadas e 80 horas de material gravado. O material está disponível nas principais plataformas de áudio, no canal do YouTube da Rádio Novelo e no seu site <https://www.radionovelo.com.br/praiadosossos/>. Ao final da temporada, foram disponibilizados apenas para os assinantes da revista Piauí, dois episódios bônus de Praia dos Ossos.

**Quadro 1:** Características do podcast Praia dos Ossos.

Episódios	Título	Duração	Publicação
1	O Crime da Praia dos Ossos	53 minutos	11 setembro de 2020
2	O Julgamento	1 hora e 05 minutos	19 de setembro de 2020
3	Ângela	01 hora e 02 minutos	26 de setembro de 2020
4	Três Crimes	52 minutos	03 de outubro de 2020
5	A Pantera	44 minutos	10 de outubro de 2020
6	Doca	58 minutos	17 de outubro de 2020
7	Quem ama não mata	56 minutos	24 de outubro de 2020
8	Rua ngela Diniz	01 hora e 05 minutos	31 de outubro de 2020

**Fonte:** Elaborado pela autora.

O podcast conta com um site e um boletim informativo via e-mail. Em seu site, que também disponibiliza a transcrição dos episódios na íntegra em formato .pdf, o ouvinte é convidado a acessar seu conteúdo especial, ver imagens de arquivo e conhecer toda a equipe envolvida no projeto.

Utilizando as definições de Fachine et al. (2013) para estratégias e práticas transmídias analisamos as técnicas e a cultura participativa empregado pela podcast Praia dos Ossos. Dentre as estratégias de propagação referentes aos conteúdos reformatados temos como exemplo na categoria antecipação o boletim informativo via email que contribuiu para adiantar a história da narrativa entre o público gerando interesse em acompanhar o conteúdo sonoro. Outra estratégia de antecipação utilizada foi o teaser<sup>3</sup> no YouTube, que funcionou como um elemento de ressonância, “agendando-o entre outros destinatários ou em outras instâncias, constituindo comunidades de interesses” (FACHINE et. al., 2013, p. 33).

Quanto as estratégias de propagação na categoria de recuperação temos diversas matérias publicados sobre o podcast, tanto em texto como em áudio. A divulgação desses conteúdos postados nas redes sociais como no boletim informativo colaboram para manter o interesse pelo podcast. Ainda na estratégia de propagação, a categoria contextual é empregada pela divulgação dos registros de colunas sociais com imagens da vida de ngela Diniz, a cobertura midiática do crime nas reproduções dos jornais e revista da época. Estes conteúdos assumem papel de complementar os episódios ampliando o conhecimento sobre o contexto histórico.

Na categoria promocional identificamos uma conversa denominada “Live Praia dos Ossos” que está disponível na íntegra tanto no Instagram quanto no canal no YouTube da Rádio Novelo, onde a idealizadora Branca Vianna, bem como a pesquisadora Flora Thomson-DeVeaux comentam sobre a pesquisa, o roteiro, montagem, recepção dos entrevistados e também sobre algumas curiosidades de bastidores.

Nas estratégias de expansão temos na categoria de extensão textual narrativa com função de acrescentar novas histórias à narrativa principal, o episódio bônus sobre a localidade Praia dos Ossos e a história da personagem secundária que aparece na trama a alemã Gabriele Dyer que

<sup>3</sup> Playlist com todos os teasers no canal do Youtube da Rádio Novelo: Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLD-9mG2PTpdQj4uzJRdPYM1113ZrwdJ>.

funcionou ainda como estratégia para ampliar as possibilidades comerciais como é o caso da parceria entre a Rádio Novelo e a Revista Piauí já que os episódios estão disponíveis apenas para os assinantes da revista.

Na categoria extensão lúdica temos na subcategoria vivencial os conteúdos que demandam que o público interaja, como no grupo dos ouvintes e da equipe do Praia dos Ossos no Facebook. Lá é possível debater a história do assassinato de Ingrid Diniz e seus desdobramentos.

A análise dos objetos permite verificar que todos os produtos midiáticos contribuem para formação total da narrativa. Este aspecto se apresenta, pois, de alguma forma, os conteúdos produzidos, estão ligados ao podcast Praia dos Ossos reforçando a ideia de que todo objeto midiático forma um campo gravitacional (SANDVOSS apud FECHINE, 2019), ao redor do qual circulam uma variedade de outros textos que lhe dão suporte e com ele se relacionam.

## Conclusões

Considerou-se nessa pesquisa ao analisar segundo a categorização das estratégias e práticas de transmidiação (FECHINE et al., 2013) que ocorreram no podcast Praia dos Ossos. Como podemos identificar ao longo da nossa pesquisa Praia dos Ossos renovou o potencial comunicacional do podcast utilizando novas formas e linguagens para aprimorar esse recurso e foi contribuído pela forma que a história foi contada, como também pelos elementos da narrativa transmidiação permitindo que os ouvintes tenham um maior engajamento através de fóruns e comentários pelas redes sociais.

Devemos considerar a importância da convergência e das novas formas de comunicação como meio fundamental para entender a expansão do podcast nos atuais processos socioculturais de nossa sociedade, suas relações com os demais meios de comunicação, bem como, para compreender o poder da difusão de conteúdo e experiência que a narrativa transmidiação proporciona aos seus ouvintes. Um ouvinte do Praia dos Ossos, tem a possibilidade de consumir, não apenas os episódios da série – ele pode ler notícias do assassinato e do julgamento do assassino de Ingrid Diniz, fotos da época, capas de jornais e participar de grupos online. Dessa forma, compreendemos que a nova roupagem pela qual passa o podcast unidos a transmidiação colabora tanto na ampliação do conteúdo como também na conquista de novos ouvintes.

Com isso, entendemos que o processo de transmidiação em Praia dos Ossos, efetivou-se porque utilizou estratégias de propagação e expansão de conteúdo, estimulando o consumo para além do podcast, contribuindo também para a participação dos ouvintes.

## Referências

FECHINE, Y. **Transmidiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras**. In: Revista Contracampo, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 5-22.

FECHINE, Y.; LIMA, C. A. R. **O papel do fã no texto transmidiação: uma abordagem a partir da televisão**. MATRIZES, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 113-130, 2019. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v13i2p113130. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/148600>>.

Acesso em: 3 jan. 2021.

FECHINE, Y. et al. **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <[http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/ficcao\\_televisiva.pdf](http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/ficcao_televisiva.pdf)> Acesso em: 5 jan. 2021.

KISCHINHEVSKY, M. (2007). **O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão.** Rio de Janeiro: E-Papers.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo.** Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Santiago de Compostela, v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.

RÁDIO NOVELO. **Praia dos Ossos**, 2020. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.radionovelo.com.br/praiadosossos/>>. Acesso em 3 jan. 2021.

RÁDIO NOVELO. **Praia dos Ossos: todos os teasers.** 11 vídeos. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLD-9mG2PTpdDqJ4uzJRdPYM1113ZrweDJ>. Acesso em: 03 jan. 2021.

TRINDADE. R. **Graças a streaming, consumo de podcast cresce a galope no Brasil neste ano.** UOL. São Paulo. Publicado em: 21 out 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/10/21/impulsionado-por-streaming-consumo-depodcast-cresce-67-no-brasil-em-2019.htm>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

VIANA, L. **O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting.** RuMoRes, [S. l.], v. 14, n. 27, p. 286-305, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.167321. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/167321>>. Acesso em: 10 jan. 2021.

# HISTÓRIA DO JORNALISMO ONLINE, DESINFORMAÇÃO, HISTÓRIA DO JORNALISMO IMPRESSO

Coordenação: Professora Dra Cleide  
Luciane Antoniutti



**Anais do VI ALCAR Nordeste**  
Universidade Federal do Cariri



# JORNALISMO E MEMÓRIA: VESTÍGIOS DE SÃO JOÃO DA CANABRAVA NO JORNALISMO ONLINE PIAUIENSE

**Adailson Expedito de Carvalho**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Sheron Weide Alves Ferreira**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Mayara Sousa Ferreira**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

## Resumo

A ideia deste artigo é entender como o jornalismo piauiense aborda este pequeno município, com o propósito de identificar de que maneira o jornalismo está colaborando para registrar os vestígios de memória do município canabravense. Trazemos a problemática de como as notícias sobre São João da Canabrava estão sendo veiculadas através dos sites de informação piauienses, e quais as contribuições desse jornalismo para a preservação de memórias sobre o Município, uma vez que, além de informar, o jornalismo também pode ser um lugar de memórias, como dizem Rêgo (2012) e Ferreira (2016). Dessa forma, o objetivo é analisar como as notícias veiculadas pelo jornalismo digital sobre São João da Canabrava contribuem com a construção de memórias sobre o município, assim relacionando a produção de notícias sobre São João da Canabrava à construção da memória coletiva. Essa proposta toma como ambiente de investigação o jornalismo digital, pela sua relevância e alcance na sociedade atual. Neste artigo, o primeiro passo do percurso metodológico foi trabalhar com os autores no referencial teórico para dar embasamento às discussões e às análises, portanto, temos uma pesquisa bibliográfica. Esta pesquisa também é documental, pois utilizamos as matérias sites de notícia, aqui, discutidas como fontes documentais. Para chegar às matérias que dizem respeito ao município de São João da Canabrava, fizemos uma pesquisa na plataforma digital de buscas Google. Para isso, utilizamos a palavra-chave “São João da Canabrava” e consideramos somente a tag de notícias do Google. A partir de um olhar sobre os únicos dois sites que veicularam notícias próprias sobre São João da Canabrava, percebemos que a Prefeitura Municipal de São João da Canabrava integra os anunciantes, o que pode ser indicativo de um relacionamento de publicidade, que pode chegar ao jornalismo, por um olhar mais interessado ao que acontece no Município, de modo que impulsiona a produção e não somente a reprodução, como foi o caso da maioria dos sites encontrados na busca. Diante do que foi discutido, é notável que o entretenimento se destacou, enquanto que a cultura, um dos pontos essenciais da sociedade, que mereciam ser lembrado pelo jornalismo, ocupou um patamar bem abaixo no ranking de conteúdos noticiosos. Fica um questionamento: qual o motivo de tantas postagens e valorização de uma única editoria em detrimento de outras tão relevantes do ponto de vista social? É claro que os vestígios de memória de São João da Canabrava que vêm sendo construídos através do jornalismo online piauiense indicam uma forma de visibilidade para o município, pois, certamente, antes do surgimento desses sites local e regional, é provável que a conservação da memória estivesse relegada principalmente à oralidade e aos documentos oficiais.

**Palavras-chave:** São João da Canabrava; Memórias; Jornalismo Online.

## Referências

FERREIRA, Mayara Sousa. **Memórias da cultura: estratégias e táticas de Revestrés na (re) construção das identidades piauienses**. 2016. 209 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Piauí, Teresina.



# A IMPLANTAÇÃO DA UFMA EM IMPERATRIZ PELAS PÁGINAS DOS JORNAIS

**João Carlos Alcântara Sousa**<sup>1</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Marcos Fábio Belo Matos**<sup>2</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Rosana Ferreira Barros**<sup>3</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Hugo Pereira de Sousa Leite**<sup>4</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

**Rafael Mendonça Pestana**<sup>5</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, Maranhão

## Resumo

Este trabalho investiga a história da fundação do campus da Universidade Federal do Maranhão, na cidade de Imperatriz – o primeiro campus do processo de interiorização da UFMA, em fins dos anos 1970. Ele foi construído a partir do cotejamento e análise dos registros históricos, encontrados nas páginas impressas, matérias publicadas em jornais da cidade e do estado, que fazem o papel de suportes jornalísticos que auxiliam a construir a narrativa da criação deste campus. O levantamento efetiva o resgate e consequente difusão da história e das memórias da universidade e, ainda, contribui para ampliar o conhecimento da história da própria cidade.

**Palavras-chave:** Jornalismo; UFMA; Jornal Impresso.

## Introdução

A base do início desta pesquisa foi o levantamento bibliográfico. Por meio da pesquisa bibliográfica, se constituíram procedimentos visando a No passo seguinte, a estratégia para

---

1 Discente de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão, discente bolsista no Programa Institucional de Iniciação Científica da UFMA, e-mail: alcantara.sousa44@gmail.com.

2 Professor Orientador. Docente dos cursos de Comunicação Social - Jornalismo e Pedagogia da UFMA Imperatriz, Pós-Doutor em Comunicação pela UNISINOS e membro do LIDIME. (Grupo de Pesquisa em Linguagem, Discurso, Mídia e Educação) e-mail: marcosfmatos@gmail.com.

3 Técnica-administrativa de rádio e audiovisual da Coordenação do Curso de Jornalismo na UFMA Imperatriz

4 Discente de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão, discente bolsista voluntário de pesquisa, e-mail: hugo.leite28@gmail.com.

5 Discente Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do CCSST da UFMA Imperatriz. Graduado em Comunicação Social-Jornalismo pela mesma Unidade Acadêmica da UFMA. E-mail: raffaelpestana@gmail.com

a “transmídiação” foi definida como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si, e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais. Para os estudiosos do fenômeno, o desafio consiste, então, em identificar e analisar quais são essas estratégias e práticas, as quais variam de acordo com o campo de produção (teledramaturgia, jornalismo, publicidade etc.) (FECHINE, 2014, p. 7).

buscar os registros sobre as atividades da implantação da UFMA em Imperatriz foi a análise pormenorizada dos jornais, locais e regionais, que estavam em atividade no fim nos anos 1970 – período em que chega o campus. Para tanto, foi feita a leitura de jornais, tanto no formato impresso quanto aqueles já digitalizados.

O recorte dessa pesquisa está relacionado ao cotejamento de jornais impressos, disponíveis em acervos públicos, a exemplo da Academia Imperatrizense de Letras e a Biblioteca Pública Municipal Oswaldo Carvalho.

Os principais textos de imprensa encontrados são de autoria do jornal impresso “O Progresso”, veículo de comunicação que ainda hoje está em atividade e é considerado o mais antigo jornal de Imperatriz, completando, em 2020, 50 anos de existência.

A etapa consequente a esta coleta dos jornais foi a separação do material que trazia dados sobre a fundação da UFMA e sua posterior releitura e análise pormenorizada.

## Resultados e Discussão

Um dos primeiros registros jornalísticos encontrados sobre a chegada da UFMA em Imperatriz está em um veículo sediado em São Luís, o jornal “O Estado do Maranhão”, que noticiava ações de Imperatriz, a exemplo da notícia publicada em outubro de 1979:

### **Universidade implantará cursos em Imperatriz**

Dentro do programa de interiorização da Universidade Federal do Maranhão, estará funcionando até março do próximo ano, os cursos de direito e de pedagogia na cidade de Imperatriz. A informação foi prestada ontem pelo deputado Dorian Menezes que, ressaltou, na oportunidade, o empenho do deputado Edison Lobão e do senador Henrique de La Rocque para a criação desses cursos. O deputado Dorian Menezes comunicou ainda que o vestibular para os novos cursos será realizado em janeiro.

Bastante empolgado com a notícia recebida pelos assessores do Reitor, o deputado adiantou que é pensamento do governador João Castelo formar as primeiras turmas de agrônomos e médicos veterinários nos próximos quatro anos.

(O ESTADO DO MARANHÃO, 26 de outubro de 1979. nº 2519 p.1)

Ainda neste ano, foi publicado, no mesmo veículo, uma nota acerca do vestibular em Imperatriz:

### **120 vagas no Vestibular de Imperatriz**

O Reitor da Universidade Federal do Maranhão, na qualidade de Presidente do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, e em cumprimento à Resolução No. 70/78 do Conselho Universitário, fixa em 120 o número de vagas para matrícula inicial a serem oferecidas para os classificados no 1º Vestibular Unificado 1980, a realizar-se em janeiro, para o Projeto de Interiorização da Universidade.

Desta forma, coube ao curso de Pedagogia 90 vagas e para o curso de direito, 30 vagas.

(O ESTADO DO MARANHÃO, 02 de novembro de 1979 nº 2526 p.3)

Mais tarde, em 13 de fevereiro de 1980, “O Estado do Maranhão” registra que ocorreu a primeira aula inaugural no Campus de Imperatriz, com presença do ex-reitor José Maria Ramos Martins, do reitor José Maria Cabral Marques (in memoriam) e sua comitiva de pró-reitores e assessores:

### **Ex-reitor da Universidade ministra hoje a aula inaugural do semestre**

O professor José Maria Ramos Martins, estará proferindo às 20:30h de hoje a aula inaugural da Universidade Federal do Maranhão em seu Campus na cidade de Imperatriz, segundo informação oficialmente divulgada pela UFMA, sendo que ali já se encontra uma delegação da Universidade para participar do acontecimento.

Esta comitiva está constituída dos professores José Maria Cabral Marques, reitor da Universidade Federal do Maranhão; José Maria Ramos Martins, ex-Reitor, atualmente presidente do Conselho Editorial da Universidade; Fernando José Ferreira Duarte, Pró-Reitor de Administração; Euda Baptista da Silva, Pró-Reitora de Planejamento; Antonio Carlos Pereira Lobato, diretor do Departamento de Assuntos Estudantis; Nilda Fortes, assistente-social do DAE e Diomar das Graças Mota, assessora responsável pela implantação dos cursos de Direito e Pedagogia.

Programação festiva vem sendo desenvolvida igualmente desde ontem para o início das atividades letivas no Campus de Imperatriz com a realização de trote e coquetel de confraternização entre calouros e autoridades dirigentes da UFMA, enquanto hoje haverá competição esportiva organizada pelos calouros, no campo do 50º BIS, pela parte da tarde, seguindo-se a noite a aula inaugural que será proferida pelo professor José Maria Ramos Martins. Amanhã, no encerramento das festividades, será realizado um forró, no clube “Tocantins” animado pela banda “Sovaco de Cobra”, do qual participarão calouros e convidados.

(O ESTADO, 13 fevereiro de 1980, nº 2817)

Em 1981, ano em que finalizou o processo de implantação da universidade, passando a cidade a ver funcionar os cursos de Pedagogia e Direito, os registros de jornais dizem bastante sobre os processos de vestibular, gerido por uma comissão situada em São Luís, ligada ao então Ministério de Educação e Cultura, como se pode ler no trecho abaixo:

**Presidente falará sobre vestibular.**

O Presidente da Comissão Permanente de Vestibular (COPEVE), professor Eduardo Loureiro, informou que amanhã irá conceder uma entrevista coletiva à imprensa na qual poderá esclarecer possíveis dúvidas e informar acerca dos detalhes ultimados pela COPEVE, tendo em vista a realização de um vestibular Unificado de 81, da Universidade Federal do Maranhão, a ter início no dia 4 com a aplicação da prova de matemática. Por outro lado, a COPEVE encerrou ontem, a entrega das credenciais e manuais de instruções específicas aos 243 fiscais que atuarão no concurso.

Dentre os assuntos que serão abordados quando da sua entrevista no próximo dia 2, amanhã o titular da Comissão Organizadora do vestibular da UFMA, Eduardo Maria Nicolau Vigário Rodrigues Loureiro, adiantou à reportagem de O ESTADO que falará acerca de procedimentos corretos por parte dos candidatos, ao responderem as questões discursivas, em número de duas, provas, de português, por determinação do Ministério da Educação e da Cultura (MEC) e sobre as novas normas rigorosas somadas às já existentes visando a total lisura do concurso.

(O PROGRESSO, 02 de março de 1981, nº1238 p.06.)

Um dos aspectos que ficam gravados nas páginas de “O Progresso”, em relação ao início das atividades da UFMA, é a força do movimento estudantil. O jornal registra que o movimento estudantil possuía força social e política nos diálogos universitários, sendo o protagonista na ação da instalação da biblioteca na unidade. Foi o que ficou registrado na notícia abaixo:

**Universitários ganham Biblioteca**

Retornou na manhã de ontem da Capital do Estado, o acadêmico de Direito José Guimarães Júnior, Presidente da Delegação de Imperatriz do Diretório Acadêmico da Universidade Federal do Maranhão. Ele, em companhia do vice-presidente Vicente Bernardino Bezerra Júnior, esteve em São Luís desde o dia primeiro, tratando de reivindicações junto a várias Pró-Reitorias da UFMA. Segundo Júnior, 15 solicitações, em favor da família universitária imperatrizense foram feitas e acatadas pela Universidade Federal do Maranhão, sendo que uma delas será cumprida no decorrer deste mês; a implantação da Biblioteca Universitária, de início com aproximadamente dois mil livros.

(O PROGRESSO, 05 de junho de 1981, nº1638 p.02.)

No que diz respeito ao movimento estudantil da época, esse possuía jornais dedicados à comunicação interna da comunidade acadêmica e muitos de seus atos eram divulgados por esse suporte de comunicação, fator que auxilia a documentação dos quarenta anos do campus. É nesses suportes que melhor se evidencia o descaso da reitoria com os dois cursos instalados, num plano de expansão mencionado por algumas autoridades da UFMA.

No entanto, tais movimentos de reivindicação dos graduandos também eram publicados em impressos de maior alcance, a exemplo de “O Progresso”, como nesta nota.

**Faculdade de Direito sem aulas.**

É difícil a situação dos alunos da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Maranhão, em Imperatriz, há duas semanas sem aula. Para José Guimarães Jr., presidente do Diretório Acadêmico, o problema está na falta de professores que possa vir a Imperatriz ministrar as aulas. Já existiria uma providência sendo tomada: a contratação de professores, excepcionalmente não concursado, mas autorizados para isso, coisa ainda que não se concretizou.

Ontem Guimarães Jr., endereçou ao Diretor do Departamento de Direito da Universidade do Maranhão telegrama mostrando que “até nesta data estão sendo completadas duas semanas sem aulas para os alunos da Faculdade de Direito, o equivalente a sessenta horas/aula perdidas, com o conseqüente atraso do calendário e programação oferecidos no ato da inscrição do aluno. Pede informação no mesmo telegrama sobre a vinda dos professores ou qualquer alternativa que solucione o problema.”

(O PROGRESSO, 11 de junho de 1981. nº 1644 p.05.)

**Conclusão**

Pela pesquisa, constata-se a relevância do jornalismo, independente do suporte, como repositório histórico e pertinente à memória e construtor da história da sociedade. Tem-se, como prova desse mecanismo, o registro nas páginas de jornal de ações relativas à implantação da UFMA em Imperatriz, como, por exemplo: as lutas pela instalação da biblioteca nas dependências do prédio, a partir do resultado de uma reivindicação estudantil.

A relevância do movimento estudantil também era alta, toda e qualquer ação era justificativa para ocupar uma boa parte dos jornais impressos, da eleição até a posse na Câmara Municipal.

Imperatriz foi pouco explorada na tentativa de preencher diversas lacunas de sua história, tendo seus registros ficado em especial com pesquisadores que se interessam pelo jornalismo, memória e audiovisual. Porém, nota-se que o escopo de construção da história é pequeno. Ficam de fora, por exemplo, pesquisas como a da história da UFMA. E é nesse ensejo que surge a relevância desta pesquisa.

Constatou-se também que, no processo de implantação da UFMA em Imperatriz, ficou confiado ao jornalismo veicular os fatos concernentes a essa ação – fatos que se vinculavam a um contexto de importância política, econômica, social, educacional, científica e afetiva. Dizendo de outro modo: é nos jornais que está grande parte da história e da memória dos fatos que marcaram a implantação da UFMA na cidade, aqueles ligados diretamente ao processo da implantação e aqueles que estavam, de alguma forma, relacionados com ele.

**Referências**

ASSUNÇÃO, Thays. **História da imprensa em Imperatriz-MA | 1930-2010**. Imperatriz, MA: EDUFMA, 2018. 166 p. ISBN 978-85-7862-718-8.

BARBOSA, Marialva. **Senhores da Memória**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 2, n., p.84-101, dez. 1995. Semestral. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1259/1212>. Acesso em: 21 ago. 2019.

BRASIL. **Decreto nº 50.832, de 22 de junho de 1961**. Concede à Universidade do Maranhão regalias de universidade livre equiparada. Legislação Informatizada: Decreto nº 50.832, de 22 de junho de 1961: Publicação Original, Brasília: Imprensa Nacional, 23 jun. 1961. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-50832-22-junho-1961-390261-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 1 abr. 2020.

BRASIL. **Lei nº 5.152, de 21 de outubro de 1966**. Autoriza o Poder Executivo a instituir a Fundação Universidade do Maranhão e dá outras providências. Brasília: Imprensa Nacional, 24 out. 1966. Disponível em: <http://legis.senado.leg.br/norma/547011/publicacao/15643130>. Acesso em: 1 abr. 2020.

BERGAMO, Alexandre. **Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro**. Mana: estudos de antropologia social. n.2. Rio de Janeiro. P. 233–269. 2011.

MALDONADO, Tomás. **Memoria y conocimiento: sobre los destinos del saber en la perspectiva digital**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2007, p. 61-68.

MARCÍLIO, Daniel. **Historiador e o Jornalista: A História imediata entre o ofício historiográfico e atividade jornalística**. Revisa Aedos no 12 vol. 5 - Jan/Jul 2013.

MICHEL, Jerusa de Oliveira; MICHEL, Margareth de Oliveira. **O Jornalismo como memória – um estudo a partir do gênero reportagem “A Floresta das Parteiras”**. Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. p. 2 -15. Rio de Janeiro. 2015.

PALACIOS, Marcos. **Convergência e memória: jornalismo, contexto e história**. Matrizes, São Paulo, v. 4, p.37-50, 15 dez. 2010. Semestral. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38274/41083>. Acesso em: 12 jan. 2019.

SÃO LUÍS. **Universidade Federal do Maranhão. Ministério da Educação. Histórico Institucional. 2020**. Disponível em: <https://portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/historico.jsf>. Acesso em: 10 fev. 2020.

SILVA, Dacio Renault da. **Jornalismo e História: o jornalismo como historiador do presente**. 2011. 214 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação - Jornalismo e Sociedade, Fac, Unb, Brasília, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/9292>. Acesso em: 12 out. 2019.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006 p. 51.

**O ESTADO DO MARANHÃO**, São Luís, Ano XX, número 2519, outubro de 1979.

**O ESTADO DO MARANHÃO**, São Luís, Ano XX, número 2526, novembro de 1979.

**O ESTADO DO MARANHÃO**, São Luís, Ano XXI, número 2817, fevereiro de 1980.

**O PROGRESSO**, Imperatriz, Ano XII, Número 1633, maio de 1981.

**O PROGRESSO**, Imperatriz, Ano XII, Número 1644, fevereiro de 1981.

**O PROGRESSO**, Imperatriz, Ano XII, Número 1628, junho de 1981.

**O PROGRESSO**, Imperatriz, Ano XII, Número 1638, junho de 1981.

**O PROGRESSO**, Imperatriz, Ano XII, Número 1238, março de 1981.



# A DEFESA DO “PROGRESSO” NO RIVALE NO CONTEXTO DA CONSTRUÇÃO DA BARRAGEM DE SOBRADINHO (1972-1979)

**Rafhael Nobre**<sup>1</sup>

Universidade do Estado da Bahia

**Andréa Cristiana Santos**<sup>2</sup>

Universidade do Estado da Bahia

**Edonilce da Rocha Barros**<sup>3</sup>

Universidade do Estado da Bahia

## Resumo

O jornal Renovação e Integração do Vale – Rivable, que circulou na cidade baiana de Juazeiro nos anos de 1972 a 1980, promoveu a circulação de informações sobre a construção da Barragem de Sobradinho (1972-1980), que resultou no deslocamento da população dos seus locais de referência e sociabilidade. Este artigo analisa o discurso jornalístico a respeito deste acontecimento jornalístico, que provocou impactos significativos na vida da população. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa e documental, a partir da abordagem da micro-história da comunicação a partir dos rastros e fragmentos presentes nas 139 edições do periódico. Além disso, utilizou-se a análise do discurso para verificar as formações discursivas relacionadas ao acontecimento jornalístico. Verificou-se que a cobertura jornalística referendou a concepção de progresso propagada pela política desenvolvimentista do regime militar e silenciou aspectos pertinentes aos impactos sociais e ambientais circunscritos à obra.

**Palavras-chave:** História do Jornalismo; Progresso; Construção de Barragem.

## Introdução

Na década de 1970, quatro cidades do estado da Bahia (Remanso, Pilão Arcado, Sento-Sé e Casa Nova) foram transplantadas para outros espaços pra dar lugar a leva de água que formaria a barragem de Sobradinho<sup>4</sup> (BA). Cerca de 70 mil pessoas foram obrigadas pelo Estado através da Companhia Hidrelétrica do São Francisco (CHESF) a se retirarem dos seus espaços de sociabilidade, convivência e referência e se deslocarem para as novas habitações erguidas próximas a barragem (COSTA, 1990).

---

1 Jornalista formado pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB) Campus III Juazeiro. E-mail: nobreraphael@gmail.com

2 Professora do curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Universidade do Estado da Bahia e Doutora em Comunicação e Cultural (UFRJ) e-mail: andcsantos@uneb.br

3 Professora do curso de Pedagogia da Universidade do Estado da Bahia e Doutora em Ciências Humanas. E-mail: ebarros@uneb.br

4 Localizada no Submédio do São Francisco, na cidade de Sobradinho, na Bahia, a 556 Km de Salvador/BA e a 50 km de Juazeiro, também no estado baiano.

Construída na década de 1970, a barragem de Sobradinho fez parte da política desenvolvimentista assumida pelo governo militar, cuja retórica discursiva consistia em levar o progresso às regiões menos desenvolvidas do país (ESTRELA, 2004, p.93). O Governo Federal por meio do Ministério de Minas e Energia avaliava que a região apresentava desenvolvimento econômico inexpressivo, devido aos períodos prolongados de estiagem e pela existência de terras áridas.

Contudo, além da perspectiva da obra de promover o progresso econômico, as ações do Estado, segundo Rabelo (2014), almejavam conectar o país à economia internacional, à custa de empréstimos, reforçando o discurso nacionalista e mantendo o controle político em negociação com as elites locais.

É nesse contexto de transformações socioespaciais neste território que surgiu o jornal *Renovação e Integração do Vale – Rivale*. Criado em março de 1972, por membros da sociedade juazeirense como o economista Flávio Luiz Ribeiro Silva, o agrônomo Jorge Khouri Hedaye e o médico Paganini Nobre Mota, o periódico se consolidou entre a comunidade local como o precursor da “nova etapa da imprensa interiorana” (RABELO, 2014). Discute-se, neste texto, a linha editorial do jornal e a cobertura sobre a construção da barragem a partir de edições como o caderno especial “Sobradinho em Debate”, distribuído na 30ª edição de 15 de abril de 1973 e a coluna “Sobradinho é notícia”, que o jornal manteve desde o ano de 1973, com notas informativas sobre o andamento das obras e questões afins.

## Metodologia

Esta pesquisa adotou procedimentos metodológicos pertinentes à pesquisa qualitativa e documental. Marialva Barbosa e Marcos Morel (2005) recomendam, no primeiro momento, a abordagem quantitativa, com levantamento sistemático acerca do veículo. Neste sentido, na pesquisa de iniciação científica realizada no período de 2019-2020<sup>5</sup>, fez-se o inventário de 139 jornais referentes aos anos de 1972 a 1979. A sistemática compreendeu a identificação dos nomes dos profissionais que colaboraram com o periódico; número de páginas, editorias e mensagens conforme o conteúdo.

A pesquisa seguiu abordagem quantitativa a partir da dimensão dos rastros e dos fragmentos no contexto de uma microhistória da comunicação (SANTOS, 2016). Nesta perspectiva, os produtos comunicativos estabelecem uma intrínseca relação do texto com o seu referente (BARBOSA, 2014). Essa relação produz rastro que permite que as mensagens do passado possam chegar até o presente e que sejam interpretados pelo pesquisador na sua dimensão narrativa como ações de comunicação.

Os rastros também podem ser compreendidos dentro de um quadro conceitual de uma escrita da história, no qual o conhecimento histórico é um fazer-se, uma operação, que organiza procedimentos próprios ao objeto analisado e seus métodos de pertinência, resultando em uma narrativa (CERTEAU, 2008).

Foi utilizada, ainda, a análise do discurso para o entendimento das formações discursivas e ideológicas, que tomam como base a exterioridade como marca fundamental para o entendimento das formações discursivas (BRANDÃO, 1994). O periódico utilizou da linguagem

<sup>5</sup> O projeto de iniciação científica supracitado no texto é intitulado “A construção da Barragem de Sobradinho e o debate público no Jornal Rivale (1972-1980) e foi orientado pela professora Andrea Santos.

jornalística para compartilhar ideologias e produzir mediações junto aos leitores que tinham acesso ao jornal.

## O Rivale e a propagação do discurso de progresso

A linha editorial do Rivale defendia o ideário do progresso e das políticas públicas desenvolvimentistas para as cidades de médio porte<sup>6</sup> no contexto da ditadura militar e, principalmente, os investimentos de obras federais em curso no território baiano. O periódico se posicionava como “um órgão capaz de levantar a bandeira do nosso progresso, porta-voz dos anseios da população da região” (RIVALE, 1972, ed. 10, p.1).

Verifica-se que o Rivale adotou posicionamento alinhado aos interesses das elites políticas desde a sua criação. Contudo, tal discurso procurava incorporar processos de profissionalização do campo jornalístico, assumindo-se como um lugar de neutralidade e “gênero de estabelecimento de verdades” (RIBEIRO, 2010). Desta forma, o Rivale se preocupou em atrelar sua imagem a de um jornal neutro, preocupado com os fatos, como pode ser observado no caderno especial “Sobradinho em Debate”, de 15 de abril de 1973. O jornal defendia o compromisso de dar ao leitor “as explicações que o povo espera, a verdade que merece ser analisada, as conclusões que devem ser sacadas, tudo isto em farto material.” (RIVALE, 30ª edição, 1973, p1).

O discurso jornalístico defendeu as políticas nacionais que resultaram no projeto da construção da Sobradinho, com a regularização do fluxo do rio e a ampliação da irrigação a partir da criação do lago. Para o historiador Elson Rabelo (2014, p. 110), os enunciados, a seleção de temas e a forma como as colunas e notícias eram publicadas reverberavam uma posição favorável ao projeto hidrelétrico e representavam “uma tônica dominante da imprensa”.

Essa tônica pode ser observada no silenciamento ou naturalização das questões sociais e econômicas circunscritas à obra, expressas na política de indenizações e realocações. Tais questões eram tratadas sem a devida problematização que o tema requeria, como podemos observar na edição do caderno especial supracitado:

[..] algumas cidades irão desaparecer para dar lugar a um grande lago formado pelas águas represadas. Mas a coisa não é tão drástica como se anuncia. As providências cabíveis e humanas estão sendo tomadas para que ninguém fique desabrigado ou prejudicado (RIVALE, 1973, ed.30, p.1).

Sobre a política de indenização da CHESF, o jornal destacou que o sistema merece elogios, “pois ninguém que possui posses de terra e deseje indenizações, sai de lá contrariado” ((RIVALE, 1975, Ed. 143, p.4). Subtende-se, ainda, que a CHESF, em ato de bondade, ofertava um valor maior ao imóvel, muito acima do preço que as terras eram vendidas na região. Contudo, a aceitação da indenização não foi pacífica. Existiram conflitos entre a comunidade atingida e a empresa, mas esta discussão só se tornou pública a partir da coluna assinada

6 No ano de 1970, a cidade de Juazeiro tinha poucos mais de 61 mil habitantes. Dados do Anuário Estatístico do Brasil a respeito da população juazeirense- Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=720>

pelo bispo Dom Jose Rodrigues no próprio jornal, que denunciava a postura autoritária da empresa ao lidar com a população deslocada dos seus espaços de sociabilidade<sup>7</sup>.

A elaboração de cadernos especiais voltados para a defesa da barragem de Sobradinho fez parte do aparato necessário para se defender a ideologia favorável ao desenvolvimentismo interpelado pelo Estado. A narrativa do periódico colaborou com o regime militar, impondo ao imaginário social um conceito contraditório de “progresso” que invisibilizava a problemática de ordem econômica, social e ambiental ligadas ao tema. Essa invisibilidade pôde ser verificada quando o jornal apelava para a recorrente naturalização dos impactos socioeconômicos advindos da obra.

Assim, considera-se que existiu uma tentativa de suprimir aspectos de uma determinada realidade para sustentar uma estrutura de poder dominante. Por isso, considera-se o jornal atuou como aparelho ideológico, porque serviu de suporte para promover o poder simbólico do Estado, interessado em criar no imaginário coletivo a ideia de um futuro próspero e glorioso, a partir da construção da barragem de Sobradinho.

## Referências

BARBOSA, Marialva; MOREL, Marcos. **História da imprensa no Brasil**. Metodologia. Disponível em [www.redealcar.ufsc.br](http://www.redealcar.ufsc.br), acesso em 05 de maio de 2005.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil 1800-1900**. Rio de Janeiro. Mauad X, 2010.

BRANDÃO, Helena. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 1994.

CERTEAU, Michel. **A Escrita da história**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

COSTA, Ana Luíza. **Barragem de Sobradinho: o desencontro cultural entre camponeses e técnicos do estado**. Rio de Janeiro: CEDI- Centro Ecumênico de Documentação e Informação.1990. Disponível em: < [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/384602/mod\\_resource/content/0/0692\\_0001%20barragem%20de%20sobradinho.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/384602/mod_resource/content/0/0692_0001%20barragem%20de%20sobradinho.pdf)>

ESTRELA, Ely Souza. **Três felicidades e um desengano: A experiência dos beradeiros de Sobradinho em Serra do Ramalho- BA**. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2004

LOWENTHAL, David. **Como conhecemos o passado**. São Paulo: Projeto História, vol. 17. nov. 1998.

MORAES, Dênis de. **Notas Imaginário Social e Hegemonia Cultural**. Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, junho de 1997

NOBRE, Raphael. **Jornal Rivale: “Discurso jornalístico sobre o progresso no tempo da construção da barragem de Sobradinho**. Trabalho de Conclusão de Curso- Comunicação Social- Jornalismo em Múltiplos Meios, Universidade do Estado da Bahia (UNEB) Juazeiro-BA, 2020.

7 Esta abordagem é destacada no TCC “Jornal Rivale: Discurso jornalístico sobre o progresso no tempo da construção da barragem de Sobradinho”, de autoria de Raphael Nobre, defendido no curso de Comunicação Social/Jornalismo em Múltiplos Meios, Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Juazeiro-Bahia, no ano de 2020.

RABELO, Elson. **Espectros do poder: Uso Político das imagens e discursos da imprensa – o Jornal Rivale, Juazeiro, Bahia - Interfaces Científicas**. Aracaju, 2014; Disponível em :< <https://periodicos.set.edu.br/index.php/humanas/article/view/1434/996>>

RIBEIRO, Ana Paula G. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950**. Rio de Janeiro. E-papers, 2007.

SANTOS, Andréa. **Travessias Comunicacionais de um Tipógrafo-Jornalista: José Diamantino de Assis e as Tessituras do Moderno**. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura), Rio de Janeiro, URFJ, 2016.



# MEMÓRIA DE JOÃO CLAUDINO FERNANDES ATRAVÉS DE MATÉRIAS JORNALÍSTICAS SOBRE SUA MORTE NOS PORTAIS G1 PIAUÍ E CIDADE VERDE

**Thamyres souza de oliveira**<sup>1</sup>

Universidade Federal do Piauí

**Géssica lima feitosa dos santos**

Universidade Federal do Piauí

**Ediara souza dos santos**<sup>2</sup>

Universidade Federal do Piauí

## Resumo

Esse trabalho busca analisar a presença da relação familiar na construção da memória de João Claudino Fernandes a partir dos portais G1 Piauí e CidadeVerde.com. João Claudino foi um empresário, dono de um dos maiores conglomerados de lojas no Piauí, conhecido por todo Brasil, e natural do Rio Grande do Norte. O grupo Claudino, teve início na cidade de Cajazeiras, na Paraíba, se instalando em 1958, na cidade de Bacabal, no Maranhão, lugar em que João Claudino passou a fazer parte do grupo, juntamente com seu irmão Valdecy e seu pai, “Seu Joca”. João Claudino faleceu em 24 de abril de 2020 em Teresina, Piauí, onde residia. Após o seu falecimento, tivemos interesse em analisar como sua memória foi construída pelos portais G1 Piauí e CidadeVerde.com, nas matérias que fizeram referência ao seu falecimento. Deste modo, este artigo tem como objetivo principal analisar a presença da relação familiar na construção da memória de João Claudino Fernandes a partir dos portais G1 Piauí e Cidadeverde.com. A memória é evocada por fragmentos de falas de vários personagens e do próprio jornalismo sobre João Claudino e sua relação com a família. Neste contexto, trabalhar com a memória familiar, permite aos leitores a oportunidade de ter uma percepção da memória construída através do passado e que reflete, de certo modo, no presente. Portanto, contribui com o enriquecimento tanto das pesquisadoras, organizadoras quanto da instituição universitária idealizadora do Projeto Liga JOEME (Jornalismo, Educação e Memória).

**Palavras-chave:** Memória; Família; João Claudino.

## Introdução

O conceito de família é algo que tem se ampliado no período pós-moderno, com tantos avanços em relação ao acesso às informações e o crescimento do entendimento pessoal e coletivo sobre direitos humanos, cada vez mais as leis vêm sendo modificadas para atender às novas configurações familiares.

---

1 Orientadora do trabalho. Professora do quadro efetivo da Universidade Estadual do Piauí. Mestre em Comunicação (PPG-COM-UFPI), bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UESPI). E-mail: ousathamyres91@gmail.com

2 Colaboradora do trabalho. Graduada do 5º período do curso de bacharelado em jornalismo (UESPI). Membro do projeto de extensão Jornalismo Educação e Memória (UESPI). E-mail: gessykahlima18@gmail.com; Colaboradora do trabalho. Graduada do 7º período do curso de

Deste modo, este artigo tem como objetivo principal analisar a presença da relação familiar na construção da memória de João Claudino Fernandes a partir dos portais G1 Piauí e Cidadeverde.com. A memória é evocada por fragmentos de falas de vários personagens e do próprio jornalismo sobre João Claudino e sua relação com a família.

Neste contexto, trabalhar com a memória familiar, permite aos leitores a oportunidade de ter uma percepção da memória construída através do passado e que reflete, de certo modo, no presente. Portanto, contribui com o enriquecimento tanto das pesquisadoras, organizadoras quanto da instituição universitária idealizadora do Projeto Liga JOEME.

Trata-se de uma pesquisa documental e bibliográfica. Segundo Gil (2008), essas duas pesquisas são muito parecidas. A diferença está nas fontes, pois a documental necessita de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Além de analisar documentos de “primeira mão”, no nosso caso as matérias dos portais G1 Piauí e CidadeVerde.com.

O corpus é composto por matérias que noticiam sobre o dia da morte de João Claudino (24 de abril, 2020) e a missa de sétimo dia (30 de abril de 2020), data escolhida em função da série de publicações que foram feitas sobre o empresário logo após seu falecimento.

De família tradicional, João Claudino Fernandes nasceu em 21 de junho de 1930, no Rio grande do Norte e faleceu em 24 de abril de 2020 em Teresina, Piauí, onde residia. Ele foi um empresário brasileiro, muito conhecido no Piauí por ser um dos fundadores do grupo Claudino, ao lado do irmão Valdecy Claudino e proprietário do Armazém Paraíba.

Reconhecendo a importância da trajetória de João Claudino e toda sua contribuição não apenas social, mas econômica para o Piauí e outros estados do Brasil, nós buscamos refletir sobre como o jornalismo seleciona e constrói em notícias, a memória da família Claudino, que em partes rememora sua identidade tanto quanto constrói, através de matérias jornalísticas.

O artigo é constituído por três tópicos que correspondem aos objetivos específicos, que relatam a memória e o jornalismo como lugar de memória, a construção e origem da ideia de família e por último a análise nos portais G1 Piauí e CidadeVerde.com.

## **METODOLOGIA**

Utilizamos neste trabalho o método de pesquisa documental e bibliográfica, com uma abordagem descritiva e analítica sobre as matérias feitas nos portais G1 Piauí e CidadeVerde.com, referentes a morte de João Claudino Fernandes. O corpus é composto por matérias que noticiam sobre o dia da morte de João Claudino (24 de abril, 2020) e a missa de sétimo dia (30 de abril de 2020), data escolhida em função da série de publicações que foram feitas sobre o empresário logo após seu falecimento. Fizemos essa coleta de matérias através da opção na barra de buscas dos sites. Analisamos expressões, fotos e vídeos, tanto a forma como os portais escreveram as matérias como a forma que as pessoas entrevistadas se expressaram.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Com base nesse estudo, observamos que os dois portais, tanto o G1 Piauí quanto o CidadeVerde, com, selecionam e escolhem fazer matérias jornalísticas sobre a morte João Claudino de forma afetiva, humanizando o empresário, trazendo sempre a família como referência. Percebemos que as pessoas escolhidas para homenageá-lo o descrevem como uma pessoa querida, com muitos amigos e de uma família tradicional de negócios com valores morais e princípios que marcam sua história. As matérias jornalísticas ajudam na construção de uma memória não só do empresário João Claudino, mas de toda a família Claudino, que através de cada homenagem passa a ser lembrada de tal forma.

## Conclusões

Observamos que o jornalismo como “senhor da memória”, que seleciona em todo tempo como tornar visível um acontecimento ao público (já que ele tem esse poder), não só constrói a memória, mas fortalece identidades e, conseqüentemente, dá aos leitores, o que ele considera que o leitor deseja consumir de informação sobre aquele determinado conteúdo. Constatamos isto nos recortes que os portais fizeram sobre João Claudino, rememorando quem ele era nas matérias.

As matérias jornalísticas ajudam na construção de uma memória não só do empresário João Claudino, mas também de sua família, pois observamos que as relações familiares estavam presentes nas lembranças que os portais selecionaram. Fala-se do negócio com o irmão, dos sonhos que o empresário almejava para os filhos, da relação de familiaridade que o mesmo tinha com seus funcionários, assuntos sempre interligados a

questões familiares. Constatamos que o próprio conceito de família se mantém atualizado na construção da memória de João de Claudino, uma vez que os portais destacam, por meio das matérias, que a empresa e a relação com seus funcionários também se constituíam como um eixo familiar.

## Referências

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.



# AS FAKES NEWS SOBRE COVID 19: A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NO FACEBOOK NO PRIMEIRO QUADRIMESTRE DE 2020

**Cleide Luciane Antoniutti<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Cariri

**José Jullian Souza<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Cariri

**Wesley Guilherme Idelfoncio de Vasconcelos<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Cariri

## Resumo

O presente estudo realiza uma análise sobre o fenômeno da disseminação de fake news em tempos da Covid-19, mediante as postagens encontradas na rede social Facebook. Como objetivo geral, buscamos percorrer sobre a literatura na área e traçar uma delimitação conceitual e as tipologias das fake news, em conjunto com a classificação de Wardle (2017). A metodologia de pesquisa parte de uma abordagem quanti-qualitativa, pesquisa exploratória-descritiva e os dados utilizados foram coletados a partir dos meses de março a junho de 2020 e, para a realização da análise foram selecionados quatro posts representativos. Assim, identificamos que houve um crescimento significativo do número de checagens das notícias sobre a Covid-19, o que também significa que houve um aumento do número de notícias falsas circulando.

**Palavras-chave:** Fake news; Facebook; Covid-19.

## Introdução

A temática tratada neste artigo vem mobilizando estudiosos e pesquisadores de várias áreas do conhecimento, principalmente do campo da Comunicação e, em especial do Jornalismo. Desde que a Covid-19 chegou em nossa rotina em novembro de 2019, na China, e em março de 2020, no Brasil, o tema passou a ocupar espaços nas coberturas dos veículos de comunicação. No entanto, temas relacionados a pandemia se disseminaram pelos diversos espaços da internet, principalmente nas redes sociais na forma de fakes news. Assim, do ponto de vista crítico, a internet como um espaço de proliferação de mentiras e notícias falsas tem contribuído para

---

1 Professora do curso de jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA); Pesquisadora do Centro de Estudos e Pesquisas em Jornalismo (CEPEJor/CNPq); Pós-doutoranda pela Universidade Federal do Paraná; email: luciane.antoniutti@ufca.edu.br

2 Mestre em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Cariri (UFCA); Pesquisador do Centro de Estudos e Pesquisas em Jornalismo (CEPEJor/CNPq); email: jullianjose64@gmail.com

3 Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri (UFCA) e em História pela Universidade Unopar; Bolsista pela Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP); membro do Centro de Estudos e Pesquisas em Jornalismo (CEPEJor/CNPq); email: wesleyguilherme1998@gmail.com

a desinformação sobre a pandemia do Covid 19, causando diversos efeitos colaterais junto a população brasileira.

Na relação com esse cenário de expansão das notícias falsas, vivemos atualmente um cenário de aceleração tecnológica com o surgimento de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que ampliaram exponencialmente a oferta de informação e entretenimento por meio de novos canais e suportes digitais. Dos papiros à web 2.0 a humanidade tem vivido uma constante e exponencial produção e disseminação informacional, fazendo com que a informação disponível nos meios digitais passe a ser visualizada frente a combinação das possibilidades interativas, hipertextuais, colaborativas e sociais passando a levar a informação as pessoas mais rapidamente e em maior quantidade.

Assim como a mercantilização e a vulgarização da informação se fizeram presentes após a imprensa, agora defronta-se uma nova “crise do conhecimento”, advinda desta explosão informacional agravada pelo surgimento da internet (Burke, 2003). Não apenas tem-se uma quantidade de informação extrema, cujos processadores e máquinas atuais com processadores e armazenamentos potentes possuem dificuldade em processar a todos (deixando-se para trás a capacidade do cérebro humano), como também sua qualidade é parca e pouco auxilia na prosperidade e desenvolvimento intelectual ou cultural humano.

Nesta perspectiva, as fake news não teriam o potencial de disseminação se não houvessem as convergências midiáticas tecnológicas e de suportes, em torno de fluxos de conteúdos e produtos de comunicação no âmbito digital. Com isso, a internet é vista como facilitadora no processo de “fabricação” de notícias falsas, levando a uma condição avassaladora e preocupante, que merece a todo tempo ser estudada e problematizada. Por ser um lugar de construção de materialidade, visibilidade e interatividade, a internet é capaz de mobilizar diversos atores nesse processo se colocando como um território livre e autônomo, uma vez que ela é cada vez mais controlada pelos governos e por empresas multibilionárias do setor de tecnologia.

Diante deste contexto, a sociedade e o campo da Comunicação e do Jornalismo se veem à frente de uma problemática a ser enfrentada nos tempos em que as fake news têm superado o bom e velho jornalismo diário, colocando como um desafio também para os profissionais da notícia de voltar a atenção da sociedade para o consumo de notícias veiculadas em portais e sites confiáveis. Em conjunto com a comunicação digital, as redes sociais a exemplo do Facebook também facilitam a fabricação e o espalhamento das fake news na internet.

Assim, nosso objetivo geral neste trabalho está em apresentar a literatura que busca traçar a delimitação conceitual e as características das fake news. Além disso, como objetivos específicos buscamos (i) problematizar o cenário atual com a avalanche de conteúdos falsos que estão distribuídos em vários ambientes da internet e (ii) apresentar o mapeamento de notícias falsas sobre a Covid-19, que circularam nas redes sociais digitais, especialmente no Facebook.

Nosso referencial teórico está baseado em autores contemporâneos que discutem a problemática das notícias falsas e da pós-verdade em tempos de redes sociais digitais (D’ANCONA, 2018). Para os pesquisadores existe uma tendência global cujo cerne é o desmoronamento do valor da verdade, em que os especialistas são difamados como um cartel mal-intencionado, em vez de [serem considerados] uma fonte de informações verificáveis e confiáveis. Além disso, D’Ancona entende que as teorias da conspiração, potencializadas através da web, encontram lugar na sociedade porque são narrativas tranquilizadoras que priorizam a emoção em detrimento

da evidência. As mídias sociais tratam com desdém os jornais impressos e a grande mídia considerando-os a voz desacreditada de uma ordem “globalista” (p.20).

## Metodologia de Pesquisa

O presente trabalho adotou como abordagem a quali-quantitativa, pois será possível tanto demonstrar a presença e o crescimento das fake news durante os primeiros quatro meses da presença do novo coronavírus no Brasil, abarcando um levantamento de dados durante os meses de março a junho de 2020. Esse tipo de abordagem, conforme Minayo e Sanches (1993), possibilita visualizarmos as dinâmicas entre quantitativo e qualitativo, objetividade e subjetividade, mas não como caminhos opostos e, sim, como percursos que se complementam e revelam um campo de análise a ser explorado com maior detalhamento.

Como estratégia de pesquisa utilizaremos a pesquisa exploratória-descritiva, que de acordo com Gil (2009), possibilita uma aproximação com o tema e o objeto de estudo, bem como a descoberta de novas proposições. Já a pesquisa de natureza descritiva tem como seu objetivo a descrição sistemática de determinado fenômeno ou área do saber, a qual se deseja investigar, de modo objetivo e detalhado (Richardson, 2011).

A coleta de dados deu-se em conjunto com as informações disponibilizadas pela Agência Lupa, que funciona como um serviço de checagem das fake news. Essa coleta ocorrerá sobre as notícias falsas que circularam na rede social Facebook, tendo como recorte temporal o período compreendido entre os meses de março e junho de 2020 no Brasil. Esse recorte possibilita identificar tanto quantitativa como qualitativamente a circulação de fake news sobre a temática da Covid-19.

Dessa forma, selecionamos uma notícia de maior repercussão de cada mês, tendo um total de 4 postagens, que circularam no Facebook para que fossem analisados do ponto de vista do seu conteúdo e repercussão. A partir da classificação do tipo de fake news idealizado pela Agência Lupa, classificamos os dados coletados apresentando numericamente e em seguida fazendo uma análise

mediante a classificação de fake news baseada em Wardle (2017). De acordo com o autor as fake news podem possuir 7 tipos diferentes de classificação: 1) sátira ou paródia; 2) conteúdo enganoso; 3) conteúdo impostor; 4) conteúdo fabricado; 5) falsa conexão; 6) conteúdo falso e 7) conteúdo manipulado.

## Discussão dos resultados

Para discutir a temática do presente trabalho, escolhemos alguns posts de fakes news que circularam nas redes sociais (Facebook) entre os meses de março a junho de 2020, que contemplaram a temática do Covid-19. E, que ganharam grandes repercussões nas redes sociais. Os formatos escolhidos foram em forma de texto e vídeo.

Os caminhos metodológicos para nos ajudar a classificar as fakes news são referenciadas a partir da explanação de Wardle (2017), que apresenta 7 possíveis classificações: 1) Sátira ou paródia: nenhuma intenção de causar danos, mas possui potencial de engano; 2) Conteúdo

enganoso: utilização da informação de maneira enganosa para justificar uma questão; 3) Conteúdo impostor: quando fontes genuínas são falsificadas; 4) Conteúdo fabricado: nova informação, 100% falsificada, projetada para enganar ou prejudicar; 5) Falsa conexão: quando as chamadas ou subtítulos das notícias não estão de acordo com o conteúdo; 6) Conteúdo falso: quando o conteúdo genuíno é compartilhado com falsa informação contextual; 7) Conteúdo manipulado: quando informações de imagens genuínas são manipuladas para enganar.

Mediante essa classificação, que serve como base para a análise, coletamos os dados junto a Agência Lupa sobre as checagens realizadas na rede social Facebook. Na Tabela 1, apresentamos os dados conforme podem ser visualizados a seguir:

Meses	Checagens gerais	Checagens Covid-19	Total (em %)
Março	89	64	72
Abril	169	140	83
Maior	175	149	85
Junho	181	143	79

**Quadro 1:** Relação das checagens sobre as notícias durante pandemia em comparação ao total produzidas pela Lupa no Facebook

**Fonte:** Os autores.

Identificamos que no mês de março, quando a OMS declarou a existência de uma pandemia ocasionada pela Covid-19, do total de checagem (89), 64 estavam relacionados com a Covid-19, ou seja, representa mais de 50% dos das informações verificadas. No mês de abril, os dados de checagem de fake news aumentam em comparação ao mês anterior, representando um total de 140 notícias checadas (83%). Assim, percebemos que houve um aumento de 11% de notícias produzidas e checadas no Facebook pela Agência Lupa. Já no mês de maio de 2020, as fake news continuam em crescimento, porém de forma menos significativa em relação aos meses de março e abril. Os dados coletados apresentam que as checagens verificaram um acréscimo de 9 notícias falsas. E, em comparação ao total de checagens do mês (183), 79% não eram notícias verdadeiras. Por fim, no último mês de análise, junho, averiguamos uma redução em comparação ao mês de maio. Das 149 checagens de notícias acerca da Covid-19, em junho foram 143. Porém, a checagem geral apresentou 181, número maior do que o mês anterior.

A análise desses dados é fundamental para que possamos visualizar o andamento do serviço de checagem, o número de fake news que estão sendo identificadas e como esse trabalho é imprescindível para a sociedade. O combate as fake news, sobretudo nas redes sociais, é uma importante tarefa a ser realizada pela Comunicação e pelas organizações comunicacionais. Pois, é nas redes sociais, a exemplo do Facebook, onde é possível perceber que há um aumento de circulação e proliferação das notícias falsas.

Desse modo, além da pesquisa quantitativa, destacamos a seleção de quatro (4) postagens para uma análise mais aprofundada sobre as fake news que circularam no Facebook, durante este momento de pandemia da Covid-19. A escolha por esses 4 posts deu-se mediante a repercussão, através do número de compartilhamentos. Aqui, será utilizada a classificação proposta por Wardle (2017) como forma de inserir “etiquetas” nos níveis de notícias falsas.

## Primeiro Post: Casos e óbitos por covid-19 em SP

O primeiro post falso selecionado foi checado em 27 de março e trata-se de uma comparação entre a pandemia de covid-19 e a de H1N1 em 2009. O post tem a intenção de fazer uso político da pandemia, em tom que beneficia o presidente Jair Bolsonaro, ao mesmo tempo, faz críticas ao governo do ex-presidente Lula. Na postagem, compara-se a quantidade de casos e mortes pelas doenças em ambos períodos, além do “nível de pânico” de cada momento, com números maiores para a de H1N1 e um pânico menor sendo referida como “É só um resfriado”. Assim, os dados sobre a covid-19, com números menores, tem o nível de pânico considerado como sendo “apocalíptico!!”.

O post ainda traz uma possível causa para o acontecido, ao criticar a manipulação da “mídia esquerdista”. Até o momento da checagem, o post possuía mais de 200 compartilhamentos. Segundo Wardle (2017), essa fake news encaixa-se na classificação de conteúdo enganoso, por se tratar da utilização das informações de forma enganosa. Os dados indicados no post, de fato, se aproximam dos números reais para as duas epidemias, contudo, os referentes ao H1N1 ocorreram em mais de um ano e meio e, além disso, por recomendação da OMS, o Brasil só contabilizava casos considerados graves, ou seja, o número de casos seria muito maior e a taxa de mortalidade, menor. Sobre os dados relacionados a covid-19, se referem à pouco menos de um mês de epidemia.

## Segundo Post: Caixões vazios de vítimas de Covid19 em BH

Circulou nas redes sociais no mês de abril um post e um vídeo com a afirmação de que foram desenterrados diversos caixões de vítimas da Covid-19, em Belo Horizonte (MG). Ao serem abertos, não havia corpos de pessoas mortas pelo novo coronavírus no seu interior, e sim pedras e papelão.

Segundo a Agência Lupa, o texto publicado no Facebook, até às 16h do dia 30 de abril de 2020, tinha sido compartilhado por mais de 16 mil pessoas na rede. Essa informação foi identificada como falsa pelas principais agências de checagem brasileiras. Em nota oficial, a própria assessoria de imprensa de Belo Horizonte afirmou se tratar de fake news e que não havia nenhuma notificação sobre caixões nos cemitérios da cidade sendo desenterrados. Além disso, afirmavam que todos os procedimentos para sepultamentos das vítimas de Covid-19 eram adotadas seguindo as recomendações do Ministério da Saúde. Outro ponto que colocava o post como falso era de que em nenhum meio de comunicação da cidade ou mesmo mineiro tinha conhecimento deste fato.

Este post teve uma grande repercussão e levou a polícia mineira a investigar o caso e identificar a autora da postagem, que foi identificada e responsabilizada por fabricar e disseminar nas redes sociais fake news. O intuito deste tipo de notícia falsa foi de minimizar a pandemia e dizer que governos estaduais e prefeituras estão enganando a população, sobre a real situação de mortalidade

pela doença. Segundo as classificações de Wardle (2017), o conteúdo deste post pode ser considerado como manipulado, por se tratar de uma imagem genuína (os caixões sendo

enterrados) sendo utilizada em um contexto diferente com o intuito de manipular e enganar os leitores.

### **Terceiro Post: Denúncia de pagamento por mortos de Covid-19**

No dia 25 de maio de 2020, circulou no Facebook um post em que Edison do Carmo compartilhou um vídeo, fazendo denúncias que os hospitais estariam recebendo 18 mil reais por mortos de Covid-19.

Cabe ressaltar que outro assunto que tem estado no centro do debate das fake news durante a pandemia de Covid-19 foi o uso da cloroquina, defendido por Donald Trump e Jair Bolsonaro. O uso

do medicamento para tratar a doença, porém, não é unanimidade entre os médicos e o seu consumo indiscriminado pode causar efeitos colaterais sérios, como problemas cardíacos. Ainda assim, diversas notícias falsas circulam pela internet, supostamente apresentando pessoas que foram totalmente curadas apenas por meio do uso dessa substância, mas sem comprovação científica da sua eficácia. Até o momento da checagem, o post possuía 159 compartilhamentos e pode ser classificado como conteúdo impostor (WARDLE, 2017), por se tratar de uma verba que realmente vem sendo repassada pelo Ministério da Saúde, mas não tem relação com o número de mortes.

### **Quarto Post: Nobel da medicina diz que o coronavírus foi criado em laboratório**

No dia 05 de junho circulou um post em que se dizia que o imunologista Tasuku Honjo, vencedor do prêmio Nobel de Medicina em 2018, diz que a covid-19 não é causada por um vírus natural, porque afeta países com clima diferente do da China. O médico teria falado que trabalha no “laboratório de Wuhan” e que os telefones estão inoperantes há meses e todos os técnicos estariam mortos. Até o momento da Checagem, o post possuía mais de 6,7 mil compartilhamentos. Nesse ponto, observa-se novamente os usos políticos da desinformação. Desde o início da pandemia houveram nas redes um discurso sobre o “vírus chinês”, referindo-se ao coronavírus como uma arma biológica criada por cientistas chineses. Segundo Wardle (2017), o conteúdo desse post pode ser classificado como conteúdo impostor, por se tratar de uma fonte genuína (Nobel de Medicina) sendo usado para legitimar uma informação falsa à ele atribuída.

### **Considerações finais**

Apesar das fake news serem um fenômeno considerado antigo, a disseminação das redes sociais digitais e a cultura do compartilhamento abrem espaço para que a desinformação se estabeleça em um novo patamar diante da temática da Covid-19, no ano de 2020. O contexto em que situamos nossa análise ensejou uma série de reações em relação a pandemia que atinge mundialmente a população, tornando-se um ponto crucial a ser combatido por diversos atores da nossa sociedade.

Observamos em nossa investigação, a partir dos posts analisados que as fakes News sobre o novo coronavírus ganharam grandes proporções, afetando ações e imagens de instituições e atores representativos da sociedade. Desse modo, os quatro (4) posts analisados se configuram como conteúdo impostor (2), conteúdo manipulado (1) e conteúdo enganoso (1). Ou seja, observamos que há o uso de fontes genuínas para criar conteúdos impostores; uso de conteúdo enganoso e imagens genuínas para manipular e disseminar as fake news.

É importante ressaltar que a disseminação de notícias falsas relacionadas ao novo coronavírus contribui significativamente para o descrédito da ciência e das instituições globais de saúde pública, além de enfraquecer as medidas adotadas pelos governos no combate à doença.

## Referências Bibliográficas

BURKE, Peter. (2003). **Uma história social do conhecimento I: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Tradução: Carlos Szlak. 1 ed. Barueri: Faro Editorial, 2018

GIL, Antônio Carlos. (2008). **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas. MINAYO, M. C.; SANCHES, O. (1993). Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? *Caderno de Saúde Pública* 9(3):239- 262. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=000083&pid=S1413-8123200000010001600012&lng=en](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000083&pid=S1413-8123200000010001600012&lng=en). Acesso em: 12 de setembro de 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarry. (2011). **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas. WARDLE, Claire. (2017). Fake news. It's complicated. Medium, [s. l.], 16 fev. First Draft, p. [não paginada]. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-itscomplicated-d0f773766c79>. Acesso em: 10 de setembro de 2020.



# VERDADE OU FAKE? O IMPACTO DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS NA CRISE DO JORNALISMO

Cláudia Regina Ferreira<sup>1</sup>  
Universidade Federal da Bahia

## Resumo

A pandemia da Covid-19 amplificou o desafio jornalístico de lidar com o excesso de produção e de difusão de informações que já existiam, e que tomou uma dimensão maior ainda com temas relacionados ao coronavírus. O presente estudo pretende refletir sobre a relação entre a crise do jornalismo e o aumento da desinformação e como o conceito de verdade ganhou destaque no cotidiano jornalístico, diante de uma avalanche de notícias falsas e suas repercussões negativas. A reflexão problematiza a queda de confiança nos meios de comunicação tradicionais no atual período do jornalismo pós-industrial e momento de pós-verdade. A partir da contextualização desse cenário, o trabalho pretende discutir a necessidade de legitimação da verdade (ou da credibilidade?) e o papel das agências de checagem e novos formatos nos veículos de comunicação tradicionais por meio de uma revisão bibliográfica.

**Palavras-chave:** Pandemia; Desinformação; Pós-verdade; Jornalismo.

## Introdução

O desenvolvimento do Jornalismo sempre esteve atrelado à tecnologia. Se a Revolução Industrial do século XIX levou a uma expansão da atividade ao permitir na época uma maior quantidade de tiragens de jornais impressos, devido às máquinas de impressão mais velozes, a Revolução da Internet, da década de 90 até os dias atuais, têm modificado hábitos e a conduta social do homem. Mudanças no campo social e econômico impactaram diretamente no modo de fazer jornalismo. Isso inclui novas formas de apuração e produção da notícia, o fenômeno da convergência digital e uma crise do tradicional modelo de negócios da profissão (PEREIRA e ADGHIRNI, 2011).

Nos últimos 30 anos, praticamente todos os jornais tradicionais, bem como programas de rádio e televisão, migraram para as plataformas digitais em portais, blogs e mídias sociais. Também foi ampliado o espaço para jornalistas atuarem em iniciativas de assessoria de comunicação e jornalismo empresarial (Pereira e Adghirni, 2011), além do que há cada vez mais freelancers em várias partes do mundo; empreendendo novos nichos da profissão, a exemplo dos produtores de conteúdo para redes sociais (DEUZE e WITSCHGE, 2016).

---

<sup>1</sup> Aluna especial do Doutorado em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA), e integrante do grupo de pesquisa Njor/UFBA. E-mail: claudia.ferreira.3105@gmail.com.

Essas mudanças têm demandado conhecimentos específicos não só da área do Jornalismo, mas outras afins como Publicidade e Propaganda ou Tecnologia da Informação. As notícias ganharam diferentes formatos e espaços de apresentação, como pontuam Deuze e Witschge (2016) ao citar os chamados longforms<sup>2</sup> e as narrativas transmídiaicas<sup>3</sup>. Além do que os jornalistas receberam novas atribuições e desafios, entre eles, o de descobrir formas de inserir nos jornais o público da sociedade “redacional”, que faz questão de produzir conteúdo e compartilhar na internet, publicando nas redes sociais e/ou enviando para as empresas de comunicação.

Tudo isso somado com um detalhe importante: a velocidade. Se no século XIX, a tiragem de jornais em alguns países aumentou dez vezes em 100 anos (Traquina, 2005), atualmente, a capacidade de disseminação de conteúdo na internet é instantânea e qualquer pessoa pode publicar o que e quanto quiser. O aceleração na propagação de informações amplificou a dificuldade de apuração e checagem das informações, num ambiente de incertezas, mudanças e conflitos da vida cotidiana, comportamento característico da sociedade líquida a partir da definição de Bauman (2004).

Em meio a esse cenário, surgiram as notícias falsas que ganharam impulso e rapidez em sua propagação. Elas tomaram fôlego desde as eleições presidenciais dos Estados Unidos e a saída do Reino Unido (Brexit) da União Europeia, ambos em 2016 (Cantuário, 2020). E vieram dominar o palco de incertezas e indefinições trazidos pela pandemia do novo coronavírus em 2020, que entrou na pauta mundial de todos os meios de comunicação.

Cantuário (2020) defende que em meio à pandemia (e infodemia de desinformações<sup>4</sup>), o fenômeno das fake news ganhou força e evidência, e veio mostrar que sua aderência está ligada à queda de confiança nos veículos de comunicação tradicionais, bem como do conhecimento científico, devido ao contexto de crise do jornalismo no cenário pós-industrial.

O relatório do Instituto Reuters, da Universidade de Oxford, revelou que de cada 10 brasileiros, 7 leem notícias nas mídias sociais. Isto significa que essas pessoas “utilizam a circulação de informações gestadas pelos algoritmos de uma empresa privada em especial”, o que denota o impacto das redes sociais no consumo de informação (SOUZA, 2019, p.03) num momento de pós-verdade, em que o que aparenta ser verdade pode ser mais importante que a própria verdade.

Mas afinal, em quem acreditar? Onde reside a verdade? Para Reginato (2016, p. 219), ela é o principal valor do jornalismo, e deve-se buscá-la sempre com apuração, prezando por uma checagem precisa e correta. “Não sabe se a verdade existe ou não, mas é uma obrigação perseguí-la”.

Moretzsohn (2019, p.576) defende que para determinar o que é falso, é preciso apontar o que é verdadeiro. “Afinal, o que subjaz quando se propõe o combate às fake news é isto: a ideia de que as pessoas precisam de informação confiável para se orientar em meio ao caos.”

O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre a relação entre a crise do jornalismo e o aumento da desinformação com a deflagração da pandemia da Covid-19 e buscar entender como as notícias falsas têm posto em xeque a verdade. Existe verdade? Qual? A discussão se

2 Texto longform é uma vertente mais atual do jornalismo, concebida por uma matéria mais extensa e que as vezes é separada em capítulos, normalmente usada em grandes reportagens ou em artigos, com intensa utilização de diferentes recursos multimídia.

3 A narrativa transmídia, a partir da definição de Jenkins (2008), se caracteriza pela construção de uma história contada em várias plataformas; os conteúdos de uma mesma história são fragmentados e distribuídos em diferentes canais.

3 A narrativa transmídia, a partir da definição de Jenkins (2008), se caracteriza pela construção de uma história contada em várias plataformas; os conteúdos de uma mesma história são fragmentados e distribuídos em diferentes canais.

debruça nas características das agências de checagem e dos próprios jornais tradicionais enquanto mudanças adotadas na busca pela verdade e na transparência de financiamentos e ações para respaldar e legitimar a atividade jornalística num momento de crise.

## Metodologia

Por meio de uma revisão bibliográfica (Stumpf, 2012), o estudo pretende sistematizar a literatura de autores que têm discutido o fenômeno da disseminação de notícias falsas impulsionado pela pandemia do coronavírus, e que gerou uma infodemia de desinformações, a partir do contexto de crise no jornalismo pós-industrial e pós-verdade.

Para isso, primeiramente, o quadro teórico se volta para um breve resumo dos conceitos de desinformação, pós-verdade, e jornalismo pós-industrial, a fim de gerar uma compreensão CORRETA desses termos pelo leitor, uma vez que o trabalho pode vir a ser consultado por pesquisadores de outras áreas afins.

Em seguida, o levantamento bibliográfico contextualiza o período do jornalismo pós-industrial e de pós-verdade, e problematiza a queda de confiança nos meios de comunicação tradicionais, para discutir a aderência da audiência ao fenômeno da propagação de notícias falsas.

A reflexão acaba por se voltar para a criação e atuação das agências de checagem no Brasil, a parceria do jornalismo tradicional no país com essas agências de fact-checking e até mesmo mudanças na política de correção de erros dos jornais numa busca pela legitimação de valores como a verdade, credibilidade e confiança.

A pandemia da Covid-19 gerou uma série de desafios para a humanidade, entre eles, o de lidar com o excesso de produção e difusão de informações relacionadas ao coronavírus. Pelo fato do campo jornalístico sofrer a influência do sistema social e cultural no qual está inserido, os valores da profissão são ressignificados a partir de mudanças ocasionadas no seu campo e que têm relação direta com a audiência.

Discutir o tema por meio da seleção de pesquisas e reflexões já publicadas no âmbito acadêmico é um instrumento importante para estabelecer bases de discussão tanto para melhor compreensão do cenário atual como para futuros trabalhos acadêmicos, tendo em vista que o jornalismo é dinâmico, está em constantes mudanças. “O exame dos textos poderá auxiliar a interpretar e explicar os fenômenos observados. Todo auxílio externo que conseguir é uma complementação à bagagem pessoal do pesquisador e um enriquecimento à análise que pretende elaborar” (Stumpf, 2012, p.54).

Marconi e Lakatos (2003, p.225) acrescentam que essa prática pode “demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes. Tanto a confirmação, em dada comunidade, de resultados obtidos em outra sociedade quanto a enumeração das discrepâncias são de grande importância”.

## Resultados e Discussão

O jornalismo necessita de três condições para que possa se tornar um conhecimento: “as condições da crença, da verdade e da justificação. Basicamente, o sujeito deve crer que o

jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve estar justificada em seu próprio discurso. Sem isso, segundo nossa perspectiva, não existe a formação do conhecimento jornalístico” (LISBOA e BENETTI, 2015, p. 11).

Mas como definir a verdade? A partir de uma abordagem filosófica, Cantuário (2020, p. 175-176) define que verdade “é um feito humano, algo que parte e se encerra na linguagem, fortalecido por qualquer ato de comunicação entre indivíduos”. Para o autor, a verdade não pode ser reduzida a algo determinado; está dentro de um regime formado por discursos e técnicas. Além disso, a verdade está diretamente ligada a uma sociedade determinada que compartilha um mesmo repertório cultural, num certo momento da história, com seus propósitos e resultados particulares.

A mediação jornalística, exercida com ética e seriedade, sempre colaborou com a sociedade na formação da cidadania (MORETZSOHN, 2019). Com o ingresso da sociedade de forma massiva no mundo virtual e a possibilidade de circulação e compartilhamento de diferentes informações, sob diversos ângulos, por distintas vozes pela internet, as pessoas puderam discernir entre o que consideram como lado verdadeiro e lado falso. Esse processo “conduziu à formação de bolhas autolegitimadoras de crenças, desmantelou a estrutura tradicional na qual o jornalismo ocupava lugar de referência e acionava seus filtros”, segundo Moretzsohn (2019, p.576). Para a autora, a própria preocupação dos jornais em editar manuais de redação com orientações para checagem e evitar erros pressupõe um público esclarecido que busca a verdade.

O termo pós-verdade surgiu em meio a essas transformações. Apesar de ser conhecido desde os anos 90, se tornou mais popular em 2016, quando foi escolhida a palavra do ano pela equipe do Oxford Dictionaries (FEITOSA, 2017). A pós-verdade está relacionada a potencialização da desinformação nas redes digitais na segunda década dos anos 2000, que segundo Träsel, Lisboa e Vinciprova (2019) ocorreu devido à facilidade de qualquer pessoa amadora com acesso à internet produzir e disseminar conteúdos com textos, imagens, áudios ou vídeos, sem qualquer tipo de supervisão ou filtro.

Devido a essas possibilidades, causadoras de uma mudança social, a forma de praticar jornalismo está sendo substituída por outra com rotinas e modelos de negócios bem diferentes. Não se trata apenas de uma substituição tecnológica, das antigas rotativas de impressão pela internet. A questão está também na forma como os jornalistas e o público passaram a se relacionar no campo jornalístico.

Assim surgiu o termo Jornalismo Pós-Industrial em 2001 pelo norte-americano Doc Searls, que mais tarde, em 2012, foi retomado num relatório publicado pelo Tow Center da Universidade de Columbia. O centro de pesquisa identificou uma necessidade de mais atenção das organizações em suas estruturas e na forma de lidar com esse público redacional (ANDERSON, 2014).

Diante de uma pandemia e infodemia, agravada pela disseminação de notícias falsas, ficam evidentes duas situações. As pessoas estão se informando mais, por um lado. Em compensação, o público não tem buscado fontes jornalísticas ou veículos de comunicação que até então eram considerados confiáveis, ou ao menos, que pela ética profissional, teriam o compromisso de buscar a verdade e tornar mais claras informações confusas e desconstruídas (CANTUÁRIO, 2020).

No período crítico da pandemia da Covid-19, de março a julho de 2020, as redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp foram inundadas de notícias falsas diariamente.

Em abril de 2020, dois meses após a oficialização da pandemia, a base de dados do Instituto Poynter<sup>5</sup> somava 3.800 notícias enganosas sobre o coronavírus ao redor do mundo. Cinco meses depois, houve um aumento para mais de 7100.

A queda da confiabilidade do jornalismo apareceu na pesquisa Digital News Report 2016<sup>6</sup>. Ela revelou que 56% da população confiam nas organizações e 54% confiam no jornalista. Os dados também mostraram que 64% acham que os profissionais recebem pressão política, 65% acreditam que não são isentos de interesses econômicos e 58% consideram possível confiar nas notícias na maior parte das vezes. Já outro indicador, o índice de confiança na Justiça (ICJBrasil), da Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, em 2016, também já identificava que a confiança dos brasileiros em relação à imprensa escrita era de 37% e que a imprensa aparecia em terceiro lugar no ranking de instituições confiáveis, depois das Forças Armadas e também da Igreja Católica (SANTOS, 2017).

Além da descrença generalizada na realidade, há o que Feitosa (2017) descreve como a revalorização reativa dos fatos; um dos sintomas estaria no aparecimento e crescimento das agências de fact-checking na internet.

A International Fact-Checking Network (IFCN) é uma rede de checadores mundial que desde 2015 passou a reunir um grupo que hoje conta com mais de cem verificadores certificados pela própria instituição. A IFCN realiza uma auditoria para o cumprimento dos cinco pontos do seu código de ética. Eles surgiram da reunião que os checadores fizeram em Buenos Aires em 2016, diante do crescimento do fact-checking em todo o mundo. O entendimento foi de que haveria uma necessidade de nortear os trabalhos de checagem das agências por meio de princípios pré-estabelecidos, até mesmo para as pessoas poderem diferenciar o checador comprometido com a apuração daquele que busca fazer propaganda. Esses pontos são baseados na transparência de metodologia de checagem, transparência de financiamento, transparência das fontes, política de correção pública e apatidarismo.

No entanto, Feitosa (2017) expõe sua crítica de que até mesmo entre as agências de checagem há divergência de interpretações. “Não podemos nunca deixar de nos perguntar criticamente quem são e como o fazem, estes que assumiram para si a tarefa de controlar a veracidade dos discursos dos outros” (FEITOSA, 2017).

Segundo Souza (2019, p.06), “o total desencanto com a objetividade e a verdade emerge das mudanças que o sistema do capital gerou nas últimas décadas, exacerbando o consumismo e flexibilizando duramente o mundo do trabalho”. Para o autor, a desinformação e o descompromisso com a realidade vão além das rotinas produtivas e do consumo de notícias; está mais relacionada com o capitalismo tardio e seus “estranhamentos” na vida cotidiana mediada pelo ecossistema digital, como a precarização da vida com quadros de desemprego estrutural, desigualdades sociais, destruição ambiental, conflitos, golpes políticos, entre outros. É onde o pensamento irracional, na tentativa de mascarar as tensões quando as contradições exigem respostas para manter a ordem social, parecem explicar, na ótica de Souza (2019, p.05) o pensamento da sociedade no contexto do “pós-modernismo, a pós-verdade e as notícias falsas”.

## Conclusões

5 Disponível em <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>. Acesso em: 10 set. 2020

6 Disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/further-analysis-2016/>. Acesso em 15 set. 2020.

A pandemia do coronavírus abriu um flanco em termos sociais e trouxe uma enorme quantidade de dúvidas num momento marcado por conflitos políticos, econômicos e sociais com os quais coabitam o excesso de informações na mídia e o questionamento sobre a objetividade jornalística dos veículos de comunicação, bem como um cenário de crise do jornalismo.

Tudo pode ser fake news, como cita Moretzsohn (2019). E cada um escolhe a verdade ou a mentira que lhe couber melhor, como se estivesse diante de um menu num restaurante, como pontua Souza (2019). Percebe-se que o importante para o público não é diferenciar o verdadeiro do falso, mas sim reforçar as convicções. A credibilidade, sim, continuaria sendo uma crença, sem a necessidade de ser verdadeira.

Nessa busca por verdade ou credibilidade, muitos veículos de comunicação têm criado quadros para desmentir notícias falsas ou realizado parcerias com agências de checagem. Mas até que ponto essas agências têm autoridade para validar trabalhos alheios, já que a verificação também passa por critérios de objetividade? As fact-checking também não estariam trabalhando com um recorte da realidade? São questionamentos a serem refletidos sobre a tendência para os novos rumos do jornalismo, atividade imbuída na dinâmica social da vida.

## Referências

ANDERSON, C. W. **Jornalismo Pós-Industrial: Crises permanentes, turbulências constantes.** Revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, n. 447, ano XIV, jun./2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidad líquida.** Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2004.

CANTUÁRIO, Victor André Pinheiro. **Isso é verdade? A “infodemia” da pandemia: considerações sobre a desinformação no combate à COVID-19.** Investigação Filosófica, Macapá, v. 11, n. 2, p. 175- 188, 2020.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. **O que o jornalismo está se tornando.** Parágrafo, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 6-21, jul./dez., 2016.

FEITOSA, Charles. **Pós-verdade e política.** Revista Cult. 19 jul. 2017. Disponível em: < <https://goo.gl/gW4eWz>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. **O Jornalismo Como Crença Verdadeira Justificada.** Brazilian Journalism Research, SBPjor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, v.11, n. 2, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Ed. Atlas 2003.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores.** 2016. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** v.01. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2005.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. **O Jornalismo em Tempo de Mudanças Estruturais**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan/jun 2011.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Ed. Atlas, 2012.

SANTOS, Jessica de Almeida; SPINELLI, Egle Müller. **Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017. Universidade de São Paulo, SP. Anais... São Paulo: SBPJor, 2017.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. **“Fake News”, Pós-Verdade e Sociedade do Capital: O Irracionalismo Como Motor da Desinformação Jornalística**. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 26, n.3, set./dez. 2019

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. **O Joio, o Trigo, os Filtros e as Bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes**. Brazilian Journalism Research, SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, v.15, n. 3, p.574-597, dez. 2019.

TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Sílvia; VINCIPROVA, Giulia Reis. **Pós-Verdade e Confiança no Jornalismo: uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros**. Brazilian Journalism Research, SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, v.15, n. 3, p.476- 497, dez. 2019.

# **ESTUDOS SOBRE TELEVISÃO, TELEJORNALISMO E PLATAFORMAS AUDIOVISUAIS**

Coordenação: Professor Dr. Paulo  
Eduardo Silva Lins Cajazeira



**Anais do VI ALCAR Nordeste**  
Universidade Federal do Cariri



# ANO ELEITORAL E PANDEMIA: OS DESAFIOS DA COBERTURA DAS ELEIÇÕES DE 2020 NO BOM DIA PARAÍBA

**Fabiana Cardoso de Siqueira**

Universidade Federal de Pernambuco

**Felipe da Silva Nunes<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Pernambuco

## Resumo

A pandemia da Covid-19 causou mudanças na produção jornalística que vão ficar marcadas na história do campo profissional. O objetivo geral deste trabalho é analisar os impactos disso na cobertura das eleições municipais de 2020, no Bom Dia Paraíba, telejornal matutino da TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo, na Paraíba. O programa foi criado em 1987 e desde sua fundação, tem a temática política como uma de suas marcas, por contar diariamente com a participação de jornalistas especializados na editoria. O estudo foi elaborado a partir da busca de referencial teórico sobre jornalismo político, pandemia e telejornalismo.

Também foram realizadas entrevistas semiestruturada e fechada com dois jornalistas que atuam no telejornal. Além disso, foi feita análise de conteúdo, de caráter aleatório, de dez edições do telejornal de setembro a dezembro de 2020, envolvendo o período eleitoral e pós-eleitoral. O resultado apontou, entre outros aspectos, que foram realizadas alterações na cobertura das eleições de 2020 na realização de entrevistas com os candidatos, que deixaram de ser no estúdio. Houve impacto também na relação entre fontes e jornalistas. Além disso, a pandemia foi um dos temas centrais das eleições, tanto nas propostas dos candidatos, nas decisões da justiça eleitoral, quanto nos flagrantes de descumprimento do distanciamento social na campanha.

**Palavras-chave:** Jornalismo político; Telejornalismo; Pandemia; Eleições 2020; Bom Dia Paraíba.

## Introdução

O jornalismo e a política são dois conceitos que estiveram intrinsecamente ligados desde o início da atividade jornalística, no século XVIII, até os dias atuais. Nesse percurso de tempo, essa relação se deu de forma distinta, desde a utilização dos jornais para a realização de propaganda política até a escolha pela objetividade e imparcialidade ao noticiar os acontecimentos.

Marcondes Filho (2000) traça uma linha do tempo em que sistematiza a relação entre esses dois conceitos. Ele defende a existência de quatro fases do jornalismo e mostra que, ao longo do tempo, o jornalismo deixou de ser uma atividade de propagação de ideias políticas para ser uma atividade profissional com o objetivo de informar.

---

1 Universidade Federal de Paraíba, Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Grupo de Pesquisa Jornalismo Audiovisual e Expandido. E-mail: fabiana.siqueira@academico.ufpb.br; felipenunes.pb@globomail.com.

Essa mudança ocorreu mediante a transformação do jornalismo enquanto profissão, no contexto de fortalecimento do sistema capitalista. A atividade, porém, não deixou de noticiar os acontecimentos políticos nem de sofrer influências ideológicas.

Para Barreto (2006, p. 13), por mais que haja a busca pela ‘objetividade’, existe, na construção da notícia, também uma “teia que se estabelece entre jornal/jornalismo e poder” e que “agrega interesses de parte a parte, além de preocupações mercadológicas, já que a notícia é um produto”.

Conforme Traquina (2005, p. 54), “as notícias tornaram-se mais orientadas para o acontecimento, o que não é dizer que o anterior jornalismo não noticiava acontecimentos, mas o conteúdo dominante nos jornais começou a concentrar-se em acontecimentos, por oposição a opiniões políticas”.

Outros autores encaram essa relação de uma forma mais intrínseca. Conforme Cook (2011), o próprio jornalismo é uma instituição política na medida em que, assim como ocorre com outras instituições da democracia, como a igreja, a família e os partidos políticos, tem a função de disseminar valores na sociedade.

No momento atual, de propagação mundial da Covid-19, a política ganha uma evidência maior no noticiário, pois as decisões (ou indecisões) impactam, diretamente, em ações econômicas e de saúde voltadas para a população. Desde março de 2020, quando a Organização Mundial de Saúde (OMS) afirmou que o mundo vivenciava uma pandemia<sup>2</sup>, os atores políticos de todo o mundo, e inclusive do Brasil,

foram colocados à prova, de forma que toda a sociedade esteve atenta e à espera de soluções governamentais que viessem a diminuir os impactos da Covid-19 na saúde da população e na economia do país, estados e municípios.

Na esfera municipal brasileira, havia ainda outro desdobramento, pois em meio ao cenário de dificuldades na área de saúde, os jornalistas enfrentaram um desafio especial no segundo semestre de 2020: as eleições para prefeitos e vereadores, em meio a necessidade de cumprir as regras de distanciamento social, para evitar a propagação do vírus SARS-CoV-2.

Para fazer esse estudo, optamos por analisar como essa cobertura ocorreu a partir de um telejornal em especial, o Bom Dia Paraíba, exibido para todo o estado, a partir da TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo, em João Pessoa. A escolha aconteceu pelo fato de o telejornal matutino ter como destaque a cobertura política, desde sua criação em 1987, com a presença, em estúdio, de comentaristas ou entrevistadores. Mesmo durante a pandemia, a presença de um jornalista especializado no tema (Laerte Cerqueira) foi mantida no estúdio.

Dito isso, é importante destacar que o objetivo geral deste trabalho foi justamente analisar os impactos da pandemia na cobertura das eleições municipais de 2020, no Bom Dia Paraíba. Já os objetivos específicos, foram: compreender como a pandemia alterou o conteúdo do que foi noticiado na cobertura política das eleições, conhecer quais as ferramentas utilizadas pelo telejornal para enfrentar o desafio de obter informações em meio a necessidade de distanciamento físico com as fontes, e entender como a pandemia foi abordada, de maneira geral, durante o processo eleitoral e pós-eleitoral.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/03/oms-classifica-coronavirus-como-pandemia>. Acesso em: 11 mar. 2020.

## Metodologia

O estudo foi elaborado a partir de três etapas. Primeiro, foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de jornalismo político, pandemia e telejornalismo. Depois, foi realizada uma entrevista semiestruturada com o jornalista responsável pela cobertura política do Bom Dia Paraíba: Laerte Cerqueira. Conforme Marconi e Lakatos (2003), na entrevista semiestruturada, o entrevistador segue um roteiro pré-estabelecido, mas tem liberdade para construir novas questões com base nas respostas obtidas.

Com a finalidade de complementar as informações da entrevista semiestruturada, foram encaminhadas perguntas-fechadas específicas sobre as rotinas produtivas do telejornal à jornalista Mirella Vasconcelos, produtora do programa. Além disso, foi feita também uma análise de conteúdo (BARDIN, 2011), de forma aleatória, de dez edições de setembro a dezembro de 2020<sup>3</sup>, para apontar inferências e compreender de que forma a pandemia alterou o trabalho jornalístico e as repercussões disso na cobertura dos assuntos relacionados ao pleito.

## Resultados e discussão

Exibido a partir das seis horas da manhã, de segunda à sexta, o Bom Dia Paraíba é o primeiro telejornal veiculado durante o dia na TV Cabo Branco. É um dos telejornais mais antigos da emissora, tendo sido criado em 1987 (NEVES, 2015), levando ao ar as primeiras informações do dia, com repórteres espalhados, ao vivo, pela região metropolitana de João Pessoa. Também atualiza os telespectadores sobre o que ocorreu na noite anterior e durante a madrugada em todo o estado. Conta ainda com a participação de repórteres da TV Paraíba, de Campina Grande, que pertence ao mesmo grupo de comunicação. Com a pandemia do novo coronavírus, o programa sofreu algumas alterações a partir de março de 2020, pois teve o horário de produção ampliado, passando de uma hora e 53 minutos de produção para duas horas e 20 minutos de produção, com objetivo de aumentar a cobertura sobre a Covid-19<sup>4</sup>. O jornalista responsável pela cobertura política, Laerte Cerqueira, continuou participando diariamente do telejornal, no estúdio, e, ocasionalmente, entrevistando autoridades fora da emissora. O quadro consiste em um bate-papo entre o comentarista e apresentador do programa sobre os principais temas da política local. Geralmente, o conteúdo é formado de notas, pequenos comentários e entrevistas. O referido jornalista informou em entrevista semiestruturada que a pandemia afetou as informações do noticiário político do telejornal, que a partir de 2020, passou a ser focado nas ações administrativas relacionadas ao tema. A missão do comentarista foi traduzir essas decisões para o público. Conforme Cerqueira, dentre as mudanças nos fluxos de trabalho, a emergência sanitária provocou o estreitamento entre autoridades públicas e jornalistas, quebrando inclusive distanciamentos ideológicos desses agentes públicos em relação à imprensa: “Havia um conflito de decisões entre entes, governo federal, governo estadual e governo municipal, e cabia à gente da área política tentar interpretar isso, questionar os gestores, pois a gente tem mais o contato do prefeito, do governador, do secretário de comunicação, então esse contato direto às vezes facilitava a interpretação de algumas decisões. Então eu acho que acabou sendo mais intenso, e por outra mão, esses gestores precisavam muito da informação da gente, então houve uma

3 Ao todo, foram analisadas dez edições: 14/09/2020, 01/10/2020, 08/10/2020, 05/11/2020, 16/11/2020, 24/11/2020, 25/11/2020, 30/11/2020, 01/12/2020 e 02/12/2020.

4 Essa ampliação ocorreu simultaneamente nos telejornais, de todo o Brasil, exibidos no mesmo horário, nas afiliadas e emissoras próprias da Rede Globo.

espécie de estreitamento de relações e se diluiu aí qualquer conflito ideológico e empresarial” (CERQUEIRA, 2020, informação verbal).

A cobertura das eleições no Bom Dia Paraíba foi marcada, ao longo dos anos, por entrevistas em estúdio com os candidatos aos cargos do poder executivo. A característica principal dessas entrevistas era o tempo cronometrado e as perguntas sobre temas cruciais e nem sempre agradáveis para os postulantes aos cargos. Por causa da pandemia, no entanto, isso mudou nas eleições em 2020. De acordo com comunicado interno divulgado em setembro do mesmo ano, pela direção de Jornalismo da Rede Globo, endereçada para suas afiliadas, a empresa decidiu recomendar a não realização de entrevistas em estúdio com os candidatos. O objetivo seria proteger a saúde dos colaboradores da empresa e dos candidatos. No mesmo comunicado, a emissora excluiu os debates eleitorais no primeiro turno, mantendo-os apenas no segundo turno, onde eles ocorressem. A emissora citou o elevado número de candidatos a prefeito em quase todas as cidades para justificar a decisão. Em João Pessoa, eram 14 postulantes nas eleições de 2020.

No Bom Dia Paraíba, parte da cobertura se voltou para deliberações da Justiça Eleitoral e também para a postura dos candidatos e partidos políticos diante dos desafios impostos pela pandemia da Covid-19. Durante as convenções partidárias<sup>5</sup>, os jornalistas mostraram que, apesar dos alertas das autoridades sanitárias, alguns partidos não respeitaram o distanciamento social. Isso foi visível na edição do dia 14 de setembro de 2020, em que foi possível observar cenas de aglomerações, sobretudo no interior do estado.

No dia primeiro de outubro de 2020, foi noticiado no telejornal que por determinação do juiz Adhailton Lacet foram proibidos eventos como passeatas, carreatas e outras ações com grandes aglomerações em João Pessoa durante 15 dias. A decisão foi tomada em comum acordo entre partidos, coligações, Ministério Público e Justiça Eleitoral e acabou sendo estendida para toda campanha, apesar de na prática não ter sido observada por todos os (as) candidatos (as).

Apesar de ter um agendamento estadual, já que é transmitido para toda a Paraíba, o noticiário da capital acabou protagonizando a cobertura nas edições analisadas, inclusive pela quantidade de postulantes (eram 14) e pelas polêmicas envolvendo alguns nomes que se colocaram à disposição dos eleitores. Houve ênfase à cobertura das candidaturas também de Campina Grande, por ser a segunda maior cidade do estado<sup>6</sup>. No dia cinco de novembro de 2020, o telejornal mostrou que a campanha, em muitos municípios, era um ‘carnaval fora de época’. Nesse dia, um dos entrevistados foi o vice-presidente do TRE e corregedor eleitoral, Joás de Brito Pereira, que abordou o trabalho da justiça em relação ao assunto.

Em 16 de novembro de 2020, um dia após o resultado do primeiro turno, o Bom Dia Paraíba destacou que a primeira etapa do pleito foi marcada por uma lentidão nos sistemas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), atraso na votação, falta de acessibilidade, aglomerações, atraso na divulgação dos resultados e pela alta abstenção de eleitores. Foram dedicados 62% do tempo do telejornal, ou seja, cerca de uma hora e 27 minutos de produção, para repercutir o resultado

5 As convenções partidárias foram feitas entre 31 de agosto e 16 de setembro de 2020. O calendário previsto pelo TSE, que iniciaria em julho de 2020, foi adiado em 42 dias. Isso provocou uma série de mudanças, entre elas, a prorrogação da eleição. Ao invés de outubro, o primeiro e o segundo turnos foram realizados em novembro. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Julho/-convencoes-partidarias-serao-realizadas-de-31-de-agosto-a-16-de-setembro>. Acesso em: 12 fev. 2021.

6 De acordo com o IBGE, a população estimada de João Pessoa, em 2020, era de 817.511 habitantes e de Campina Grande, de 411.807.

das urnas, em todo o estado e para tratar os acontecimentos e desdobramentos do processo eleitoral. Além de reportagens, de entradas ao vivo e da inserção de elementos gráficos em telões, foram exibidos também vídeos com entrevistas de alguns vencedores do pleito, enviados pelos mesmos ou suas assessorias, através da internet.

A cobertura do segundo turno ocorreu com relativa tranquilidade no telejornal, concentrando-se apenas em João Pessoa, única cidade do estado em que as eleições continuavam. Como só havia dois candidatos, foi apenas nesta etapa do pleito que o telejornal acompanhou diariamente a agenda, com equipes mostrando as atividades de cada um deles. Foi ressaltada também a preparação para a votação, entrevistando membros do Tribunal Regional Eleitoral (TRE) e as forças de segurança do estado.

Foi também apenas no segundo turno que a emissora realizou, fora do estúdio, entrevista com os candidatos. No Bom Dia Paraíba, foram reexibidas as entrevistas feitas por Laerte Cerqueira, veiculadas primeiramente no JPB2, telejornal da noite da TV Cabo Branco. Cada uma delas teve duração de cerca de seis minutos e 30 segundos. A do candidato Cícero Lucena foi ao ar, no programa da manhã, no dia 24 de novembro e a de Nilvan Ferreira, no dia 25 de novembro de 2020. No dia da votação, Cícero Lucena (PP) sagrou-se vencedor da disputa, obtendo 185.055 votos (53,16%). Um dia após a votação, cerca de 58 minutos do telejornal (41% do tempo de produção) foram dedicados para traduzir os resultados do segundo turno, em João Pessoa. Os jornalistas apresentaram quem era o novo prefeito da capital e um resumo do que ocorreu no dia anterior, durante a votação e após o resultado das urnas.

Foi possível observar no conteúdo que foi captado após a apuração dos votos e exibido na edição do dia 30 de novembro de 2020, que as equipes de reportagem não tiveram como manter os cuidados tomados fora da emissora. Isso também ocorreu na cobertura da votação do primeiro turno. A agilidade do trabalho expôs os jornalistas, que não puderam se afastar das fontes, por meio da utilização de dois microfones (um para o repórter e outro para o entrevistado), prática usual, até então, no trabalho jornalístico (SIQUEIRA; NEVES; MOREIRA, 2020). Isso ocorreu por conta das aglomerações formadas em torno dos vencedores da disputa e da presença de veículos concorrentes. Mesmo assim, foi possível verificar o uso de máscaras e a tentativa de manter o maior distanciamento possível.

No dia primeiro de dezembro de 2020, o programa ouviu o novo prefeito de João Pessoa, desta vez, ao vivo, no estúdio, sobre as prioridades a partir do resultado das urnas. A entrevista teve duração de 15 minutos e 40 segundos. O prefeito eleito e o jornalista Laerte Cerqueira estavam sem máscaras, mas mantendo as regras de distanciamento social, com as cadeiras posicionadas distantes uma da outra.

A pandemia do novo coronavírus deixou um reflexo significativo na saúde de candidatas e políticos, que foram infectados pelo novo coronavírus, principalmente por causa das aglomerações causadas ao longo da campanha eleitoral na Paraíba. No dia 29 de novembro de 2020, data do segundo turno das eleições, o senador José Maranhão (MDB), de 87 anos, apoiador do candidato Nilvan Ferreira, precisou ser internado, após apresentar sintomas como tosse e febre. Ele foi diagnosticado com coronavírus. No telejornal do dia seguinte, o jornalista Laerte Cerqueira relatou a seguinte situação: “A gente inclusive viu imagens de Maranhão na campanha, ativamente, mesmo com idade, ‘tava’ na rua, obviamente tentando se proteger, mas foi diagnosticado com Covid e está no hospital”. O senador acabou morrendo, no dia 8 de fevereiro de 2021, em decorrência das sequelas da Covid-19. Outro político que também testou

positivo para o vírus foi o senador Ney Suassuna (Republicanos), suplente de Veneziano Vital do Rêgo (PSB). Ele não participou de campanha de forma efetiva, mas foi contaminado pela doença, sem gravidade.

A cobertura das eleições em um ano completamente atípico de pandemia terminou, portanto, com um noticiário dividido entre os candidatos eleitos, as perspectivas para as futuras administrações e os efeitos do novo coronavírus na vida das pessoas e também na rotina dos próprios políticos, que acabaram contaminados, alguns durante a campanha política.

## Considerações finais

De maneira geral, um dos principais impactos causados pela pandemia nas eleições municipais de 2020, constatados no Bom Dia Paraíba, envolve o distanciamento social, imposto entre os jornalistas, os candidatos e demais fontes. Nesse cenário, o estúdio é deixado de lado durante a campanha para a realização de entrevistas, equipes usam microfones extras, quando possível, para ouvir as fontes nas ruas e há um aumento no uso de entrevistas ao vivo ou gravadas, via internet, sem contato presencial (VASCONCELLOS, 2020).

A pandemia predomina como tema, tanto do ponto de vista de denúncias de aglomerações nas campanhas, quanto na cobrança de ações futuras de candidatos aos cargos público e dos eleitos. A emergência sanitária também é visível nas consequências do pós-eleição, com as informações de políticos contaminados pela Covid-19.

O suporte tecnológico, em vários momentos, auxilia as rotinas produtivas dos jornalistas e isso fica evidente no trabalho realizado durante as eleições municipais de 2020, no Bom Dia Paraíba, seja por meio do envio de conteúdos gravados por celular pelas fontes envolvidas no pleito ou pelo uso de entrevistas feitas, ao vivo, pela internet.

## Referências

BARRETO, Emanuel. **Jornalismo e política: a construção do poder**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v.III, n.01, p.11-22, primeiro semestre de 2006.

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

CERQUEIRA, Laerte. **Entrevista concedida a Felipe Nunes**, Google Meet, 18 ago. 2020.

COOK, Timothy. O Jornalismo Político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, 203-247, 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos Cães Perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, Gabriela. **Memória do Telejornalismo de João Pessoa**. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Curso de Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

SIQUEIRA, Fabiana; NEVES, Gabriela; MOREIRA, Thayane. **Pandemia e o novo fazer jornalístico: as mudanças nas rotinas de produção da TV Cabo Branco**. In: \_\_\_\_\_; MONTEIRO, Patrícia. *Jornalismo em tempos de pandemia*. João Pessoa. Editora UFPB, p. 187-207, 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias de Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VASCONCELLOS, Mirella. **Entrevista concedida à Felipe Nunes**, WhatsApp, 15 out. 2020.



# CONSTRUINDO UM MODELO STREAMING NO BRASIL: ANALISANDO O GLOBOPLAY

**Eutália Silva Ramos<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Gabriela Borges Martins Caravel<sup>2</sup>**

Universidade Federal de Juiz de Fora

## Resumo

As plataformas de streamings estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano através de dispositivos como smartphones, computadores e televisões. Os Estudos de Plataforma indicam que devemos evitar o termo impacto tecnológico para descrever o momento, pois vivemos um complexo emaranhado de algoritmos, recursos de compartilhamento e curtidas, termos de uso e práticas que remodelam todas as ações dos usuários. Verificando como um modelo em construção no Brasil, olhamos o Globoplay, plataforma brasileira criada pelo Grupo Globo, em 2015. Com o intuito em compreender como vem sendo inserido um modelo no país observamos tal streaming através das perspectivas teóricas sobre fenômenos comunicacionais, bem como, modos de analisar as plataformas digitais. A partir disso, verificamos estratégias de mercado e visuais focando em componentes capazes de gerar valor na plataforma. Percebemos que o Globoplay segue padrões difundidos pelos concorrentes e, ao mesmo tempo, tenta fixar-se para além de uma plataforma de streaming, considerando que o Grupo Globo insere uma digitalização da TV, em que qualquer usuário possa acessar conteúdos Globo (produzidos ou distribuídos) usufruindo tudo em um só lugar: TV aberta, TV por assinatura e streaming.

**Palavras-chave:** Audiovisual; Streaming; Brasil; Globoplay.

## Introdução

Em 2020 as plataformas de streaming aumentaram o consumo em 20% em todo o mundo<sup>3</sup>, por consequência do isolamento social imposto pela crise sanitária da Covid-19. Por estarmos mais em casa, a busca pelo entretenimento se tornou maior. Se os serviços de streaming estavam em ascensão há tempos, desde março de 2020 o volume de novos assinantes nas plataformas só cresce. As ofertas de produções originais, clássicos da TV e/ou do cinema são incentivos para garantir novos assinantes.

1 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: ramoseutalia@gmail.com.

2 Professora e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: gabrielborges@uff.edu.br.

3 Informação retirada do site Metrôpoles: <https://www.metropoles.com/entretenimento/audiencia-de-streaming-cresce-20-durante-pandemia-do-coronavirus>. Acesso em 20 de dez de 2020.

Já no Brasil verificamos, por meio da pesquisa realizada pela Nielsen Brasil em parceria com a Toluna, que em junho de 2020, houve uma explosão de novos públicos nas plataformas. Segundo os dados apresentados, 42,8% dos brasileiros entrevistados assistem streaming todos os dias e 43,9% assistem, pelo menos, uma vez na semana. São números relevantes para o segmento que vem atuando no país desde 2011 – ano que a Netflix ficou disponível no Brasil.

O modelo streaming surge em contramão com o fluxo televisivo – e, por vezes, passivo –, sem intervalos comerciais, propagandas e chamadas para outras produções da TV. Conhecido inicialmente como VoD (video on demand), o serviço seria, em breves palavras, acionado a partir da ação do espectador e/ou usuário sem a necessidade de esperar a finalização de um download. Ao contrário do que acontece ao ligar a TV e procurar entre tantos canais algo para assistir, no VoD ao acessar o catálogo disponível optamos por assistir o que quisermos. Foi a partir da popularização do serviço que surgiu a famosa frase debatida em diferentes contextos: “assistir o que quiser, quando, onde e como quiser”.

Não à toa, novas plataformas surgem oferecendo produções originais e exclusivas. Fala-se até em guerra de streamings: as empresas buscam destaque, enquanto os consumidores possuem infinitas opções. Contudo, essas novidades implicam mudanças culturais, sociais e, principalmente, econômicas. Pensando nesse contexto buscamos compreender neste artigo, como o Globoplay, criado pelo Grupo Globo, está construindo um modelo de plataforma streaming atuante no Brasil.

Para tal, buscamos em perspectivas sobre fenômenos comunicacionais assimilar convergências e constantes reconfigurações em processos solidificados há anos. Trazemos Lucia Santaella (2003), em *Cultura e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura*, para auxiliar na compreensão dos avanços ocasionados pela era digital e como as mudanças são responsáveis por revolucionar os meios; e, João Martins Ladeira (2016), com *Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil*, apresentando um panorama da inserção do modelo no país. Já para adentrar no universo do Globoplay, buscamos em Valdemir Soares dos Santos Neto e Damaris Strassburger (2019) entender o reposicionamento da empresa e como isso influencia no presente. Para compreender especificamente as plataformas de streaming os Estudos de Plataforma publicado por d’Andréa (2020) e a apresentação do desenvolvimento de plataformas como estratégias de negócios por Parker et al (2016).

O nosso principal objetivo com a pesquisa não é realizar um estudo comparativo entre plataformas ou apontar o modelo Globoplay como o ideal para o país, entretanto, observar como a empresa alimenta o mercado audiovisual potencializando um ecossistema midiático de novas e antigas produções, em um cenário de constantes mudanças reconfigurando um modelo tradicional que estávamos habituados. Além disso, clarificar os caminhos para o estudo de doutoramento buscando o entendimento do Globoplay em nosso ambiente midiático atual.

## Metodologia

Entender as ações do Globoplay configura como uma etapa primordial para este artigo e para a minha tese de doutoramento. Por isso, se faz necessário observar os diferentes aspectos de uma plataforma, desde como o streaming modifica os meios audiovisuais (BOLTER; GRUSIN, 2000) ao modo como as empresas reconfiguram o seu modelo de negócio como método para obter mais consumo. Ou, bem como é tratado por d’Andrea (2020):

[...] devemos procurar entender tanto o modo como algoritmos, recursos tecnogramaticais – curtir, compartilhar etc. -, políticas de governança – como os termos de uso – etc. moldam as práticas e as percepções dos usuários, quanto as apropriações criativas, táticas e coletivas que recriam, cotidianamente, as plataformas (D'ANDREA, 2020, n.p.).

Com isso, nosso foco busca identificar como o Globoplay se apresenta enquanto plataforma de streaming em dois aspectos: reposicionamento de mercado, estratégias de negócios, publicidade e em seu modo de apresentação e/ou estruturação visual como assinante dentro da plataforma. Com base nos Estudos de Plataforma apresentados por d'Andréa (2020) percebemos mudanças e a implementação do funcionamento dos algoritmos em torno do objeto. Como parâmetro geral compreendemos que perante uma plataforma há variações entre tecnologia e recursos que viabilizam tal funcionamento.

Iniciamos a percepção da construção de uma plataforma de streaming através do reposicionamento apresentado por Santos Neto e Strassburger (2019). Os autores afirmam que em 2018 houve uma modificação no Globoplay com o intuito em atingir o público da TV Globo e dos concorrentes como a Netflix e YouTube. A transformação se inicia no rebranding da marca que segue os padrões consolidados pelos concorrentes.

Atualmente percebemos um novo contexto abordado pelo Globoplay que contempla uma evolução ao apresentar-se como plataforma que disponibiliza um catálogo com conteúdos originais e inéditos, televisivos com a marca Globo de qualidade e canais ao vivo (TV aberta e TV por assinatura) para o Brasil e Estados Unidos – e, posteriormente, segundo Erick Brêtas (Online, 2020), em Portugal. Consideramos então como um novo momento para o Grupo Globo. Essa reestruturação se baseia no interesse do público perante a plataforma. Para Brêtas (Online, 2020), o momento é “estar onde o público está”, ao se referir às ações que estão sendo realizadas pela empresa que busca, através do “conceito de performance”, compreender o consumo que ocorre dentro do Globoplay a cada novo lançamento<sup>3</sup>.

Pensando nessa busca por novos públicos, as ações realizadas atingem o que Parker et al (2016) compreendem como efeitos de rede e efeitos de preço. Segundo os autores são estratégias do mercado para criar vínculo com clientes fazendo-os permanecer por mais tempo dentro da plataforma (efeitos de rede) e atrair mais clientes oferecendo bons pacotes com oferta de preços baixos (efeitos de preço). Dessa forma, optamos por observar o posicionamento do Globoplay diante tais estratégias a partir de como busca conexão com o público, seja através de disponibilização de conteúdos especiais, seja na interação em redes sociais digitais e como oferece os pacotes disponíveis em sua plataforma para não-assinantes e assinantes.

Ainda com Parker et al (2016) verificamos também a apresentação e/ou estruturação visual da plataforma por meio de uma conta assinante. A intenção é compreender a configuração da aparência, pois segundo os autores qualquer plataforma deve possuir interação básica para viabilizar a relação entre produtores e consumidores. Com isso, definem três componentes principais que geram valor na plataforma: os participantes, a unidade de valor e o filtro. Com o Globoplay identificamos todos os componentes, todavia, o principal e que nos apresenta o motivo de tal configuração estética se dá com base em filtros.

3 A palestra intitulada “O futuro das plataformas de streaming: a experiência do Globoplay”, do Erick Brêtas, diretor de Produtos e Serviços Digitais da Globo, foi um dos temas abordados no webinar Conecta+, realizado pela Unisinos, em parceria com o Globo no Campus e pesquisadores de outras instituições. Disponível em: <https://youtu.be/fhz09mZTVk4>.

O filtro é um algoritmo, uma ferramenta utilizada pela plataforma para possibilitar a troca de unidades de valor apropriadas entre usuários. Um filtro bem construído garante que os usuários da plataforma recebam apenas unidades de valor que lhe sejam potencialmente relevantes ou desejáveis (PARKER et al, 2016, p. 74).

A apresentação do componente de interação básica, seguindo a proposta de Parker et al (2016), desenvolve-se ao passo que o usuário utiliza a plataforma “enviando” informações, em forma de dados/algoritmos, para estruturar uma apresentação individual na plataforma. Segundo d’Andréa (2020, n.p.), esses algoritmos “devem ser tomadas, de antemão, como construtos que revelam, reforçam ou mesmo propõem visões de mundo”<sup>4</sup>.

## Resultados e Discussão

Os primeiros indícios do serviço streaming no país surge com a possibilidade em acessar o conteúdo antes de realizar o download, por exemplo, a facilidade em encontrar um vídeo e assisti-lo no YouTube. A proposta era permitir o acesso ao conteúdo sem a necessidade de esperar e salvar no seu computador. A palavra que surge do inglês stream e significa corrente (em tradução livre), modificou a conjuntura dos meios de comunicação audiovisuais, pois permitiu aos espectadores assistir conteúdos audiovisuais com rapidez, além de entregar o controle do que consumir. No Brasil, a Netflix foi a primeira plataforma que operou no país, em 2011. Atualmente são mais de cinco e temos o Globoplay como uma plataforma em ascensão, criada e desenvolvida no Brasil, em 2015.

Com avanços tecnológicos, novas estruturas e o público emergindo para o consumo em outros streamings, o Globoplay se reposiciona. Para Santos Neto e Strassburger (2019) o novo posicionamento adotado, a partir de 2018, possuía o intuito em atingir públicos da TV Globo e os dos streamings concorrentes, como a Netflix. Essa transformação se inicia no rebranding da marca mudando sua identidade visual e logotipo até ao funcionamento e apresentação da plataforma ao público – seguindo empresas consolidadas no mercado (SANTOS NETO; STRASSBURGER, 2019).

Já em novembro 2020, o Globoplay anunciou uma parceria com a chegada da plataforma Disney+ no Brasil<sup>5</sup>. O acordo propõe um pacote com as assinaturas dos serviços, ou seja, assinando o combo você assiste ao conteúdo de ambos. Segundo os autores Parker et al (2016), novos usuários são atraídos por outros usuários, sendo assim, o público ansioso à espera do Disney+ tem a oportunidade em assinar duas plataformas com um único plano<sup>6</sup> – configurando os efeitos de rede. “A importância desses efeitos para o crescimento da rede é tamanha que as plataformas de negócios muitas vezes injetam recursos para atrair participantes de um dos

4 O termo algoritmo vem sendo trabalhado dentro do universo das plataformas online desde a divulgação realizada pela Netflix sobre dados. A informação, até os dias atuais, não é amplamente divulgada pela empresa, mas há afirmações que, em sua primeira produção original (House of Cards), em 2013, a Netflix detinha o conhecimento que a produção seria um sucesso, pois o algoritmo havia realizado essa previsão. Para d’Andréa (2020, n.p.), o termo vem sendo utilizado cada vez mais para “ênfatar a dimensão política das plataformas online”.

5 Ver mais em: <https://www.omelete.com.br/filmes/disney-plus-globoplay-assinatura-conjunta-brasil>. Acesso em 5 de jan de 2021.

6 Usuários Globoplay atraem usuários Disney+ e vice-versa.

lados do mercado” (PARKER et al, 2016, p. 47).

Já no que se refere aos valores dos pacotes, para os autores, as estratégias de valores geram os efeitos de preço atraindo mais clientes. Com isso, o Globoplay buscando distinção do seu principal concorrente Netflix no país, disponibiliza distintos planos. Assim, insere-se em contexto de oferecer o que o público deseja. Outro ponto é a experimentação da plataforma durante sete dias gratuitos. Após esse período, a assinatura é necessária. O plano mais básico custa R\$19,90 (anual); a segunda opção insere Globoplay e canais ao vivo (GNT, Multishow, VIVA, Gloob, Sportv, Sportv 2 e 3, etc.) e custa R\$49,90 (mensal); o Combo Globoplay e Disney+ custa R\$43,90 (mensal); e, por último, Combo Globoplay + Premiere por R\$84,90 (mensal).

Apesar disso, apenas os efeitos de rede são capazes de manter o público ativo na plataforma. Parker et al (2016) considera que os efeitos de preços geram crescimento, porém apenas a criação de vínculo é capaz de reter as pessoas. Por isso, as ações podem ser confundidas como viralização que são capazes de atrair um público específico. Como exemplo, resgatamos outras ações do Globoplay: o lançamento do conteúdo em torno da última turnê da dupla Sandy & Junior com selo Original Globoplay conquistando os fãs e o resgate de novelas clássicas. Consideramos que as atividades influenciaram os públicos a assinarem o serviço.

Partindo para a apresentação visual da plataforma realizamos uma análise descritiva de como o Globoplay mostra-se ao acessarmos com uma conta assinante. Inicialmente há uma diversidade de obras separadas por seções: Sucessos no Globoplay; Continue assistindo; Novidades; Para você; Ao Vivo no BBB; Últimas do BBB; Click BBB21; Assista ao Vivo; Quem viu também viu; The Voice+; Veja também; Séries clássicas; Canais; Categorias; Séries ganhadoras do Globo de Ouro; Filmes; Filmes ganhadores do Globo de Ouro; Últimos dias para assistir; Gêneros; Produções originais; Séries completas para maratona; Descubra; Top 50 séries; Docs sobre personalidades; Filmes com amigas; Porque você assistiu tal programa; Parceiros que não se entendem; Você pode gostar; e, Mais vistos<sup>7</sup>. Na parte superior temos uma outra divisão da plataforma, entretanto, esta é fixa: Agora na TV; Novelas; Séries; Filmes; Infantil; e, Explore. Ao acessar cada seção somos levados para outra página e, conseqüentemente, visualizamos outras obras.

Tendo em vista isso, identificamos um dos componentes definidos por Parker et al (2016) que nos apresenta o motivo de tal configuração estética: o filtro. Percebemos que as recentes disponibilizações de produções cinematográficas e televisivas realizadas (do acervo Grupo Globo) indica tal procedimento de leitura de algoritmos. A empresa não informa os dados nem tão pouco como são feitas as análises. No entanto, Brêtas (Online, 2020) afirma que há o conceito de performance para medir o consumo de cada obra. Com isso, dois passos específicos do Globoplay nos auxiliam a compreender tal ação: o resgate de telenovelas e a disponibilização de filmes clássicos brasileiros. Acreditamos que ambas ações estão interligadas com o interesse do público perante às obras. Em maio de 2020, o Globoplay anunciou a disponibilização em seu catálogo de telenovelas clássicas da TV Globo. O projeto resgatará cerca de 50 títulos<sup>8</sup>, na plataforma já constam 19. Já em janeiro de 2021, divulgou na conta oficial do Instagram (@globoplay) um vídeo com obras cinematográficas nacionais que estarão na plataforma<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Essa lista de seções foi retirada na visão da primeira tela da plataforma Globoplay da autora que possui assinatura do serviço. Procedimento realizado no dia 25 de fevereiro de 2021.

<sup>8</sup> Ver em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/21/globoplay-vai-incluir-uma-novela-classica-a-cada-duas-semanas-na-plataforma.ghtml>. Acesso em 8 de jan de 2021.

<sup>9</sup> Para ver a publicação: <https://www.instagram.com/p/CJ8xLkdsnxq/>

Ao acessar o Globoplay encontramos a seção Filmes nacionais, com diversas produções clássicas do cinema.

A ação também deve estar atrelada ao que influenciou o Globoplay a resgatar as novelas, visto que o Grupo Globo é detentora dos direitos (TV Globo e Globo Filmes) e possui acervo capaz de gerar consumo e conquistar novos públicos. Essa retroalimentação (BOLTER; GRUSIN, 2000), em outras palavras, a reciclagem de conteúdos audiovisuais configura um fenômeno comum entre meios de comunicação. Assim como a televisão se apropriou do rádio e cinema para criar algum dos seus formatos, o streaming busca seu lugar reconfigurando os processos anteriores. A dinâmica das mídias acontece mais uma vez.

## Conclusões

Apresentamos aqui um modelo brasileiro de streaming que está sendo construído no Brasil. Porém, não nos cabe exercer o papel de consagrar um modelo, mas analisar as ações feitas pela empresa. O Globoplay segue padrões difundidos por outras plataformas. O reposicionamento indicado por Santos Neto e Strassburger (2019) clarifica essa ação em ser similar a empresas como Netflix e YouTube. Desde o rebranding da marca ao modo como é apresentada a plataforma de forma individual – estrutura visual similar à Netflix. Acrescentamos o modo como o Globoplay atua nas redes sociais buscando um relacionamento com os usuários, assim como a Netflix.

As produções com selo Original Globoplay estão adquirindo evidência, tanto nas redes sociais oficiais, como na TV Globo dentro da programação. Indicando a intensificação nas divulgações e o consumo de tais obras. Talvez com o intuito em proporcionar uma experiência distinta para os assinantes Globoplay do que é visto na TV aberta.

Por fim, acreditamos que as ações configuram como tentativas de fixar-se pra além de uma plataforma de streaming. Um espaço com conteúdos Globo (produzido e distribuído), com possibilidades em usufruir tudo em um só lugar: TV aberta, TV por assinatura e streaming, com filmes, séries e novelas.

## Referências

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 2000.

BRÊTAS, Erick. **O futuro das plataformas de streaming e a experiência do Globoplay**. Conecta +, Online, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/fhz09mZTVk4>.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em 20 de dez de 2020.

LADEIRA, João Martins. **Imitação do excesso: Televisão, Streaming e o Brasil**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016. Versão Kindle.

PARKER, Geoffrey G. et al. **Plataforma a revolução da estratégia: o que é plataforma de negócios**,

**como surgiu e como transforma a economia em alta velocidade.** Tradução: Bruno Alexander e Lizandra M Almeida. São Paulo: HSM do Brasil, 2016. Versão Kindle.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS NETO, Valdemir Soares dos; STRASSBURGER, Damaris. **O reposicionamento do Globoplay: um estudo de caso sobre a reconfiguração de identidade da plataforma de streaming da Rede Globo.** In: Revista Temática. João Pessoa, UFPB. Ano XV, n. 6, Junho/2019.



# A TV NO CENÁRIO POLÍTICO DO RN: ASSISTENCIALISMO E ENTRETENIMENTO, LÚDICO E REAL NO PROGRAMA CARLOS ALBERTO

**Renato Ferreira de Moraes**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

**Valquíria Aparecida Passos Kneipp<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

O estudo analisa a mensagem televisiva do apresentador Carlos Alberto de Sousa – empresário e político, falecido em 1998, ex-proprietário da TV Ponta Negra, em Natal (RN) -, que entre o final dos anos 1980 e início dos anos 1990 comandou programa de auditório na emissora. Realizou-se análise televisiva com o intuito de responder de que forma apresentadores de programas populares utilizam estratégias para transformar sua mensagem em ferramenta persuasiva. A partir do contexto midiático e político da TV brasileira, o objeto empírico se apresenta como um estudo de caso, um recorte regional do RN, utilizando coleta de dados por pesquisa documental, bibliográfica e meios audiovisuais, além de entrevista não estruturada com ex-colaboradores da emissora e um radialista contemporâneo do apresentador. A análise identificou, como estratégia, a reprodução, através da mensagem televisiva, de um mundo real com aspectos lúdicos e base no assistencialismo, uma solidariedade espetacularizada, fins acúmulo de capital político e financeiro.

**Palavras-chave:** Mídia; Assistencialismo; Política; Rio Grande do Norte; TV Ponta Negra

## Introdução

Quando a primeira emissora de TV comercial<sup>2</sup>, a TV Ponta Negra, chegou ao Rio Grande do Norte, em 1987, por meio do então senador Carlos Alberto de Sousa, político e empresário, falecido em 1998, encontrou um estado pobre, de maioria católica e baixos indicadores sociais. Conforme Moraes (2019), dados de 1991 (IBGE, 1996) indicavam que 56,4% dos domicílios no RN já dispunham de aparelho de televisão, mas 26% não tinham banheiro e 17% não eram abastecidos por energia elétrica. Quanto à renda, 25% da população estavam na faixa de ¼ a ½ salário mínimo.

Como no caso das demais emissoras comerciais, a concessão da TV Ponta Negra foi objeto de barganha do poder central com famílias ou políticos influentes no cenário local, um ambiente que Santos e Capparelli (2005) caracterizam como coronelismo eletrônico. Gomes (2004) insere

1 Renato Ferreira de Moraes: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, doutorando, e-mail: rrmoraes132@gmail.com. Valquíria Aparecida Passos Kneipp: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, professora doutora, e-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br.

2 A primeira emissora implantada no RN foi a TV Universitária, pública, instalada em 1972 com um projeto de apoio à aprendizagem de estudantes do ciclo básico (KNEIPP; SILVA, 2017).

a essa conjuntura o que chama de eleição interminável, o que leva à elaboração de estratégias de comunicação cada vez mais especializadas na ocupação de espaços pela política.

Entre esses novos espaços estão os programas populares, que Araújo (2006, p. 47) classifica como uma estética televisiva de problemas pessoais apresentados no vídeo, jornalismo com foco na violência urbana, reality shows. Um fenômeno que se intensifica a partir da década de 1990, conforme França (2006, p. 7, grifo da autora), caracterizado pela “presença do ‘homem do povo’ na TV, encenando um cotidiano de dor, miséria, esquecimento”.

Em programas de auditório, surgem estratégias assistencialistas travestidas de prestação de serviço ou solidariedade, incluindo as maratonas de ajuda ao próximo, a telesolidariedade: “atores e atrizes, mais ou menos atraentes, que pedem colaborações ao público, permitem que os espectadores se relacionem com a penúria social sem o mal-estar provocado pelos noticiários.” (GARCÍA-CANCLINI, 2008, p. 86).

Segundo Sodré (1975, p. 36), em seus estudos sobre o grotesco na tevê, “a conciliação, o sentimentalismo, a caridade, a democracia racial, a benignidade do cidadão nacional, etc” pertencem a um sentimento escatológico na cultura de massa brasileira.

Ainda hoje, em cidades do interior do Brasil, o deformado físico (a mulher macaco, o menino com cara de jumento, etc) é vivido como um fenômeno de ordem sobrenatural – e, às vezes, como espetáculo, já que pode ser exibido, a dinheiro, em feiras, ou simplesmente vendido como história na literatura de cordel (SODRÉ, 1975, p. 37).

Parte de uma pesquisa mais ampla, este estudo se propõe, neste recorte, a uma análise da linguagem do programa Carlos Alberto, apresentado por Carlos Alberto de Sousa, empresário e político, falecido em 1998, proprietário da TV Ponta Negra, de Natal/RN. O programa, apresentado entre o final dos anos 1980 e início dos anos 1990, era a principal atração da emissora. O referencial teórico são os estudos do sistema televisivo de autores como Sodré (1975, 2002), Araújo (2006), Santos e Capparelli (2005), França (2006) e Charaudeau (2010). Após a análise, conclui-se que o objetivo político do emissor é escamoteado (encenado) em estratégias de entretenimento e informação, num pacote de espetacularização da solidariedade.

Há outro aspecto a ser considerado: a midiaticização. Das sete eleições que disputou, Carlos Alberto de Sousa foi vitorioso em cinco. Nas duas vezes em que não foi eleito, já era proprietário da TV Ponta Negra. Ou seja: nem mesmo a força de um veículo de comunicação como a televisão garantiu ao político sucesso em todas as empreitadas. Outros atores atuaram nesse processo: partidos políticos, outros veículos de comunicação, a Igreja, a família, a escola, como indica Hjarvard (2012, 2014) na perspectiva institucional da midiaticização.

## Metodologia

A metodologia inclui pesquisa bibliográfica e documental (STUMPF, 2005) e videográfica (PENAFRIA, 2009), que consiste em decompor uma imagem, descrevendo-a e, posteriormente, estabelecendo as relações entre seus elementos. Caracteriza-se a pesquisa, desta forma, como um estudo de caso (YIN, 2005). O recorte são cinco quadros do Programa Carlos Alberto,

exibido no dia 5 de dezembro de 1987. Em virtude da carência de material científico sobre o apresentador, a coleta de dados foi baseada, também, em depoimentos. Optou-se pelo modelo de entrevista não estruturada (MARCONI; LAKATOS, 2002) com quatro ex-colaboradores da emissora e um radialista contemporâneo de Carlos Alberto de Sousa.

Como ferramenta metodológica para descrição e exame do material, utilizou-se análise televisual (JOST, 2004, 2007). O material foi classificado de forma a identificar, primeiramente, a qual visão de mundo pertence a emissão televisiva (real, fictício ou lúdico). Conforme Jost (2007, p.33), “frente à televisão, a primeira questão que se põe ao telespectador é saber se as imagens que ele vê remetem a objetos existentes ou a quimeras, entidades fictícias”. Já no mundo ficcional, prossegue, “os objetos, as ações, todos os signos da ficção fazem então referência a um mundo imaginário, mental, e nós exigimos que ele esteja disposto de tal maneira que a coerência do universo criado, com os postulados e as propriedades que o fundam, seja respeitada”. (JOST, 2007, p. 37). O autor propõe uma terceira categoria, situada entre o real e o imaginário: o jogo.

O universo lúdico (JOST, 2004), está dividido entre quatro níveis: 1) Ilinx (do latim, turbilhão de água): são os jogos em que predomina a estratégia de incitar ao medo, à sensação da vertigem (incluem-se as quedas, os saltos, por exemplo); 2) Alea (sorte ou jogos de azar, em latim): nesse tipo de jogo o resultado não depende do jogador, mas do acaso; 3) Agon (do latim, competição): são os jogos em que o jogador tem suas habilidades (físicas ou intelectuais) reconhecidas por sobrepujar o outro; 4) Mimicry (do inglês, significa mimetismo): é tipo de jogo da simulação ou do ocultamento da personalidade do jogador. Os jogos em que são aplicados castigos também são incluídos neste nível.

## Resultados e Discussão

Inspirado no programa Silvio Santos, do SBT, o programa Carlos Alberto, objeto empírico deste estudo, foi criado em outubro de 1987, segundo Farias (2018)<sup>3</sup>. Exibido aos sábados na TV Ponta Negra, a partir das 12h, foi o primeiro programa de auditório da emissora, dividido em quadros de ajuda ao telespectador, atrações musicais e jogos. O programa em análise, exibido no dia 5 de dezembro de 1987, teve 5 horas 18 segundos, distribuído em 10 quadros. Para este artigo foram selecionados cinco (Geração 2000, Prá quem você bate palmas, Show de sucessos, Sonho da Minha Vida e Sorriso alegre de uma criança), por sintetizarem as principais características do programa: assistencialismo, entretenimento e informação política.

No primeiro quadro analisado, Geração 2000, um júri composto por crianças (inclusive a filha do apresentador, Priscila de Sousa) escolhe o vencedor entre três candidatos mirins, cujo talento é avaliado com base em matérias pré-gravadas. São os traços do mundo real de Jost (2007) na emissão televisiva, mas, de forma geral, o quadro se insere na categoria mundo lúdico, no nível Agon, pois os candidatos são julgados por suas habilidades. Surgem, ainda, algumas características de Mimicry, pois outras crianças assumem papel de jurados, numa mistura de particularidades de programas populares como a máquina de sonhos e os games descritos por Araújo (2006). O quadro seguinte tem como característica principal o assistencialismo.

Segundo Farias (2018), o quadro Sonho da minha vida, inspirado no Porta da Esperança, do

3 Informação oral de Nadja Farias (2018) ao pesquisador Renato Ferreira de Moraes, em depoimento gravado em julho de 2018. Nos arquivos da emissora, não foi possível localizar o registro do primeiro programa, cuja fita teria sido danificada durante uma enchente nas dependências da TV Ponta Negra, em 2000.

programa Silvio Santos, era um dos de mais fácil produção no programa. A TV Ponta Negra era uma novidade e os comerciantes sempre se mostraram dispostos a ajudar quem escrevia as cartas para a produção ou enfrentava as longas filas para se inscrever e ganhar desde eletrodomésticos até roupas, tratamento de saúde, remédios. Identifica-se, aqui, uma emissão televisiva do mundo real, onde se apresentam pessoas de baixo poder aquisitivo, que recorrem à televisão para ter seu sonho realizado. Ironicamente e de modo cujo resultado contribuía para tornar ainda mais vexatória a participação do candidato, o resultado da realização do sonho adquire características de jogo, no nível Alea, pois nem todos são contemplados. Uma música incidental indica se o pedido foi ou não atendido.

Para o participante – eis aqui o cidadão-vítima (CHARAUDEAU, 2010) pelo qual a mídia se interessa - o quadro adquire características de um jogo aleatório (Alea), pois em teoria não sabe se será atendido, com alguns momentos de nível Agon descritas por Jost (2007), pois é incentivado a se esforçar, voltar à fila, repetir os pedidos em caso de não ser atendido.

O terceiro quadro, Show de sucessos, se configura como uma atração de entretenimento, um espaço para apresentação de artistas locais, num contexto em que o apresentador se propõe a ser um mecenas da classe artística local. No programa em análise, a atração era um antigo parceiro do apresentador dos tempos do rádio, Elizeu Ventania<sup>4</sup>. O quadro é um dos poucos momentos em que Carlos Alberto de Sousa foge da imagem do apresentador de humor uniforme, sorriso estereotipado, a voz sempre no mesmo tom que lhe rendeu o apelido de o Silvio Santos do RN. Mas a aparente surpresa e a emoção pela presença do amigo e a nostalgia do passado são logo substituídos pelo mundo real com uma informação de cunho político. Num discurso quase protocolar, o apresentador entrega a Elizeu um livro sobre a vida do repentista, editado pelo Senado Federal por interveniência do apresentador/senador.

O quadro seguinte, Sorriso alegre de uma criança, era uma espécie de concurso de talentos, onde as candidatas concorriam a uma premiação em dinheiro. O quadro mistura características do mundo real (o cotidiano das crianças apresentado em matérias pré-gravadas, a entrevista feita pelo apresentador), mas também do mundo lúdico, no nível Alea, na medida em que a sorte do participante está nas mãos do júri, e Agon, pois se trata de uma disputa (intelectual e de dotes físicos). E ainda no nível Mimicry, na brincadeira que transforma as crianças em jurados.

Também se configura como um quadro de propaganda. As crianças recebem como presentes pela participação cadernos e calendários com a imagem do apresentador-político, além de discos de cantores de programas infantis do SBT. O mundo real surge na afirmação da emissora como empresa e como plataforma política, quando as crianças entrevistadas no programa pedem presentes. No quadro em análise, os pedidos relacionados a artistas de emissoras concorrentes (caso da apresentadora e cantora Xuxa, à época na Rede Globo) são negados.

O cotidiano político surge com mais intensidade no quadro Prá quem você bate palmas, com estrutura similar ao Para quem você tira o chapéu, criado por Flávio Cavalcanti<sup>5</sup>, aponta Bezerra (2017). Pessoas conhecidas do cenário local eram convidadas para bater palmas ou não para outras personalidades. Mistura características de jogo com o mundo real, representado pelo

4 Elizeu Ventania nasceu em 20 de julho de 1924, em Martins (RN). Começou a vida artística aos 18 anos, em Fortaleza. Aos 60, ficou cego. Nos últimos anos de vida, manteve uma banca ao lado do Mercado Público Central, em Mossoró, onde cantava e vendia fitas com as gravações. Morreu em 19 de outubro de 1998 (O REI DAS CANÇÕES - ELIZEU VENTANIA).

5 O quadro foi criado em 1974 por José Messias, jurado do programa Flávio Cavalcanti. Atualmente, é apresentado no programa Raul Gil, do SBT.

discurso político, comentários do apresentador e do convidado a cada nome sob as placas dispostas num quadro. Quanto ao jogo, no que diz respeito ao convidado, a emissão está no nível Alea, pois pelo menos em teoria o convidado não estaria ciente dos nomes do quadro. Para o público, um jogo que mistura os níveis Alea e Agon, pois o telespectador não tem acesso prévio aos nomes dispostos no quadro, mas é chamado a participar com as pistas dadas pelo convidado, configurando-se como um jogo que estimula o conhecimento do telespectador sobre o cotidiano local. Os nomes dos aprovados são revelados ao final de cada comentário, mas os desaprovados são expostos somente ao final da atração.

Dito isso, para sintetizar a análise, o Quadro 1 aponta a classificação dos quadros do programa Carlos Alberto.

**Quadro 1:** Classificação dos quadros do programa Carlos Alberto

Quadro	Mundo	Nível	Comentário político
Geração 2000	Lúdico	Agon e Mimicry	NÃO
Prá Quem Você Bate Palmas	Real e Lúdico	Agon e Alea	SIM
Show de Sucessos	Real	-	NÃO
Sonho da Minha Vida	Real e Lúdico	Alea	SIM
Sorriso Alegre de uma Criança	Real e Lúdico	Alea, Agon	SIM

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base em Jost (2004, 2007)

## Conclusões

Os quadros do programa Carlos Alberto reproduzem o mundo real e o mundo lúdico, este último com as variações apontadas por Jost (2007): Alea, Agon e Mimicry. Nos cinco quadros analisados, não há referências ao mundo ficcional.

No cenário da eleição sem fim, a inserção de informação política visa transformar telespectadores em eleitores. E a solidariedade é o ingrediente usado para escamotear a estratégia político-eleitoral do apresentador. Porém, ao contrário do que indica a etimologia do termo (do latim: solidus), na solidariedade midiática, terceirizada, no assistencialismo com fins políticos, a relação com o cidadão é efêmera, sujeita aos códigos midiáticos de constante renovação de temas e pautas.

A trajetória de Carlos Alberto de Sousa no rádio, como proprietário de jornal e apresentador de TV representa uma estrutura midiática de reconhecido peso nas estruturas de poder local. No entanto, nem mesmo a visibilidade adquirida através da programação popular da TV Ponta Negra foi suficiente para garantir ao político sucesso nas duas últimas eleições que disputou, já como proprietário da emissora. Um cenário de crescente midiaticização e de pressão de outras instituições sobre o ambiente político é significativo para a compreensão desse fenômeno.

## Referências

- ARAÚJO, C. A. A. **Dramas do cotidiano na programação popular da TV brasileira**. In: FRANÇA, V. (Org.). *Narrativas Televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 47-68.
- BEZERRA, C. D. V. **A primeira emissora comercial do Rio Grande do Norte: uma história da TV Ponta Negra**. In: KNEIPP, V. A. P (Org.). *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte – A fase analógica*. Natal: EdUFRN, 2017, p. 157-171 (E-book).
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. Contexto: São Paulo, 2010.
- FARIAS, N. **Nadja Farias**. depoimento [2018]. Entrevistador: Renato Ferreira de Moraes. 25 min. Natal: [s. n.], 2018.
- FRANÇA, V. (Org.). **Narrativas Televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- GARCÍA-CANCLINI, N. **Leitores, Espectadores e Internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- GOMES, W. **Transformações da política na era de comunicação de massa**. São Paulo: Paulos, 2004.
- HJARVARD, S. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. *Matrizes*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-92, jan./jun. 2012.
- HJARVARD, S. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural**. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 1991**. Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro: IBGE, 1996. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/78/cd\\_1991\\_n12\\_familias\\_domicilios\\_rn.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/78/cd_1991_n12_familias_domicilios_rn.pdf). Acesso em: 25 mar. 2019.
- JOST, F. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- KNEIPP, V. A. P.; SILVA, L. S. M. **A trajetória da televisão no RN: um “estado da arte” ou “do conhecimento”**. In: KNEIPP, V. A. P (Org.). *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte – A fase analógica*. Natal: EdUFRN, 2017, p. 25-58 (E-book).
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MORAES, R.F. **As ‘Filhas’ dos coronéis: uma análise sobre a chegada tardia das emissoras de TV comercial ao Rio Grande do Norte**. In.: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 12, 2019, Natal (RN). *Anais Eletrônicos*. Porto Alegre: UFRGS.
- PENAFRIA, M. **Análise de Filmes: conceitos e metodologia (s)**. In: Congresso SOPCOM, 6., abr. 2009, Lisboa. *Anais...* Lisboa: Universidade Lusófona de Lisboa, Portugal, 2009, p. 1-10. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafriaanalise.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.

SANTOS, S.; CAPPARELLI, S. **Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito**. In: BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S (Org.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005, v.1, p. 77-101.

SODRÉ, M. **A Comunicação do Grotesco**. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.

SODRÉ, M.; PAIVA, R. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

STUMPF, I. R. C. **Pesquisa bibliográfica**. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**, 5. ed., Porto Alegre: Bookman, 2005.



# PERFIL DO CONTEÚDO JORNALÍSTICO EXIBIDO PELO GLOBO ESPORTE PARAÍBA, DA TV CABO BRANCO

José Nunes Vieira Neto

## Resumo

Esse trabalho aborda o jornalismo esportivo da TV Cabo Branco, analisando o material jornalístico produzido pelo Globo Esporte Paraíba. O objetivo é fazer um perfil do conteúdo jornalístico deste programa de televisão, tendo como base elementos das teorias do jornalismo e os valores-notícia adotados na escolha dos diferentes formatos exibidos. Para isso, analisamos os conteúdos veiculados no mês de agosto de 2019. Para a realização dessa fase foram utilizadas, como metodologia: observações e entrevistas semi-estruturadas e estruturadas com profissionais envolvidos no processo de produção, além de análise de conteúdo. Frente ao exposto é possível concluir que a produção de notícias do Globo Esporte, está seguindo um modelo longo e ainda muito em uso no País, principalmente no Globo Esporte da rede, que é direcionar, em sua maioria, a produção de material relacionada ao universo do futebol e dividir o restante do tempo para os demais esportes. Há também um esforço de buscar nas pautas temas curiosos, marcas importantes, situações inusitadas, características também herdadas do Globo Esportenacional.

**Palavras-chave:** Televisão; Jornalismo Esportivo; Valores-notícia; Globo Esporte Paraíba.

## Introdução

Todas as afiliadas da TV Globo recebem das “cabeças de rede”, denominação dada à emissora que gera o conteúdo para todas as demais, espaços maiores ou menores na grade para veiculação da programação local. No caso do Globo Esporte, da TV Cabo Branco, que também é exibido pela TV Paraíba, a “cabeça” é o Globo Esporte Nacional, produzido no Rio de Janeiro, e o tempo de duração do Globo Esporte, da TV Cabo Branco, fica entre 10 a 12 minutos.

E nesse espaço de tempo, a produção local deve condensar as principais notícias de cunho esportivo que mereçam relevância no âmbito regional e estadual e exibi-las. Nesse processo de filtrar e definir quais fatos se tornarão reportagem se aplicam os valores-notícias, processo que norteia cada organização jornalística. Tais valores podem ser estabelecidos como perspectiva que permitem a identificação de algo como potencial fato noticiável, viável de ser noticiado, passível de despertar interesse do público (GUERRA, 2014). Assim sendo, valores-notícias e critérios de noticiabilidade são mecanismos utilizados por jornalistas com o objetivo de detectar e começar o processo construção de fatos em notícias.

De acordo com Silva (2014), o que é considerado trivial possui pouco valor informativo. Ele enumera que fatos que mereçam ser noticiados são os de cunho prodígios e monstruosidades, as obras e situações insólitas da natureza e também da arte, assim como os desastres naturais e as descobertas recentes.

Walter Lippman, em 1922, em obra inaugural, Opinião pública, elege como atributos: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal. Em 1959, Fraser Bond publica Introdução ao jornalismo, no qual destaca entre as características sua capacidade de despertar o interesse da atenção do público (SILVA, 2014 p.60).

Qualquer empresa, sendo ela jornalística, comercial ou de outra área, tem como objetivo atrair um público que permita sua sustentabilidade financeira. E no caso da televisão, os anunciantes miram a fidelidade e nível de audiência de cada canal ou programa para melhor anunciar seu produto. Nesse contexto, o interesse do público é de suma importância. Guerra (2010) diz que, através dos tempos, o interesse presumido das pessoas sobre determinados tipos de acontecimentos tem orientado a produção jornalística.

E assim como qualquer outra empresa, as de jornalismo, têm custos como salários, contratação (de jornalistas e de outros profissionais), investimento e manutenção em melhorias de equipamentos. Por isso, tais custos interferem no produto final.

Na primeira parte desta pesquisa foi realizado um levantamento teórico da relação entre jornalismo e valores-notícias, a importância e tipos de entrevistas usadas numa pesquisa, a análise de conteúdo, para que assim possamos entender quais os fatores, critérios e mecanismos tornam um acontecimento do cotidiano numa notícia. E dentre desse contexto, iremos diferenciar os conceitos de valores-notícias e os critérios de noticiabilidade.

No capítulo seguinte, falamos sobre como o jornalismo esportivo surgiu no Brasil, desde seus primeiros passos ocupando as lacunas vazias dos jornais impressos, onde os primeiros acontecimentos esportivos foram elevados à categoria de notícia impressa apenas para preencher os espaços vazios dos jornais quando já não havia conteúdo necessário das demais editorias para preencher todo o espaço das folhas do jornal. Fizemos ainda uma explanação da chegada ao das notícias esportivas no rádio, além de um histórico do início do jornalismo esportivo na televisão com características que reverberam até os dias atuais, como por exemplo, uma postura não muito formal, em busca uma aproximação com o público, programas com leves toques de humor, irreverência ao narrar as partidas de futebol.

No terceiro capítulo fizemos um recorte das vinte e quatro edições do mês de agosto de 2019 do Globo Esporte, da TV Cabo Branco, para assim analisarmos o conteúdo do programa, bem como os formatos de sua produção e as modalidades de esportes abordados. Identificamos os critérios de noticiabilidade e valores-notícias que direcionam a escolha das reportagens. Ainda no mesmo capítulo, fizemos um levantamento histórico do Globo Esporte nacional e o da Paraíba.

O material que colhemos para esta pesquisa foi submetido a análise de conteúdo, esta metodologia foi apresentada no capítulo quatro. Levamos em conta que esta metodologia é a mais apropriada para nos indicar quais temas estão sendo agendados, quais formatos são utilizados e quais esportes aparecem com maior frequência, traçando, assim, o perfil do conteúdo jornalístico que é exibido no Globo Esporte Paraíba.

Por fim, após apresentar a metodologia, tratamos de todo o material analisado e dialogamos com o que foi obtido por meio de entrevista semi-estruturada e presencial com o Expedito Madruga, e com Lucas Barros e Mário Aguiar usamos o método de entrevista estruturada e

online. Os três profissionais desempenham papéis importantes na construção do material produzido pelo Globo Esporte Paraíba, pois Expedito Madruga é coordenador de esportes da Rede Paraíba e editor-chefe do Globo Esporte, Lucas Barros é o repórter das pautas de João Pessoa e Mário Aguiar o responsável pela cobertura do acontecimentos em Campina Grande, respectivamente as duas maiores cidades da Paraíba, tanto no aspecto econômico quanto no aspecto esportivo.

Afinal, o que é exibido no Globo Esporte Paraíba? O que determina que um evento esportivo se torne notícia? E se foi noticiado, como foi e quais os motivos? A partir das teorias de jornalismo foi possível buscar respostas para estas questões. Assim, iremos percorrer os critérios jornalísticos adotados na produção do Globo Esporte da TV Cabo Branco para entender quais os mecanismos usados e quais as fases existentes da captação à transmissão das notícias.

Diante do exposto, o objetivo central desta pesquisa é fazer um perfil das reportagens exibidas pelo Globo Esporte, da TV Cabo Branco. Temos como objetivo específico entender quais são os critérios de noticiabilidade e valores-notícias das rotinas produtivas, os critérios para seleção das notícias, os temas locais tratados e saber qual o processo produtivo das notícias desde a seleção do acontecimento até a exibição no programa de TV. Após a identificação desses dados, nós analisamos e interpretamos os resultados para obtermos um retrato desse processo. Nesse sentido, a dissertação foi organizada em cinco capítulos.

## Metodologia

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, assim sendo, é destacada neste campo, a importância da semântica para o desenvolvimento do método. Pois ela é entendida como um conjunto de técnicas de pesquisa onde o objetivo é a busca do sentido ou dos sentidos de um documento.

Para definir o conceito e método da análise de conteúdo, podemos citar Berelson (1984), um dos primeiros autores a sintetizar a análise de conteúdo como técnica de estudo, na década de 40, e que apresentava uma definição baseada no modelo cartesiano de pesquisa: “análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que visa uma descrição do conteúdo manifesto de comunicação de maneira objetiva, sistemática e quantitativa”.

Bardin (1977) descreve a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que faz uso de processos sistemáticos e objetivos para a descrição do conteúdo das mensagens. A autora ainda afirma que este conceito não é suficiente para definir técnica em sua totalidade, e acrescenta que a intenção é a inferência desconhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente de recepção), inferência esta que ocorre indicadores quantitativos ou não.

Desta forma, atualmente, a técnica de análise de conteúdo refere-se ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos manifestos. A análise de conteúdo, como conjunto de técnicas, vale-se da comunicação como ponto inicial. Distinta de outras técnicas, como a estocagem ou indexação de informações, crítica literária, é sempre feita a partir da mensagem e tem por finalidade a produção de conclusões.

Nas leituras, o objetivo é conhecer, de uma forma ampla, as principais ideias e seus mais importantes significados. Nesta fase, a leitura permite uma melhor absorção do material e

produção mental que contribuem prenúncios no caminho a uma apresentação coordenada dos dados. Tais leituras permitem ao pesquisador exceder a mensagem óbvia e de uma maneira menos organizada já poder imaginar pistas e indícios não evidentes.

Em relação à investigação sobre os critérios de noticiabilidade utilizados pela equipe do Globo Esporte da TV Cabo Branco usamos o método da entrevista semi estruturada com o Expedito Madruga, coordenador de esportes da Rede Paraíba e editor do Globo Esporte Já com Lucas Barros, repórter de João Pessoa do Globo Esporte, e Mário Aguiar, repórter do Globo Esporte em Campina Grande que também assume a função de gestor de conteúdo esportivo da TV Paraíba, de Campina Grande, usamos a entrevista estruturada.

A entrevista com Expedito Madruga aconteceu de maneira presencial, no dia 26 de agosto de 2019, na sede da TV Cabo Branco, localizada no bairro Tambiá, em João Pessoa, capital da Paraíba. As entrevistas com Mário Aguiar e Lucas Barros foram feitas no decorrer do mês de dezembro de 2019, por meio do aplicativo de mensagem WhatsApp.

O papel do entrevistador, mas como responsável por proceder a uma profunda avaliação, classificando e categorizando as respostas, e organizando-as de acordo com o conteúdo e com o tema, selecionando as palavras e solicitando, às vezes, maiores esclarecimentos, através de novos questionamentos, quando necessários. Outra grande dificuldade é que as falas são produzidas e elaboradas por sujeitos com diferentes recursos reflexivos e com maior ou menor facilidade de expressão verbal. Ribeiro (2008, p.130).

## Conclusão

Com base na análise das 24 edições assistidas, das entrevistas realizadas com o editor e os repórteres do Globo Esporte da Paraíba, podemos afirmar que os critérios substantivos de noticiabilidade, propostos por Wolf (2003) e Traquina (2008), são os que mais influem no processo de escolha dos assuntos a serem noticiados no Globo Esporte Paraíba. E o principal critério de noticiabilidade dos editores do Globo Esporte Paraíba é o interesse da audiência. Durante o período analisado, observou-se, no entanto, que esse saber do interesse da audiência não está baseado em nenhum dado científico ou pesquisa com o público.

Concluimos que os programas analisados seguem os moldes do Padrão Globo de Jornalismo Esportivo, em que há uma constante tentativa de equilíbrio de força entre os esportes noticiados, sempre busca-se algo de peculiar, engraçado, histórico ou desconhecido nas reportagens para que se fuja do lugar comum e exista uma diferença de conteúdo do mesmo acontecimento noticiados pelos programas esportivos de emissoras concorrentes como o da TV Correio (afiliada da TV Record) e TV Manaira (afiliada da TV Bandeirantes). Mas, ao analisarmos os dados colhidos sobre o Globo Esporte Paraíba, um total de 69,2% de sua produção foi voltada para notícias do futebol.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977. BERELSON, Bernard Reuben. Content analysis in communication research. New York: Hafner; 1984.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Jornalismo Esportivo e Identidade: um olhar sobre o caso de Juiz de Fora**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vitória, ES – 13 a 15 de maio de 2010.

MANZINI, E.J. **Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi estruturada**, 2003.

RIBEIRO, Elisa Antônia. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa**. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.

SILVA, Gislene. **Para pensar os critérios de noticiabilidade**. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs.). Critérios de Noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. p. 51-70. TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 3. ed. Ver. 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.



# IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL NO RIO GRANDE DO NORTE: O PROCESSO DE TRANSIÇÃO NA INTER TV CABUGI

**Francisco das Chagas Sales Júnior<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

Com o objetivo de compreender como se deu a implantação da TV Digital no Rio Grande do Norte, este trabalho analisou o processo de transição tecnológica na Inter TV Cabugi, primeira emissora do estado a inaugurar um canal digital. Para isso, foi realizado um Estudo de Caso da trajetória da emissora. Foram analisados vídeos, documentos e sites oficiais, portais de notícias, além do uso da história oral para ouvir profissionais que participaram desse momento. A presente pesquisa se justifica pela necessidade de compreender um fenômeno contemporâneo, as práticas sociais presentes na TV e para a construção e o desenvolvimento do conhecimento sobre a televisão potiguar. Com a investigação, foi possível identificar que a digitalização do sinal levou quase oito anos para ser concluído e ocorreu em três fases distintas.

**Palavras-chave:** TV Digital; RN; Mídia; Inter TV Cabugi; Globo.

## Introdução

A televisão digital chegou efetivamente ao Rio Grande do Norte no dia 22 de março de 2010 com a inauguração oficial do canal digital da Inter TV Cabugi, afiliada da TV Globo no estado (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2019a). Esse marco da trajetória da TV potiguar aconteceu três anos após a inauguração das transmissões digitais no Brasil, que ocorreu no dia 2 de dezembro de 2007, na cidade de São Paulo (MATTOS, 2010).

De acordo com Rede Globo (2021), a área de cobertura do sinal digital da Inter TV Cabugi abrange 44 municípios do Rio Grande do Norte<sup>2</sup>. A estimativa é que a programação da Cabugi chegue a cerca de 607.014 residências e seja assistida por uma média de 1.939.672 pessoas. O que faz do canal o que tem o maior alcance no estado.

A história da TV Cabugi começa em primeiro de setembro de 1987, quando foi fundada pelo ex-governador do Rio Grande do Norte, Aluizio Alves (SALES JÚNIOR, 2020). O canal foi a terceira emissora de TV do estado a entrar no ar. Em 2005, após passar por crise financeira, a Cabugi foi vendida para o Grupo Inter TV, do empresário Fernando Camargo, e passou a ser chamada de Inter TV Cabugi (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2020).

---

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: jornalismo\_junior@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Desde 2015, com a inauguração da Inter TV Costa Branca, os demais 123 municípios do estado passaram a fazer parte da área de cobertura da emissora, sediada em Mossoró e afiliada à TV Globo (JÚNIOR, 2014).

Com a inauguração dos canais digitais, os telespectadores observaram melhorias na qualidade do som e imagem que chegavam às residências dos potiguares (JÚNIOR, 2014). O que de longe lembra o início da televisão no estado, quando “chuviscos, fantasmas nas imagens e falhas no áudio estavam entre os problemas enfrentados” (LINS, 2017, p. 61). Nessa época não existiam emissoras produzindo conteúdo local e a programação que passava nos televisores era retransmitida de cidades vizinhas como Recife e Fortaleza. O Rio Grande do Norte foi o penúltimo da região Nordeste a instalar a primeira emissora própria, sediada em seu território e com produções locais sendo transmitidas (SALES JÚNIOR; KNEIPP, 2019b).

Observa-se que a implantação da televisão digital trouxe profundas transformações nas formas de produzir, transmitir, receber e consumir as produções televisivas no Rio Grande do Norte. O que justifica a realização da presente pesquisa como forma de conhecer como se deu esse processo e, assim, compreender melhor um fenômeno contemporâneo que ainda está em curso no país, identificar as práticas sociais presentes na TV do estado e contribuir para a construção e desenvolvimento do conhecimento sobre a televisão potiguar.

Por tanto, o objetivo principal do presente estudo foi compreender como as transmissões digitais de televisão tiveram início, a partir da maior emissora de TV do Rio Grande do Norte. Um processo que ganhou novos elementos ao longo de sua implantação e que foram sendo assimilados e incorporados pelos telespectadores, que recebem a programação do canal todos os dias. Agora, com uma qualidade maior, em alta definição.

## Metodologia

O estudo teve como principal procedimento metodológico um Estudo de Caso. Para Ventura (2007), o método é eficiente para pesquisar especificidades de uma determinada situação investigada, pois particulariza um objeto e observa suas nuances. Duarte e Barros (2006) concorda com esse pensamento ao definir o método como uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo, com a utilização de múltiplas fontes de evidência.

Em relação aos demais procedimentos utilizados durante a pesquisa, inicialmente foi realizada a análise bibliográfica para levantar o conhecimento científico já produzido sobre o tema. Também foram utilizadas outras técnicas para obter informações como a análise de documentos e sites oficiais do Governo Federal e da Inter TV Cabugi, arquivos de vídeos da emissora, portais de notícias locais, consultas à história da televisão no Brasil e no Rio Grande do Norte, além da observação da programação da televisão investigada.

Pelo fato de a história da televisão no Rio Grande do Norte ser uma temática com poucas publicações e que ainda carece de estudos mais aprofundados, a pesquisa aqui apresentada contou ainda com entrevistas com profissionais que atuaram na emissora e que, por tanto, trouxeram detalhes e informações relevantes para o estudo. Sobre o uso da história oral, Alberti (2004, p 16) destaca a relevância dessa técnica ao falar que sua peculiaridade “decorre de toda uma postura com relação à história e às configurações socioculturais, que privilegia a recuperação do vivido conforme concebido por quem viveu”.

## Resultados e discussão

No Rio Grande do Norte, o processo de implantação da TV Digital aconteceu entre os anos de 2010 e 2018, contando da primeira emissora a inaugurar o sinal até a última a ser implantada no estado e já operando com o novo sistema (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2019a). Ao analisar a trajetória da Inter TV Cabugi, foi possível observar que a transição do sinal de televisão no Rio Grande do Norte se deu em três momentos: o início das transmissões digitais, a implementação da imagem em alta definição (HD) e o desligamento do sinal analógico.

Esse momento de mudança se apresentava tão importante para as telecomunicações no Rio Grande do Norte quanto foi a chegada de uma afiliada da Rede Globo no estado em 1987 (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2019b). Antes disso, o sinal da emissora carioca chegava à capital potiguar por meio da Globo de Pernambuco e no interior através da TV Verdes Mares, do Ceará (SALES JÚNIOR, 2018).

Os preparativos para a implantação do primeiro canal digital do estado não ficaram restritos à área técnica. Os demais departamentos da emissora participaram ativamente do processo. Segundo Câmara (2020), que era diretora de jornalismo da Inter TV Cabugi na época, “antes da inauguração do sinal, a Rede Globo realizou-se uma série de reuniões e treinamentos com as equipes das afiliadas sobre o sinal, para todos os gestores: do jornalismo, do comercial e, principalmente, da engenharia” (Informação verbal<sup>3</sup>).

Após concluída a fase de implantação do sinal digital, a Inter TV Cabugi deu início aos preparativos para uma melhoria ainda maior na qualidade da imagem transmitida para todo o Rio Grande do Norte. Por isso, em novembro de 2013, a emissora também foi a primeira do estado a transmitir a programação em Alta Definição (High-Definition - HD). O sistema de transmissão em HD trouxe significativas melhorias na qualidade de som e imagem.

A mudança para a imagem em alta definição foi acompanhada pela TV Globo afim de estabelecer um padrão para as afiliadas, semelhante ao que a emissora já havia implantado e transmitia em sua programação para todo o Brasil. Para isso, foram dois anos de investimentos em equipamentos de captação, edição e transmissão de imagens (INTERTV RN, 2013). Além disso, no ano seguinte, em 2014, a capital potiguar iria sediar a Copa do Mundo da Fifa. Por isso, a Globo, estabeleceu como meta que todas as afiliadas instaladas em cidades-sede do campeonato já estivessem transmitindo sua programação em HD (JÚNIOR, 2014). O que explica o pioneirismo da Inter TV na implantação dessa nova tecnologia.

Após o período de investimentos em tecnologia e melhoria na qualidade da imagem, teve início efetivamente a preparação para o encerramento das transmissões analógicas. Em 2007, após a inauguração da TV Digital no Brasil, já havia começado a ser definido o cronograma de desligamento do sinal analógico (MATTOS, 2009). Os prazos de encerramento das transmissões analógicas foram estabelecidos pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), responsável pela regulação e fiscalização do setor.

No Rio Grande do Norte, o encerramento das transmissões analógicas ocorreu em duas etapas. Na primeira, o desligamento do sinal analógico foi feito em Natal e Região Metropolitana no dia 30 de maio de 2018. Na segunda, Mossoró e região tiveram os canais analógicos desligados. Inicialmente, estava previsto para o dia 5 de dezembro de 2019, mas como o índice mínimo de digitalização exigido pela Anatel não foi alcançado, só aconteceu em 9 de janeiro de 2019 (SALES JÚNIOR; KNEIPP, 2021).

<sup>3</sup> Entrevista concedida pela jornalista Ana Luíza Câmara ao jornalista Francisco das Chagas Sales Júnior, em 11 de julho de 2020, por meio do aplicativo de mensagens Whatsapp.

O desenvolvimento tecnológico observado na trajetória da televisão potiguar representou também uma mudança social para o povo do Rio Grande do Norte, na medida em que mais pessoas puderam ter acesso a uma programação com qualidade técnica maior do que antes. O que corrobora com Williams (2016) que apresenta a TV como resultado de um importante processo de mudança social ou como elemento presente nesse contexto. O autor expõe que “a televisão, como qualquer outra tecnologia, torna-se disponível como um elemento ou meio em um processo de mudança que já está ocorrendo ou está prestes a ocorrer” (WILLIAMS, 2016, p. 26).

Os avanços tecnológicos vivenciados no século XXI foram fundamentais para a expansão das redes de telecomunicação e para as mudanças observadas nas relações sociais. Dessa forma, podemos dizer que a mídia constitui uma espécie de lugar social que faz com que os receptores possam se comunicar e criarem novas relações de linguagem e entendimento (HALL, 2000). Assim, a mídia também acaba por contribuir para a fragmentação das velhas identidades consolidadas e para a construção das novas identidades híbridas (CANCLINI, 1995).

É nesse contexto que surge também o sentimento de pertencimento e de identificação com o que está sendo transmitido pelas emissoras de televisão. Na busca pela atenção dos telespectadores, a produção televisiva não tem outra saída a não ser refletir os desejos do público. Por isso, observa-se que as emissoras de TV, no processo de desenvolvimento regional das redes, passaram a investir cada vez mais em programação local para atrair ou manter os telespectadores e, conseqüentemente, os anunciantes (BAZI, 2001).

Com o advento e início das transmissões digitais no Brasil, as discussões também se voltaram para a convergência das mídias. Jost (2011) acredita que a partir dessa mudança tecnológica a televisão se desenvolveu e tem buscado continuar como um veículo ativo, atual e dinâmico num mundo cada vez mais conectado. Wolf (2015, p. 29) complementa essa ideia ao afirmar que “entre todas as apostas a serem feitas, talvez a menos segura – e a aposta que destrói a esperança digital de abocanhar uma parcela significativa do faturamento da televisão – seja que as pessoas não vão parar de assistir à TV, mesmo que parem de assistir TV”.

## Conclusões

Desde a inauguração da televisão no Brasil, em 1950, a televisão passou por significativas transformações tecnológicas. Foi assim com a chegada da imagem em cores, com as transmissões via satélite e não podia ser diferente com o início da TV digital. No Rio Grande do Norte, cada um desses momentos de transição tecnológica foi acompanhado com expectativa, tanto pelos profissionais envolvidos na produção televisiva quanto pelos telespectadores, que esperam que a melhor imagem e conteúdo cheguem aos seus lares. As três fases para que o processo de digitalização do sinal fosse concluído ocorreram em períodos diferentes e, em alguns momentos, até simultâneos. Cada uma dessas fases foi importante para a implantação e efetivação da TV digital no estado, além da preparação dos telespectadores para a transição tecnológica. A mudança do sinal analógico para digital preparou a televisão potiguar para o futuro, com a possibilidade de maior mobilidade, portabilidade, interatividade e até integração com outras mídias.

## Referências

ALBERTI, Verena. **Ouvir contar: textos em história oral**. Rio de Janeiro: editora FGV, 2004.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas: Alínea, 2001.

CÂMARA, Ana Luíza. [TV digital na Inter TV]. WhatsApp: [Contato Ana Luíza Câmara]. 14 de jul. de 2020. 12:34. 1 mensagem de WhatsApp.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Sudamericana, 1995.

DUARTE, Jorge Duarte; BARROS, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP& A, 2000.

INTERTV RN. **Inter TV Cabugi começa a transmitir sinal HD na Grande Natal**. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rn/intertvrn/noticia/2013/12/inter-tv-cabugi-comeca-transmitir-sinal-hd-na-grande-natal-assista.html> Acesso em: 26 de mai de 2020.

JOST, François. **Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?** MATRIZES, Ano 4, nº2, jan./jun. 2011, São Paulo, p. 93-109.

JÚNIOR, Francisco. **RNTV: a notícia no ar**. Natal, RN: Francisco Júnior, 2014.

KNEIPP, Valquíria A. P.; SALES JÚNIOR, Francisco das C. **A TV aberta no Rio Grande do Norte: o início das transmissões digital na televisão potiguar**. In: Revista de Estudos de gestão, informação e tecnologia, Itaquaquecetuba, SP, V. 12 nº 2, 2019a. P. 184-199.

KNEIPP, Valquíria A. P.; SALES JÚNIOR, Francisco das C. **O desenvolvimento da Televisão Brasileira: as fases de desenvolvimento da TV no Rio Grande do Norte**. In: GOBBI, Maria Cristina; RENÓ, Denis Porto (Orgs). Reflexões sobre o Pensamento Comunicacional Latino-americano. 1ª edição – Aveiro: Ria Editorial, 2020.

KNEIPP, Valquíria A. P.; SALES JÚNIOR, Francisco das C. **O desenvolvimento da TV no Nordeste: um estudo sobre o início da televisão no Rio Grande do Norte**. In: Revista Brasileira de História da Mídia, São Paulo, SP, V. 8 nº 2, 2019b. P. 54 - 68.

LINS, Aline Maria Greco. **Quando a televisão era uma aventura no nordeste brasileiro**. In: KNEIPP, Valquíria A. P (org.). **Trajетória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.

MATTOS, Sérgio. **A história da televisão no Brasil: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 5. Ed. rev. e ampl. 2010.

REDE GLOBO. **Cobertura Globo**. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=124> Acesso em: 28 de fev. de 2021.

SALES JÚNIOR, Francisco das C.; KNEIPP, Valquíria A. P. **A televisão digital no Rio Grande do Norte: O encerramento das transmissões analógicas na Inter TV Cabugi**. In: Revista Temática, João Pessoa, PB, V. 16 nº 12, 2020. P. 32-48.

SALES JÚNIOR, Francisco das C. **A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia), Natal1, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2020.

SALES JÚNIOR, Francisco das C. **A televisão no nordeste brasileiro: Um estudo de caso da trajetória da Rede Globo nas capitais nordestinas.** In: Encontro Nordeste de História da Mídia, 5., 2018, Recife, Pernambuco. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/nordeste/2018-5o-encontro/gt-6-2013-historia-das-midias-audiovisuais/a-televisao-no-nordeste-brasileiro-um-estudo-de-caso-da-trajetoria-da-rede-globo-nas-capitais-nordestinas/view> Acesso em: 28 jul. 2020.

VENTURA, Magda Maria. **O estudo de caso como modalidade de pesquisa.** Revista da Sociedade de Cardiologia do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, v. 20, n. 5, 2007. P. 383-386.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultura.** / Raymond Williams; tradução: Marcio Sarelle; Mario F. I. Virgílio. – 1 ed. – São Paulo: Bomtempo: Belo Horizonte, MG: PUC Minas, 2016.

WOLF, Michael. **Televisão é a nova televisão:** tradução: Ana Paula Corrandi, Guilherme Miranda, Luiza Leal da Cunha – 1 ed. – São Paulo: Globo, 2015.



# AVALIAÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA DOCENTE EM REGIMES DE COLABORAÇÃO CIENTÍFICA E DE COAUTORIA

**Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira**

Universidade Federal do Cariri

**Lucas Sobreira Galvão Sales**

Universidade Federal do Cariri

**Júlia Marques Romão de Souza**

Universidade Federal do Cariri

**Manoel Izidorio Cabral Neto**

Universidade Federal do Cariri

**Wesley Guilherme Idelfoncio de Vasconcelos**

Universidade Federal do Cariri

## Resumo

O presente estudo tem como foco refletir e apresentar uma proposta de itinerário metodológico de avaliação dos fenômenos da colaboração científica, e também de estudo em coautoria entre pesquisadores das universidades federais brasileiras. As tecnologias de informação e comunicação são parte desse processo. Como suporte, utiliza-se do aparato tecnológico dos seguintes softwares: scriptLattes (mineração de dados dos currículos), Excel (visualização da rede), Ucinet (representação matemática das redes e conexões através do cálculo de indicadores) e Netdraw (visualização das conexões de colaboração científica/coautoria). Como objeto de análise aplicada, foi realizado o levantamento do número de pesquisadores/professores efetivos, com o título acadêmico de doutor, em 42 cursos de jornalismo de universidades federais do Brasil. Identificou-se, entre os meses de outubro a dezembro de 2020, o total de 769 docentes, sendo 386 mulheres e 383 homens vinculados aos respectivos cursos de graduação. Estas informações formarão uma base de dados para avaliação das redes de pesquisa.

**Palavras-chave:** Produção científica; Colaboração científica; Coautoria Pesquisa em jornalismo.

## Introdução

O presente estudo tem como foco apresentar uma proposta metodológica de avaliação dos fenômenos da colaboração científica e da sua coautoria, reconhecendo as motivações que direcionam os pesquisadores a cooperar em suas atividades de produção científica. São exploradas a Bibliometria e a Análise de Redes Sociais (ARS), na perspectiva dos estudos métricos da informação, que fundamentam as bases dessas abordagens.

Este estudo procura investigar os 42 cursos de jornalismo vinculados a universidades federais das cinco regiões brasileiras, a partir do quantitativo de docentes efetivos, com a titulação de

doutor. Conforme informações dos projetos pedagógicos de curso e dos sites institucionais das universidades, o número de professores é de 769 (efetivos e doutores).

A Região Sudeste (10 cursos), em universidades federais, concentra o maior número de docentes com 134 professoras e 137 professores; é seguida pela Região Nordeste (12 cursos) com 126 professoras e 130 professores; a Região Sul (07 cursos) com 66 professoras e 50 professores; Região Norte (08 cursos) com 35 professoras e 34 professores; e Região Centro-Oeste (05 cursos) com 32 professores e 25 professoras.

Este estudo aponta o seguinte problema de investigação: “Como se estabelecem os métodos de avaliação dos indicadores de produção científica e das redes sociais de coautoria de pesquisadores doutores de cursos de jornalismo, em universidades federais brasileiras?” Como objetivo geral, visa compreender a produção científica docente em seus regimes de coautoria e colaboração científicas em grupos, redes de pesquisa nacionais e internacionais.

Em uma etapa posterior a esta investigação, ainda não contemplada neste estudo inicial, classificada como “segundo experimento”, a equipe de pesquisadores avaliará a produção científica de 2015 a 2020 na categoria “artigo”, nos estratos de periódicos, com a utilização do software scriptLattes a partir dos currículos lattes salvos em XML dos 769 docentes. A intenção nesta etapa preliminar é apresentar um itinerário metodológico que auxilie os estudos da Comunicação Científica na área da Comunicação e Informação

## Metodologia

A pesquisa é de natureza aplicada, visto que este modelo se vale das descobertas e teorias científicas enunciadas e construídas pela pesquisa básica. A sua abordagem é quantiquantitativa, pois este tipo de pesquisa propicia a compreensão do objeto de estudo tanto de forma subjetiva quanto objetivamente, ou seja, quantitativa e qualitativamente, como apontam Minayo e Sanches (1993).

Como estratégia de estudo, faz-se uso da pesquisa exploratória que, de acordo com Mattar (1999), fornece ao pesquisador um maior conhecimento sobre a temática ou problema de pesquisa a ser investigado. Ela é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno ainda estão em processo de construção. Já como método de pesquisa para análise da colaboração entre os líderes dos grupos investigados, utiliza-se a bibliometria.

Tradicionalmente, os estudos métricos da informação têm sido utilizados por vários pesquisadores para mensurar a informação nos seus mais variados aspectos. Segundo Lucas, Garcia-Zorita e Sanz-Casado (2013), a origem dos estudos métricos da informação está diretamente ligada ao surgimento do termo “bibliometria”, que é alvo de inúmeros questionamentos.

De acordo com Araújo (2006), os estudos bibliométricos no Brasil se propagaram na década de 1970, principalmente em razão das pesquisas realizadas pelo então Instituto Brasileiro de Bibliografia e Documentação (IBBD) – hoje, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). À época, essas investigações tinham como objeto de estudo assuntos bastante específicos: a doença de chagas, a esquistossomose, entre outros. Após um breve período de esquecimento na literatura científica, com o surgimento das tecnologias digitais, a partir dos anos 1990, passa a haver um crescimento no interesse por metodologias quantitativas.

Vale ressaltar que em meio aos estudos da bibliometria, se faz importante elencar um conjunto de leis e princípios bibliométricos que regem as atividades de mensuração da informação. A primeira, denominada Lei de Lotka, foi desenvolvida em 1926, estabelecendo os fundamentos da lei do quadrado inverso, no sentido de medir a produtividade de autores. A segunda, chamada Lei de Bradford, criada em 1934, descreve a distribuição da literatura periódica numa determinada área. Por fim, a Lei de Zipf, de 1949, utilizada para avaliar a frequência que, atualmente, no uso de palavras em um texto, tem sido empregada para mapeamento da informação em vários campos do conhecimento.

No entendimento de autores como Araújo e Alvarenga (2011), a bibliometria tem ocupado papel relevante para a análise da produção científica de um país, tendo em vista que os indicadores bibliométricos servem de parâmetros para avaliar determinado comportamento e desenvolvimento de uma área do conhecimento. Os estudos de natureza bibliométrica permitem analisar desde frentes de pesquisa de determinado campo científico, considerando variáveis como autores, instituições ou temas; padrões de comunicação entre os pesquisadores, tais como os tipos de canais e as colaborações; as bases epistemológicas que fundamentam as pesquisas: autores, títulos, idiomas, países, datas, entre outros aspectos.

A análise bibliométrica é uma técnica quantitativa que utiliza métodos matemáticos e estatísticos para mensurar diversos aspectos do conhecimento, dentre eles identificar o impacto de novos estudos no ambiente científico, revelar padrões de pesquisa em comunidades científicas, verificar a reutilização de dados de investigação científica, acompanhar o desenvolvimento de diversos campos do saber, e identificar padrões de autoria em publicações, estudos de comportamento da literatura científica, dentre outros quesitos.

Com o intuito de avaliar essa produção científica, utiliza-se um conjunto de parâmetros – denominados indicadores bibliométricos –, que permitem o levantamento desses dados possibilitando a atividade de atribuir sentido e construção de novas informações científicas. De acordo com Guedes (2012), esses indicadores se configuram como importante ferramenta de organização, avaliação, gestão e disseminação da informação e do conhecimento científico.

## Resultados e Discussão

Segundo Cajazeira (2020) e Leta (2003), a incorporação crescente das mulheres em atividades científicas pode ser confirmada desde 1997, entre pesquisadores e líderes de Grupos de Pesquisa cadastrados na base Lattes do CNPq: nestes dois subgrupos, a proporção de mulheres, em 2002, era respectivamente de 45,7% e 40,7%. Elas estão mais concentradas em algumas áreas, tais como as Ciências da Saúde (54,7%) e as Ciências da Saúde (51,9%), desenvolvendo pesquisas em saúde (AQUINO, 2006), além das Ciências Humanas (60,0%),

Conforme Schienbinger (2001), historicamente, a constituição da ciência moderna envolveu progressivamente um alto grau de formalização, com a fundação de instituições e o estabelecimento de normas que afastaram as mulheres. Falar sobre a questão de gênero na pesquisa implica discutir o crescimento do protagonismo feminino nos números de publicações, e o peso que algumas pesquisadoras possuem para a criação de programas de pós-graduação de seus respectivos cursos, pois, sem elas, não se teriam estruturado de forma possível sua permanência.

Cajazeira (2020); Silva (1998); Velho e Leon (1998) afirmam, ainda, que com a tendência mundial de inserção da mulher no mercado de trabalho, nas últimas décadas, houve também um aumento substancial da mulher nas ciências e na pós-graduação. Este aumento tem sido observado tanto em países desenvolvidos quanto em desenvolvimento, mas, a despeito desta evolução, considera-se que são raros os países que têm mais de 30% de mulheres na ciência (LEMOINE, 1992). Alguns analistas indicam um padrão até mesmo inferior de 25% (VELHO; LEON, 1998). Desse modo, percebe-se um crescimento gradual da participação feminina nos estudos científicos como protagonistas.

Uma pesquisa recente, patrocinada pela Unesco e pela Capes sobre a pós-graduação no país, mostra que a média geral das mulheres entre mestres e doutores no país é de 33,8% (BRAGA, 2002). Já o Diretório do CNPq dos grupos de pesquisa, ao qual os docentes estão vinculados, inclui os recursos humanos envolvidos em pesquisa e não apenas os pós-graduados, e acusa aproximadamente 40% de mulheres entre os cientistas: um número que se pode considerar positivo.

## Referências

ANDRADE SILVA, Hernandes. **Colaboração científica nos grupos de pesquisa em comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI): uma análise de redes de coautoria em artigos de periódicos**. 2020. 64 f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) – Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia. Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, 2020.

ARAÚJO, Carlos Alberto. **Bibliometria: evolução histórica e questões atuais**. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; ALVARENGA, Lidia. **A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007**. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, Florianópolis, v. 16, n. 31, p. 51-70, 2011.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A produção científica feminina docente em cursos de jornalismo**. *Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, v. 6, n. 2, p. 108-122, 9 dez. 2019.

\_\_\_\_\_. A análise bibliométrica da produção científica docente por gênero nas universidades federais no interior do Brasil. *Revista Inf. Inf.*, Londrina, v. 25, n. 1, p. 21-39, jan./mar. 2020.

CNPQ. **A Plataforma Lattes**. Disponível em <<http://lattes.cnpq.br/>>. Acesso em: 30 set. 2020.

GUEDES, Vania Lisboa da Silveira. **A bibliometria e a gestão da informação e do conhecimento científico e tecnológico: uma revisão da literatura**. *Ponto de Acesso*, Salvador, v. 6, n. 2, p. 74-109, ago. 2012.

HILÁRIO, Carla Mara; GRÁCIO, Maria Cláudia Cabrini; GUIMARÃES, José Augusto Chaves. **Aspectos éticos da coautoria em publicações científicas**. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 12-36, maio/ago. 2018.

KATZ, J. Sylvan; MARTIN, Ben. **What is research collaboration?** *Research Policy*, London, v. 26, p. 1-18, 1997.

- LEMOINE, W. **Productivity patterns of men and women scientists in Venezuela**. *Scientometrics*, v. 24, n. 2, p. 281-295, 1992.
- LETA, J. **As mulheres na ciência brasileira: crescimento, contrastes e um perfil de sucesso**. *Estudos Avançados*, v. 17, n. 49, p. 1-14, 2003.
- LUCAS, Elaine Oliveira; GARCIA-ZORITA, José Carlos; SANZ-CASADO, Elias. **Evolução histórica de investigação em informetria: ponto de vista espanhol**. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 225-270, maio 2013.
- MEADOWS, Arthur Jack. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.
- MEC - Ministério da Educação. **Resoluções CES**. 2013. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=19121](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19121)>. Acesso em : 11 nov. 2020.
- MULDOON, Ryan. **Diversity, rationality, and the division of cognitive labor**. In: BOYER-KASSEM, Thomas; MAYO-WILSON, Conor; WEISBERG, Michael. *Scientific collaboration and collective knowledge*. New York: Oxford University Press, 2018, p. 78-92.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise**. 2. ed., v. 1, São Paulo: Atlas, 1999.
- MINAYO, Maria Cecília de S; SANCHES, Odécio. **Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?** *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./set. 1993.
- SAVIANI, D. **Origem e desenvolvimento da pedagogia histórico-crítica**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL MARX E ENGELS- "Marxismo e Educação: Fundamentos Marxistas da Pedagogia Histórico-Crítica, 7, 2012, Campinas. Anais... Campinas: Unicamp, 2012.
- SILVA, E. B. **Gênero e ciência: interpretações feministas e distinções locais**. Leeds: University of Leeds, jul. 1998. Mimeo.
- SCHIENBINGER, L. **O feminismo mudou a ciência?** Bauru: EDUSC, 2001. 384p. (Coleção Mulher)
- VANZ, Samile Andrea de Souza; STUMPF, Ida Regina Chittó. **Colaboração científica: revisão teórico-conceitual**. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p. 42-55, maio/ago. 2010.
- VELHO, Léa; LEON, Elena. **A construção social da produção científica por mulheres**. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 10, p. 309-343, 1998.
- VILAN FILHO, Jayme Leiro; SOUZA, Held Barbosa; MUELLER, Suzana. **Artigos de periódicos científicos das áreas de informação no Brasil: evolução da produção e da autoria múltipla**. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 13, n. 2, p. 2-17, maio/ago. 2008.
- ZOLLMAN, Kevin J. S. **Learning to collaborate**. In : BOYER-KASSEM, Thomas ; MAYO-WILSON, Conor; WEISBERG, Michael. *Scientific collaboration and collective knowledge*. New York : Oxford University Press, 2018, p. 65-77.



# TELEVISÃO BRASILEIRA 70 ANOS: A TELENVELA NO ESPECIAL DO GLOBO REPÓRTER E NOS CAMPEÕES DE AUDIÊNCIA DA TV CULTURA

**Maria Aparecida Borges Limeira<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

A participação da telenovela no cotidiano do brasileiro representa a influência desse produto na sociedade. Os especiais em homenagem aos setenta anos da televisão brasileira, Globo Repórter, da TV Globo e Os Campeões da Audiência, da TV Cultura, reverberam a telenovela como um importante bem cultural e de memória coletiva. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo observar como a telenovela foi retratada nos programas a partir da pesquisa qualitativa através da coleta de dados para compreender a maneira como ela se insere no contexto sociocultural do país. Por isso, tal abordagem trouxe consigo a perspectiva de que esse produto representa um documento histórico que armazena o desenvolvimento da sociedade brasileira.

**Palavras-chave:** Telenovela; Memória; Televisão Brasileira

## Introdução

Em 2020, a televisão brasileira completou 70 anos e, por causa disso, diversas emissoras de TV prestaram homenagens exibindo material de arquivo para comemorar o dia. Inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, foi pelas mãos do empresário Assis Chateaubriand que a televisão chegou em território brasileiro. Segundo Ricco (2017), a TV Tupi nasce, se torna a primeira emissora de TV da América Latina, mas ainda engatinha nos primeiros anos, pois, “poucos se arriscavam a dizer que ela se transformaria no maior e mais popular e veículo de comunicação do país”. (RICCO, p. 11, 2017) Ricco (2017) afirma que as grades de programação foram criadas no decorrer da semana de estreia porque os profissionais perceberam que não havia nada que pudesse ir ao ar, depois da primeira transmissão. Ricco (2017) ainda ressalta que foi o escritor Cassiano Gabus Mendes quem organizou a primeira grade para a nova tecnologia que estava chegando. Os programas, em sua maioria, eram adaptações do rádio. “A televisão brasileira se virava como podia, afinal era pobre em recursos”. (RICCO, p.21, 2017) Contudo, essa realidade mudaria no decorrer dos anos, visto que a televisão no Brasil se tornou fundamental para compreender a sociedade brasileira ao gerar processos de memória e identitários aos indivíduos. Para Lopes (2014), esse meio de comunicação, atualmente, penetra na sociedade brasileira criando um repertório compartilhado o qual atinge diferentes classes sociais, raça, gênero, etnia e regiões que se reconhecem entre si. A telenovela, sob essa perspectiva, se configura nesse

---

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: maria.borgeslimeira@gmail.com

ambiente como parte integrante do cotidiano dos brasileiros, caracterizando-se pela formação de uma memória coletiva. De acordo com Lopes (2014), esse produto ultrapassou as dimensões de lazer e cotidiano e hoje se infiltra na rotina cotidiana dos brasileiros ao oferecer mecanismos de sociabilidade e de compartilhamento de informações. Nessa circunstância, para comemorar os setenta anos da televisão no Brasil a TV Globo apresentou no programa Globo Repórter, dividido em duas partes entre os dias 18 e 25 de setembro de 2020, um compilado sobre a história da televisão brasileira - e é claro com foco majoritário nas próprias produções. A TV Cultura, por sua vez, exibiu um especial chamado Os Campeões de Audiência com 3 episódios, nos dias 17 e 24 de setembro e 01 de outubro de 2020, e focou no panorama televisivo de todos os canais presentes na comunicação brasileira. Apesar de existirem diversos gêneros e formatos na televisão, a telenovela ainda se configura como o produto mais popular da televisão brasileira. Herdeiro do folhetim, o gênero mais popular no Brasil acompanha o cotidiano do brasileiro desde 1951 com a telenovela Sua vida me pertence, passando pelo primeiro grande sucesso O direito de Nascer, o abraço do gênero com Beto Rockfeller até chegar nas histórias as quais são conhecidas hoje. Por isso, a pesquisa tem como objetivo observar como as telenovelas foram retratadas nos especiais sobre os 70 anos da televisão brasileira exibidos pela Rede Globo e TV Cultura.

## Metodologia

A metodologia utilizada para o estudo foi a pesquisa qualitativa (GIL, 2002), através da modalidade bibliográfica e da técnica de coleta de dados como base para recolher, nos especiais, apenas os fragmentos os quais se referem à telenovela. Ou seja, para a realização desse estudo foi necessário assistir aos especiais, retirar o que se discutia sobre telenovela e, finalmente, observar como o produto telenovela foi retratado naquele contexto de especiais de TV. Dessa forma, podemos certificar a concepção de que a telenovela, no contexto sociocultural, reproduz a história da sociedade brasileira ao se tornar um documento de memória. Nessa conjuntura, utilizaremos como fundamentação teórica Lopes (2003, 2014), Motter (2001), Ferrés (1998) e Hoineff (1996).

## Resultados e Discussão

Dos setenta anos da televisão no Brasil, a telenovela está presente em sessenta e nove deles o que a constitui como produto indispensável para o público brasileiro. Os especiais exibidos pelo Globo Repórter, da TV Globo, e Os Campeões da Audiência, pertencente à TV Cultura, em comemoração ao aniversário da Televisão Brasileira, fizeram uma análise cronológica desde a primeira transmissão da televisão no Brasil até os dias atuais. A telenovela apresentou-se desde as primeiras cenas dos programas como produto fundamental para compreender a relevância da TV no país. Segundo Lopes (2003), esse gênero destaca-se ao narrar histórias que ficam marcadas no imaginário popular dos indivíduos. O Globo Repórter, veiculado nos dias 18 e 25 de setembro iniciou com frames dos personagens João Coragem e Diana da telenovela Irmãos Coragem (1972), de Janete Clair, seguido pela viúva Porcina e o Sinhozinho malta, da telenovela Roque Santeiro (1984), de Aguinaldo Silva e Dias Gomes, e finalizou com a morte de Carlão em Pecado Capital - obra também de Janete Clair. Posteriormente, outras imagens de programas de auditório e jornalismo foram exibidas, entretanto, a telenovela foi o primeiro produto a ser mencionado. O programa teve duração de 1:21:37 (Uma hora, vinte e um minuto e trinta e sete

segundos), contudo, 24 minutos foram dedicados à teledramaturgia, na primeira parte e 9 minutos na semana seguinte. A atração enfatizou que o Brasil transformou um produto considerado inferior em outros países em uma obra para se orgulhar. Já no especial da TV Cultura, exibido nos dias 17 e 24 de setembro e 01 de outubro, o programa “Os campeões de audiência” possui aproximadamente 50 minutos cada episódio e a telenovela é citada a partir do sétimo minuto. Há um entrelaçamento de informações agregando diversas temáticas envolvendo TV, desde jornalismo, programa de auditório, humor e telenovela. Dessa forma, não há como conceber o tempo dado ao produto no programa. Contudo, percebe-se a relevância do gênero ao referenciá-lo em temáticas socioculturais e políticas. A telenovela, de acordo com o Globo Repórter, desvendou o Brasil para o brasileiro e trouxe consigo uma identidade nacional ao aproximar as histórias das tramas ao público. Lopes (2003) ressalta a telenovela como narrativa da nação, uma vez que as histórias se perpetuam no imaginário popular e conduz a uma discussão pública sobre assuntos privados e vice-versa. Isso acontece porque, consoante a autora (2003) as tramas sentiram-se na obrigação de conduzir os assuntos do cotidiano do brasileiro. Compreende-se dentro desse contexto que a telenovela, na história da televisão brasileira, tem o papel de entreter, mas também de disseminar informação. Uma vez que, de acordo com Hoineff (1996), a televisão, e claro seus produtos, cria valores, opiniões e comportamentos. Além disso, a possibilidade de pleitear diferentes tópicos se deu graças ao progresso das histórias nas tramas - legitimadas no especial através da telenovela Beto Rockfeller e da autora Janete Clair. É a partir da evolução das temáticas que a telenovela ampliou as possibilidades de novos conteúdos. Os especiais fizeram um panorama para explicar o ocorrido ao dar destaque para Janete Clair no abasileiramento do produto. Para entender a importância de um determinado nome o Campeões de Audiência colocou, em algum tipo de edição, diversas personalidades citando o nome da pessoa em questão para, finalmente, introduzi-la ao programa. Foi dessa forma que Janete Clair foi citada como personagem principal no que se refere ao abasileiramento do gênero. Os programas explorados balizam a telenovela como lugar de memória social brasileira. A memória do telespectador está interligada à narrativa ficcional de um determinado espaço e tempo. Segundo Elias (1983), isso acontece porque são deixados rastros e marcas de um determinado tempo social. Para Motter (2001), a telenovela captura os processos de modificação da sociedade brasileira. O que é mencionado tanto no Globo Repórter quanto em Os campeões de Audiência através da telenovela Vale Tudo (1988), dos autores Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Basseres, cujo enredo discutia a moral e a ética do brasileiro, no período do governo Sarney, a partir do slogan “vale a pena ser honesto no Brasil?”, pois, para compreender o espaço social do país nos anos 1980 é necessário assistir a Vale Tudo. Contudo, essas questões são discutidas a partir de um viés melodramático ao abordar os problemas familiares entre uma mãe honesta e uma filha vilã. Ainda segundo a autora (2001), a telenovela discute no espaço coletivo as vivências do cotidiano, narrativas contadas que poderiam ser abordadas pelo jornalismo. No programa Os campeões de audiência, o jornalista Zeca Camargo elucida esse produto como meio capaz de discutir temas espinhosos tratados, geralmente, pelo jornalismo. Tal informação dialoga com Motter (2001) ao perceber a telenovela como elemento principal do cotidiano onde os assuntos são inseridos a partir de diálogos de personagens, costumes, contexto social e privado do personagem. Dessa forma, ainda segundo a autora (2001), a telenovela demarca, nesse recorte sociocultural, temas e valores de uma época. Silvio de Abreu, autor de telenovelas, contextualiza essa abordagem ao afirmar, em ambos especiais, que para compreender uma determinada época do Brasil é preciso recorrer à telenovela. Nessa perspectiva, tal asserto corrobora com Motter (2001) ao conceituar o produto mais popular do Brasil como documento de memória ao preservar, reconstruir e manter a memória de um período específico - seja através de cenários, valores e comportamentos. Isso é

exemplificado através das telenovelas Vale Tudo (1988), já citada anteriormente, das metáforas sobre o Brasil presentes em O Bem Amado (1973), Roque Santeiro (1984) e Que rei sou eu? (1989), Dancin days (1979) e Deus nos Acuda (1992), sob a perspectiva do país na contemporaneidade. Não podemos esquecer da Anos Rebeldes, minissérie de 1992, citada pelo campeões de audiência cujo fator memória atingiu um novo nível quando ao traçar a história do período da ditadura militar, a história ressignifica o contexto atual da época ao tornar-se referência para o ato dos caras pintadas durante sua exibição. De acordo com Ferrés (1998), a televisão se constitui como uma ferramenta a qual transmite sentimentos, sensações e comportamentos que interferem nos processos de socialização do indivíduo. Por causa disso, quando Anos Rebeldes impacta o jovem brasileiro dos anos 1990, ela dá à juventude a ideia de pertencimento ao contar a história do país ao telespectador e encontrar a própria identidade - seu lugar - assistindo. Nessa circunstância, o paralelo criado entre a telenovela e a história do país é analisada por Lopes (2014) a partir da ideia de pertencimento, uma vez que a televisão conecta diversas dimensões temporais através da memória coletiva. Por isso, infere-se nos programas exibidos pelas TVs Globo e Cultura o conceito de que a telenovela brasileira relata espaços de tempo do cotidiano brasileiro - sejam bons ou não. E, ao se desenvolver em congruência com a sociedade novas temáticas são exploradas quais permitem novas histórias surgirem como o protagonismo negro em Xica da Silva (1997), Da cor do pecado (2004) e Lado a Lado (2012); o beijo gay em Amor à Vida (2013), a personagem transexual em A Força do Querer (2017) entre outros. Para a autora Glória Perez, no Globo Repórter, os novos conteúdos servem para provocar o telespectador, pois, eles não precisam de cartilha porque podem compreender as temáticas inseridas nas histórias. Para Marques & Lisbôa Filho (2012), a partir do momento em que as telenovelas inserem esses tópicos nas narrativas, os telespectadores começam a pensar a respeito. Por isso, Borelli (2001) ressalta que essa é característica peculiar dada à telenovela brasileira. Dessa forma, o produto conhecido, majoritariamente, como fenômeno de massa se configura no Brasil como elemento fundamental para compreensão do próprio espaço. Além disso, refere-se como um documento de época o qual recupera, atualiza a memória coletiva do indivíduo através de sua abrangência e do caráter repetitivo, transformando-se em um material de conservação o qual lhe é atribuído como documento de época. (MOTTER, 2001)

## Conclusões

Os especiais sobre Televisão 70 anos exibidos pelo Globo Repórter, da TV Globo, e Os Campeões de Audiência, da TV Cultura, permitiram ao telespectador uma viagem ao tempo a partir dos arquivos das emissoras. É interessante observar o tempo de exibição dado para a telenovela como elemento primordial para explicar a televisão brasileira tornando-se material simbólico e concreto que armazena memórias de um povo. Ao observarmos que a maior produtora de telenovelas do país concedeu vinte e quatro minutos para expor a história das produções do país, ao citar tramas pertencentes às emissoras TV Tupi, Excelsior e até mesmo o SBT e Rede Manchete, compreende a significação do gênero tanto para a memória do país quanto como um produto lucrativos para as emissoras. Também é importante salientar que a TV Cultura, conhecida pela programação educativa, exaltou as telenovelas, ainda que a emissora não produza - verificando relevância ao produto peculiarmente brasileiro.

## Referências

BORELLI, Silvia. Helena. Simões. **Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas**. São Paulo em perspectiva. v.15, n.3, 2001. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392001000300005&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392001000300005&script=sci_abstract). Acesso em: 10 de nov. de 2020.

CULTURA, TV. **Os campeões de audiência episódio 01**. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4a3fYolQeH8&list=PLxm2Df26lmbqQNrUG-nDdAtmjAHu7F4JT&index=1>. Acesso em 31 de out. de 2020.

CULTURA, TV. **Os campeões de audiência episódio 02**. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F8bGLlgdeic&list=PLxm2Df26lmbqQNrUG-nDdAtmjAHu7F4JT&index=2>. Acesso em 31 de out. de 2020.

CULTURA, TV. **Os campeões de audiência episódio 03**. Youtube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_zhBs-cbB0k&list=PLxm2Df26lmbqQNrUG-nDdAtmjAHu7F4JT&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=_zhBs-cbB0k&list=PLxm2Df26lmbqQNrUG-nDdAtmjAHu7F4JT&index=3). Acesso em 31 de out. de 2020.

ELIAS, Norberto. **Sobre o Tempo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HOINEFF, Nelson. **A nova televisão: desmassificando e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro: Ed. Comunicação alternativa: Relume Dumará, 1996.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (2003). **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação**. Comunicação & Educação, (26), 17-34. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>. Acesso em: 04 de nov. de 2020.

\_\_\_\_\_. **Memória e identidade na telenovela brasileira**. Anais.. Belém: [s.n.], 2014. Disponível em: [http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12\\_ESTUDOS\\_DE\\_TELEVISAO/templatexxiiicompos\\_2278-1\\_2246.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12_ESTUDOS_DE_TELEVISAO/templatexxiiicompos_2278-1_2246.pdf). Acesso em 04 de Nov. 2020.

MARQUES, Darciele Paula; LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira. **A telenovela brasileira: percursos e história de um subgênero ficcional**. Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM). v.1, n.2,p.73-81, jul/dez, 2012. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3930>. Acesso em: 4 de nov. 2020.

MOTTER, Maria Lourdes. **A Telenovela: Documento Histórico e Lugar de Memória**. Revista USP, 48, 2001. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/32893>. Acesso em: 02 de dez. 2020.

REDE, Globo. Globo Repórter 18/09/2020. Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8869757/programa/?s=04s>. Acesso em: 30 de out. 2020.

REDE, Globo. Globo Repórter 25/09/2020. Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8888785/programa/?s=51m44s>. Acesso em: 30 de out. 2020.

RICCO, Flávio. **Biografia da televisão brasileira**. 1ª ed. São Paulo: Matrix, 2017.



# COMUNICAÇÃO E VIGILÂNCIA: OS CAMINHOS DA PRIVACIDADE DO USUÁRIO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Érica Viana dos Santos<sup>1</sup>

## Resumo

O estudo discute os serviços gratuitos das Big Techs Google e Facebook a partir da análise das políticas de dados destas empresas e as reações dos atores sociais frente às mudanças nessas. Para isso, busca-se trabalhar com os conceitos plataforma digital, big data, vigilância e performatividade algorítmica. Acreditamos que há uma geração de valor nesta troca entre dados e serviços, confrontando o posicionamento dessas empresas em relação a gratuidade do uso dessas plataformas.

**Palavras-chave:** Comunicação; Vigilância; Privacidade; Plataformas digitais

## Introdução

A internet, hoje representa um total de 59% da população mundial conectada através dos seus aparelhos eletrônicos, segundo uma pesquisa da plataforma internacional de estatísticas Statista. Alguns dos conceitos trabalhados são plataforma digital, big data, vigilância e performatividade algorítmica. Acreditamos que há uma geração de valor nesta troca entre dados e serviços, confrontando o posicionamento dessas empresas em relação à gratuidade do uso dessas plataformas. Sendo assim, supõe-se um reduzido poder de escolha e ação por parte do usuário no uso das plataformas digitais e que o uso de dados tende a ser direcionado para fins comerciais. O conteúdo moldado ao gosto do usuário não só o agrada, como permite reunir em um único “lugar” boa parte dos seus principais interesses e ainda sugerir novos. É como se essas plataformas investigassem, através da vigilância e captura de dados, cada sensação e pensamento do usuário, a fim de compreendê-los para posteriormente usá-los a favor delas. Este trabalho se faz necessário em um momento de intensa mudança do espectro digital e social. Além disso, os objetivos se apresentam com a proposta de compreender e relacionar os conceitos recorrentes que surgem na esfera da era digital e da privacidade para compor um plano geral do que ocorre em tempos da evolução das plataformas digitais. Ademais, o presente estudo se propõe a investigar a revolução digital e as recentes projeções dos dados, informações e vigilância como meios de obter valor através da ação dos usuários nas plataformas digitais. Por fim, analisar as atuais políticas de dados das empresas Facebook e Google com o propósito de dirimir discussões acerca da privacidade do usuário no uso das ferramentas de ambas as empresas.

## Metodologia

A pesquisa será um estudo de caso das políticas de privacidade do Facebook e Google, com uma direção exploratória visando elaborar um debate teórico-analítico. Serão analisados artigos

<sup>1</sup> Pós-graduanda em Jornalismo Cultural/UERJ. E-mail: viana\_er@hotmail.com.

apresentados em congressos como Intercom e Compós. O ponto de pesquisa será a partir da plataforma Scielo e os próprios endereços eletrônicos das revistas acadêmicas. Ademais, serão consultadas obras bibliográficas que sustentam o debate trabalhado no artigo, propondo uma organização acerca dos conceitos apresentados. Como recorte temporal e regional, serão abordadas as plataformas digitais criadas a partir do século XXI, tais como Facebook e Google, sob a ótica dos atores sociais do ocidente, principalmente Brasil e Europa, visto que Estados Unidos não fazem uso em massa do WhatsApp (empresa comprada pelo Facebook).

## Resultados e Discussões

As transformações na estrutura das plataformas digitais são evidentes ao serem analisadas segundo as especificidades dos campos tecnológico, algorítmico e de dados.

Neste sentido, no campo dos algoritmos, Castro contribui para o debate ao afirmar que o modo como estes são performados nas plataformas digitais devem ser compreendidos não como um ato único, mas sim uma reunião dos atos de interpelação ao qual são submetidos. Ao correlacioná-los com o processo de coleta de dados observamos informações restritas e genéricas. O Google Privacidade & Termos afirma que a responsabilidade para proteger as informações é uma grande responsabilidade e indica o usuário como real detentor do controle. Esta é uma política capaz de instigar o debate de agência e controle na internet, nos fazendo questionar: O usuário das plataformas é capaz de ser um atuante livre de interferências das grandes empresas da tecnologia? Tendemos para uma resposta negativa.

A fim de dar contextualizar a discussão, cabe a correta definição de plataformas digitais. Srnicek as conceitua como infraestruturas digitais que possuem a permissão de conectar dois ou mais grupos com a finalidade de interagir. Agindo como intermediários entre clientes, anunciantes, prestadores de serviços e fornecedores.

Tratar sobre plataformas digitais, algoritmos e coleta de dados consequentemente traz a importância da compreensão da vigilância. Neste aspecto, Foucault apresenta o termo como parte de um poder disciplinar. Desse modo, cabe a análise do nível de disciplina imposto sobre as ações nas plataformas digitais, gerando um controle exacerbado por parte das gigantes da tecnologia.

Através de algumas análises, observa-se a transformação dos usuários das plataformas digitais como agentes de renda destas. Através dos dados coletados, as empresas os transformam em valor para o mercado publicitário. As verdadeiras intenções com os nossos dados ainda são intangíveis. 28 de janeiro é o Dia Internacional de Proteção de Dados Pessoais e essa data foi criada para que os usuários protegessem de forma mais consciente seus dados. Ademais, frisa a importância de as empresas adotarem medidas mais claras quanto às suas políticas de privacidade.

## Conclusões

No início deste ano, o WhatsApp lançou novas regras da sua política de dados. A mudança trata de uma conexão entre os dados dos usuários da empresa de mensagens instantâneas com sua empresa-mãe Facebook. Por este fato, segundo reportagem da revista Exame, o número

de downloads caiu bastante enquanto o do Signal, aplicativo concorrente, aumentou 4.200%. Observa-se, portanto, aos que ainda não possuem uma fatia dos dados, uma intensa corrida para chegar até eles, e para aqueles que já os possuem, diversas maneiras para mantê-los. Além disto, nota-se um aumento na preocupação por parte dos usuários das plataformas digitais em relação aos seus dados privados, situação esta, por exemplo, que não ocorreu à época dos escândalos da Cambridge Analytics.

## Referências

BRUNO, Fernanda Glória; BENTES, Anna Carolina Franco; FALTAY, Paulo. **Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: mercado, ciência e modulação do comportamento**. Revista Famecos, v. 26, n. 3, p. e33095-e33095, 2019.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. **Plataformas algorítmicas: interpelação, perfilamento e performatividade (AlgorithmicPlatforms: Interpellation, Profiling andPerformativity)**. RevistaFamecos, Porto Alegre (RS), v. 26, n. 3, p. 1-24, 2019.

CUPONATION. 2021. Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/internet-qua-2020>. Acesso em 21 fev. de 2021.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 42. Ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2014.

GOOGLE Privacidade & Termos, 2021. **Política de privacidade**. Disponível em: <https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR>. Acesso em 21 fev. de 2021.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017. e-PUB.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge, UK: Polity Press,2016. ebook.

VITORIO, Tamires. **De WhatsApp a vazamento de CPF: proteger dados nunca foi tão importante**. Exame. Publicado em: 28 jan2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/de-whatsapp-a-vazamentos-de-cpf/>. Acesso em: 21 fev. 2021.



# A COBERTURA DO JORNAL A UNIÃO SOBRE O CASO GULLIVER

**Laura Rayssa de Andrade Cabral**

Universidade Federal da Paraíba

**Samuel Amaral Veras Bonifácio<sup>1</sup>**

Universidade Federal da Paraíba

## Resumo

O presente trabalho analisa a cobertura do jornal A União sobre o Caso Gulliver, episódio que marcou a crônica política paraibana, quando o então governador Ronaldo Cunha Lima atirou três vezes no seu antecessor, o ex-governador Tarcísio de Miranda Burity, no restaurante Gulliver. Ao analisar as manchetes e fotos publicadas pelo jornal no dia 06 de novembro de 1993, um dia depois do crime, busca-se compreender como a posição ideológica do jornal contribuiu para corroborar com a narrativa oficial do governo de que o Caso Gulliver se tratava de um “incidente”, que não afetaria a normalidade político-administrativa da Paraíba, encampando a tese de legítima defesa da honra. Para tanto, o trabalho se debruça sobre questões atinentes à memória construída pelos jornalistas em seu ofício diário, refletindo ainda a problemática da democratização do acesso às edições dos periódicos antigos, pela falta de iniciativas de digitalização. Perpassa ainda os conceitos de jornalismo político para, enfim, concentrar-se na análise de conteúdo (BARDIN, 1977) da edição histórica de A União sobre o Caso Gulliver. Por fim, constata-se que a cobertura do jornal retratou o acontecimento por um viés simplista, categorizando-o como um incidente e inibindo a figura dos envolvidos diretamente com o caso.

**Palavras-chave:** A União; Caso Gulliver; memória; jornalismo político

## Introdução

Em novembro de 1993, o jornalismo político<sup>2</sup>, que de acordo com Santos (2019), se dedica à cobertura de assuntos do universo da política, como os relacionados aos políticos, governantes, partidos e todas as particularidades que envolvem essa área específica, ganhou contornos policiais ao noticiar que o governador da Paraíba na época, Ronaldo Cunha Lima (PMDB), havia desferido três tiros contra seu antecessor e rival, Tarcísio de Miranda Burity (PFL), no restaurante Gulliver, na capital paraibana. Apesar de a história<sup>3</sup> brasileira ter registrado inúmeros casos

---

1 Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB). E-mail: laurandrdec@gmail.com; samuel.amaral95@gmail.com.

2 De acordo com Cook (2011), no jornalismo político, a notícia enquanto produto do jornalismo é o resultado de várias negociações que beneficiam apenas certas alocações de valores, como os próprios políticos ou as organizações jornalísticas.

3 Na obra História e Memória, o historiador francês Jacques Le Goff afirma que o desenvolvimento da história enquanto ciência tem na sua gênese um caráter eminentemente testemunhal, calcado no aspecto da narração, do relato dos fatos, que é uma característica típica do ofício jornalístico. Nesse sentido, o autor classifica os jornalistas como “profissionais da memória” (LE GOFF, 1990, p. 447), ao lado dos historiadores, antropólogos e sociólogos, sendo imperativo ao exercício da profissão lutar pela democratização da memória.

sangrentos envolvendo políticos, o Caso Gulliver, como o episódio ficou conhecido, entrou para os anais da crônica política pelo seu ineditismo, sobretudo em tempos democráticos, no período imediatamente posterior à promulgação da Constituição de 1988.

Os tiros desferidos na tarde de 05 de novembro, no restaurante Gulliver, foram motivados pela suposição de Ronaldo Cunha Lima de que seu antecessor, Tarcísio Burity, estaria por trás de denúncias graves de corrupção envolvendo o filho de Ronaldo, Cássio da Cunha Lima, então dirigente da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene). As acusações foram feitas na noite anterior pelo padre da Igreja Católica Brasileira de Campina Grande, Júlio Paiva, durante o programa televisivo do Partido da Mobilização Nacional (PMN), do qual o padre era presidente do diretório municipal. Logo depois de desferir os tiros, Ronaldo Cunha Lima fugiu para Campina Grande, onde foi preso em flagrante pela Polícia Federal, mas liberado por força de habeas corpus concedido pelo Superior Tribunal de Justiça. Depois de 21 dias afastado do governo, Ronaldo Cunha Lima voltou à titularidade do cargo. Tarcísio Burity, depois de vários dias em coma no hospital, conseguiu se recuperar.

Nesse sentido, ressalta-se que o último jornal impresso a circular na Paraíba é A União, pertencente à Empresa Paraibana de Comunicação, do governo do estado. Em seu site<sup>4</sup> constam algumas edições digitalizadas, mas não todas. No que concerne ao ano de 1993, quando ocorreu o Caso Gulliver, há apenas uma única edição digitalizada, do mês de dezembro. Já o jornal Correio da Paraíba, que deixou de circular em abril de 2019, não dispõe de nenhuma de suas edições digitalizadas em seu site. Em 2013, uma iniciativa do extinto Jornal da Paraíba colocou à disposição dos assinantes as edições impressas entre os anos de 2003 e 2013, com a promessa de publicar todo acervo do jornal até 2014. No entanto, o jornal deixou de circular em 2016, permanecendo apenas a versão online. Não obstante, não constam no site do jornal as versões que foram digitalizadas.

Os estudiosos Mont'Alverne e Marques (2018) destacam que existem determinadas ênfases e enquadramentos, planejados por editores e repórteres, que direcionam o destaque conferido a cada matéria na cobertura jornalística. De acordo com eles, existe uma forte tensão entre os interesses privados e os interesses coletivos presentes na configuração do produto jornalístico, uma vez que a empresa tem que lidar com a necessidade de oferecer à audiência um produto que atenda a determinadas expectativas. Para os autores, o jornalismo brasileiro se diferencia dos praticados em outros países, pois no Brasil a cultura profissional naturaliza a tomada de posição política das empresas jornalísticas (MONT'ALVERNE; MARQUES, 2018).

Portanto, este trabalho se debruça na cobertura do jornal A União do dia 06 de novembro de 1993, o dia seguinte ao Caso Gulliver. A proposta principal é verificar, através da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), como o jornal, enquanto um órgão oficial do governo do estado divulgou o episódio no qual o governador protagonizou uma tentativa de assassinato contra seu antecessor, e como o jornal administrou tal crise.

## Metodologia

A pesquisa pelas edições dos jornais que tratam do Caso Gulliver remontam ao ano de 2016, no contexto da disciplina de História do Jornalismo, ministrada na graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Ante a ausência de um acervo digital com as edições dos

4 Disponível em: <https://auniao.pb.gov.br/servicos/arquivo-digital/jornal-a-uniao>. Acesso em: 16 fev. 2021.

jornais impressos paraibanos, a coleta do material se deu na hemeroteca da Fundação Casa de José Américo, no bairro do Cabo Branco, em João Pessoa. Como não há registros de trabalhos acadêmicos que abordem um episódio tão controverso e marcante da crônica política paraibana, o presente artigo, ainda que de forma incipiente, busca trazer luz à cobertura da imprensa sobre o Caso Gulliver.

A metodologia centraliza-se na análise de conteúdo, cujo método recolhe imagens, textos e símbolos encontrados nas mídias, enquadrando-os em categorias que permitam fazer inferência sobre seus conteúdos e formatos para serem testados e analisados (HERSCOVITZ, 2010). Nessa mesma concepção, Bardin (1977) conceitua a análise de conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p.42).

Posto isto, a análise de conteúdo na conjuntura deste estudo está fomentada mediante os pressupostos de Bardin (1977), que depreende três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A fase de pré-análise consiste na organização dos conteúdos coletados e na sistematização das ideias iniciais para instituir indicadores de interpretação. Na segunda fase, os materiais selecionados são explorados para extração e agrupamento das informações. E na terceira fase é feito o tratamento dos resultados à medida que são considerados significativos e válidos.

## Resultados e Discussão

A Superintendência de Imprensa e Editora, criada na Paraíba em 2 de Fevereiro de 1893 pelo então presidente da Paraíba, Álvaro Machado, produz o jornal A União, que circula pelo Estado até hoje. A política editorial que orienta a perspectiva discursiva e seletiva do conteúdo veiculado está ligada ao poder executivo, no nível específico do Governo Estadual. Em novembro de 1993, sob administração de Nonato Guedes (superintendente), Severino Batista de Amorim (diretor administrativo), Marcos José Barbosa (diretor de operações) e Geovaldo Carvalho (diretor técnico), A União fez uma cobertura diária do tiro que o então governador Ronaldo Cunha Lima desferiu ao ex-governador Tarcísio Burity.

Desde as primeiras notícias e especulações sobre o caso até a volta de Ronaldo à administração do estado, o jornal produziu materiais baseados em um discurso de defesa ao responsável pela agressão, justamente em decorrência dos laços estreitos entre a Superintendência e o poder executivo. A tese de A União reforçou a construção representativa da figura de Ronaldo como um homem íntegro tanto no âmbito público quanto no pessoal, um pregador da paz e um ser humano sensível com grandes inclinações para a literatura e a arte. Termos como “poeta Ronaldo Cunha Lima”, “Deus”, “criação divina” e “homem de paz” estavam presentes nas manchetes e no decorrer das narrativas. Alguns deles saíam da boca de deputados entrevistados pelo jornal; a perspectiva da seleção de falas que corroborem com o traço ideológico requerido na situação também evidencia a importância desses termos.

Em passagens referentes ao que seria considerado crime em outros discursos ou cenários, o jornal A União utiliza a palavra “incidente”. A escolha desse termo se apoia na prerrogativa de

que o tiro foi motivado por ataques sucessivos de Burity à moral da família do então governador, principalmente de seu filho Cássio Cunha Lima, que logo depois declararia a existência de ameaças de morte emitidas por Burity. A todo o momento, o jornal traz justificativas para a ação de Ronaldo quer em notícias com a participação de seus apoiadores, quer em artigos de opinião que relacionam argumentos da fragilidade humana, quer na importância dada às visitas em solidariedade ao governador. Algumas fotografias acompanham essas narrativas e dialogam com a ideologia enaltecida pelo jornal.

Para verificar como o jornal A União encampou a defesa do governador Ronaldo Cunha Lima, além da pesquisa documental nos arquivos do jornal, a metodologia adotada aqui é a da Análise de Conteúdo, que visa identificar “a presença ou ausência de uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração” (BARDIN, 1977, p. 21). Para tanto, foram criadas duas categorias de análise: imagens e manchetes.

### 3.1 Imagens



**Imagem 1:** Vice-governador Cícero Lucena assumindo a titularidade do cargo após a prisão em flagrante do então governador Ronaldo Cunha Lima.

A foto de capa do jornal A União no dia seguinte ao Caso Gulliver omite seus principais envolvidos: Ronaldo Cunha Lima e Tarcísio Burity. O jornal coloca o então vice-governador Cícero Lucena assumindo de forma interina o Governo Estadual (Figura 1), após a prisão em flagrante, seguida do afastamento de Ronaldo, inicialmente de 10 dias. A assinatura dos documentos simultaneamente a uma entrevista coletiva ressalta o caráter de rapidez da solenidade. Essa é uma das primeiras imagens que objetiva a construção de um cenário de normalidade apesar do caos político instalado com o “incidente”.

A foto que ilustra a capa dá o tom de toda a edição do jornal. São omitidas as fotos do restaurante após o episódio; do carro usado por Ronaldo Cunha Lima para a fuga até Campina Grande; do ex-governador Tarcísio Burity no hospital; entre outras imagens que remetessem à tentativa de homicídio por parte do então governador.

O jornal também trouxe uma extensa entrevista com o pivô do episódio envolvendo os dois políticos: o então superintendente da Sudene, Cássio Cunha Lima. A edição de A União traz duas fotos do filho de Ronaldo na matéria intitulada “Cássio implanta medidas na Sudene que visam uma maior transparência”, assinada pelo repórter José Nunes da Costa (Figura 2). A foto da esquerda transmite a impressão de seriedade com os assuntos públicos e de normalidade, enquanto a foto da direita mostra Cássio olhando para baixo, como que abatido ante às denúncias de corrupção na Sudene proferidas pelo padre Júlio Paiva, cujo mentor seria o ex-governador Tarcísio Burity.



**Imagem 1:** Fotos de Cássio ilustram a extensa entrevista do então superintendente da Sudene ao Jornal.

### 3.2 Manchetes

A manchete principal do jornal daquele dia foi “Incidente leva Ronaldo a se licenciar do cargo”. A palavra “incidente” tem uma carga semântica menos agressiva do que o episódio realmente se configurou: uma tentativa de homicídio do governador no poder contra o seu antecessor. A manchete da capa deu o tom de todos os demais intertítulos relacionados ao Caso Gulliver, como o editorial do jornal, intitulado “Em defesa da honra”, onde o crime foi justificado pelas ofensas à honra de Cássio Cunha Lima, que estariam sendo propaladas por Tarcísio Burity, através do padre Júlio Paiva.

Outra manchete do jornal informa: “Cícero assume o governo e assegura a normalidade”. A palavra normalidade era chave para entender a visão que o jornal queria passar: de que a vida política e administrativa seguia seu curso, independente do “incidente” envolvendo os dois políticos. Outra manchete, ainda na primeira página, dizia: “Delegado é nomeado para apurar todo episódio”. Também por esta manchete se infere que a tentativa de homicídio foi circunscrita a um mero “episódio” da política paraibana, uma ocorrência banal no cotidiano político do estado. Por dentro do jornal, não houveram outras referências ao Caso Gulliver, mas um silenciamento do ocorrido, especialmente da menção ao nome do ex-governador Tarcísio Burity. Consta, apenas, a supracitada reportagem assinada por José Nunes da Costa, que ressalta as medidas de transparência implementadas por Cássio Cunha Lima no comando da Sudene.

### Concluiões

Revisitar os acontecimentos históricos e a partir disto inferir reflexões acerca dos fatos é possível através da memória e do jornalismo. Nesse sentido, como forma de preservação da memória

se faz necessário iniciativas de digitalização dos acervos dos jornais, principalmente na Paraíba cuja realidade se contrapõe ao contexto nacional onde esse tipo de prática é realizada com mais frequência.

O jornalismo político contribui fundamentalmente para a formação da opinião pública acerca dos acontecimentos que permeiam a política, os políticos, os representantes eleitos democraticamente, etc. No entanto, a partir da cobertura dos fatos é possível determinar os vieses que são dados às notícias mediante influências determinadas por interesses e relações diversas.

Constata-se a partir das categorias analisadas que o enquadramento feito pelo jornal A União retratou o acontecimento do Caso Gulliver por um viés mais simplista, categorizando-o como um incidente e inibindo a figura dos envolvidos diretamente com o caso. Assim sendo, o processo de construção da realidade foi pensado e retratado de modo a favorecer os interesses políticos e ideológicos do jornal.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 1ª. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

COOK, Timothy. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, p. 203-247, 2011. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-33522011000200009](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200009) Acesso em 14. fev. 2021.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 3. ed. p. 123–142, 2010.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

MONT'ALVERNE, Camila; MARQUES, Paulo. A opinião da empresa no jornalismo brasileiro: Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. In: MARQUES, Francisco; CERVI, Emerson; MONT'ALVERNE, Camila; CARVALHO, Fernanda (Orgs.). **Estudos sobre Jornalismo Político**. Curitiba: CPOP, 1. ed, 2018. p. 13-36.

SANTOS, Ébida. **Qualidade no jornalismo político brasileiro: a cobertura do processo de impeachment de Dilma Rousseff**. 197 f. (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação - Universidade de Brasília, Distrito Federal - DF, 2019.



# DOM HELDER CAMARA, CENSURA E AS CRÔNICAS RADIOFÔNICAS EM DEFESA DA LIBERDADE DE EXPRESSION

**Emanuel Andrade Freire<sup>1</sup>**

Universidade do Estado da Bahia

## Resumo

O presente artigo faz uma abordagem no campo da memória e historicidade sobre os aspectos comunicacionais e o incentivo à cidadania e direitos humanos, exercidos pelo ex-arcebispo emérito de Olinda e Recife (PE), Dom Helder Camara, através de suas crônicas escritas para o programa Um olhar sobre a cidade, que foi ao ar, de 1974 a 1983, no período da ditadura militar, na rádio Olinda, emissora católica, sediada em Pernambuco. O trabalho também busca analisar conteúdos das crônicas mais relevantes escritas e lidas ao vivo pelo religioso. Mais de trinta anos depois, os textos foram reunidos no livro Meus queridos amigos, contemplando uma diversidade de temas ainda atuais que lançam críticas à crise política, combate à censura, desemprego, exploração de trabalhadores, pobreza, capitalismo, crise econômica e defesa de avanços necessários na Igreja e que estão sendo pontuados pelo papa Francisco.

**Palavras-chave:** Dom Helder Camara; Igreja; Censura e Imprensa

## Introdução

Batizado pela imprensa de “bispo vermelho” e “santo rebelde”, Dom Helder Camara foi uma das personalidades públicas pertencentes a ala progressista da Igreja Católica mais polêmicas de sua época, conhecido em países da América Latina, Europa e Ásia, por conta de seus posicionamentos nos sermões, entrevistas e palestras concedidas fora do Brasil. Duas décadas depois de sua morte, ocorrida em 1999, no Recife, dom Helder ainda é lembrado como um personagem presente e importante nos arquivos da memória eclesial, da política e da cultura brasileira. Seus pensamentos ainda fortalecem a produção de trabalhos acadêmicos, livros, documentários e filmes, até mesmo nos corredores de instituições políticas da atualidade.

Em 1964 assumiu a função de arcebispo emérito de Olinda e Recife. Nunca alterou a serenidade de seus pensamentos, ao mesmo tempo, que se manteve contundente ao expor suas ideias que agradavam a uns e outros não. O escritor Gilberto Freyre, autor de Casa Grande e Senzala, teria sido um de seus desafetos e costumava dizer: “O temperamento de Dom Hélder não afina com o meu e nem o meu com o dele. Mas realmente não tenho nada de particular, politicamente e nem teologicamente contra ele, embora desejasse que ele fosse mais padre e menos político.

Até o fim da vida expôs seus conceitos e opiniões sobre tudo que lhe perguntasse: censura, perseguições, o papel dos padres na Igreja e política, capitalismo e socialismo, idealismo,

---

<sup>1</sup> Professor do curso de Jornalismo em Múltiplos Meios, da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), campus Juazeiro, e Doutor em Ciências da Comunicação (USP)

humanismo. Pela defesa em direitos humanos, foi indicado ao Prêmio Nobel (dizer qual) para o qual seu nome havia sido indicado, mas sofreu sabotagem dos militares no exterior. Em entrevista concedida ao jornalista Geneton Moraes, em 1983, quando a sociedade ainda vivia sob o horizonte do Governo Militar, Dom Helder alfinetou a própria Igreja, não escondeu seu olímpico desprezo por todo e sinal de ostentação, tanto que chegou a devolver à Polônia um dos prêmios que havia recebido naquela década. Ainda que politizado e crítico com acidez e doçura, como definia os mais próximos, dizia que não era sua função indicar o regime político ideal, mas, que tinha de lembrar aos leigos as exigências éticas de um governo e as exigências cristãs.

Para compreensão os caminhos trilhados por Dom Helder Câmara, no viés da historicidade e da comunicação mediante o papel da imprensa e comportamento de profissionais dos veículos do Recife, que cobriam a rotina da arquidiocese de Olinda e Recife sob seu comando, esta pesquisa analisa parte da trajetória do arcebispo e suas interrelações no campo político, social e cultural através da radiofonia, espaço que utilizou como sua tribuna já que, no período, estava proibido pelos militares de dar entrevistas e ser citado nos meios de comunicação do país, sob determinação do Ministério da Justiça.

A luta do religioso sempre foi pública em defesa dos direitos humanos e da denúncia das torturas no Brasil. O programa “Um olhar sobre a cidade”, exibido na Rádio Olinda, pertencente à Igreja Católica, ficou vários anos no ar, mas ainda assim, havia rigorosa censura do Serviço Nacional de Informações (SNI) e o Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), criado em 30 de dezembro de 1924, utilizado principalmente durante o Estado Novo e mais tarde na Ditadura Militar, que constantemente requisitavam as fitas para exame e ameaçavam fechar a emissora, mas nem as ameaças o calava.

Poucas pessoas souberam usar tão bem os meios de comunicação como Dom Helder Câmara. Por isso foi temido, calado e amordaçado completamente pelos militares no Brasil. O artigo em questão foi produzido numa conexão em tornos dos fatos já registrados e conhecidos, mas traz nova contextualização que em torno de outros fatos, digamos, recentes, no campo da Comunicação e as crises sociais da história recente do país.

## Metodologia

A Comissão Estadual da Memória e Verdade Dom Helder Câmara disponibilizou nos últimos cinco anos, informações registradas no DOPS sobre o religioso, registrado sob o número 16.906. São anotações pronunciamentos, boletins, escutas telefônicas, recortes de jornais e periódicos catalogados. Depois de três décadas arquivadas, só em 2016, as crônicas passaram a ser selecionadas para edição do livro *As crônicas de Dom Helder Câmara*, organizado pela jornalista Tereza Rozowykwiat (2016).

A partir do acesso a estas crônicas, o processo metodológico que norteia este estudo foi a pesquisa documental, a partir da análise de conteúdo destes textos. Para este artigo, foi utilizada uma amostra de dez crônicas, com as temáticas distribuídas em injustiças sociais, política, religião, atitude, sentimentos e opiniões pessoais indo de cultura popular à comportamento e ciência.

Para reconstrução analítica do papel social desse religioso nascido em 1909 em Fortaleza (CE), foram utilizadas fontes como livros de caráter biográfico como *Dom Helder Câmara, O profeta*

da paz, de Nelson Pillet e Walter Praxedes(2008); Dom Helder: O artesão da paz, organizado por Raimundo Caramuru Barros e Lauro de Oliveira(2011); Os Caminhos de Dom Helder (perseguições e censura/1964-1980), de Marcos Cirano; Helder, o Dom - Uma vida que marcou os rumos da Igreja no Brasil; com artigos reunidos por Zildo Rocha (1999).

No decorrer do levantamento de dados, constitui-se uma relação entre o passado e o presente, resultando em uma pesquisa transdisciplinar, proporcionando um diálogo entre a história e as dinâmicas da comunicação (especialmente, no período vigente da censura oficial). Nesse caso, o estudo aproxima os estudos de história e comunicação, pois “a história dos sistemas dos meios de comunicação deve envolver uma interpretação que descortine processos comunicacionais produzidos e vividos (e transformados) pelas práticas de múltiplos atores sociais”, como esclarece Marialva Barbosa e Ana Paula Goulart (2011). As autoras ressaltam ainda a necessidade da “observação a partir dos rastros e vestígios que chegam do passado ao presente”.

Este estudo também dialoga com uma escrita memorável sobre Dom Helder. Devemos ter a compreensão de que a escrita da história não pode ser dissociada das flutuações da memória, uma vez que existem disputas e conflitos por memórias. Para o historiador Jaques Le Goff, constituir uma memória é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas (1994, p.426). Podem surgir, assim, senhores da memória, ora responsáveis por construir tessituras entre o que foi vivido, o que ainda se fazia lembrança e o que ficaria registrado para a posterioridade.

## A trajetória de Dom Helder como cronista

Comunicador com desenvoltura para dialogar sem barreira com o público, Dom Helder Camara iniciou sua trajetória em programa de televisão ainda na época em que viveu no Rio de Janeiro e anos depois na TV Jornal do Commercio, no Recife. O programa m olhar sobre a cidade começou em abril de 1974 e abril de 1983, todos os dias excetos aos domingos.

No papel de comunicador, abria o programa com uma crônica, muitas delas criticando as mazelas do país. Com voz mansa, cumprimentava os ouvintes com o bordão “Meus queridos amigos”. Ao longo dos nove anos ininterruptos de programa, foram 2.549 crônicas produzidas e lidas no ar, a maioria, com temáticas voltadas para injustiças sociais, política, religião, sentimentos e reflexões.

Para o arcebispo, evidentemente, não era na palavra “censura” que estava o medo. Chaparro discute as situações em que a palavra se dispõe nas diversas formas do discurso: “A palavra existe para definir uma quase infinidade de situações, várias delas convenientes à democracia e à cultura, inclusive o arbítrio jornalístico de publicar ou deixar de publicar. O perigo está no estabelecimento ou no consentimento do poder arbitrário de censura” (CHAPARRO, 2014, p.61).

Na crônica O que os turistas não veem, apresentada em seu programa no 5 de maio de 1974, argumentou que os visitantes só vivenciam a agenda positiva da cidade, points turísticos, passando despercebidas as mazelas, como crianças e adultos catando comida à céu aberto e em latas de lixo. “Seria errado e injusto dizer que o governo falta em tudo?”, indagou. Em seguida, acrescentou: “há uma parte grande de responsabilidade que cabe a ele, e devemos ter serenidade e coragem para emprestar voz aos sem voz, e cobrar o que não é favor, mas obrigação do poder público”.

Inflação foi o tema da pauta do dia 15 de julho de 1976, ao questionar os preços do feijão, farinha, charque, café, açúcar e pão. “Quando sobe o preço do uísque e dos vinhos importados, quando sobe o preço dos perfumes ou dos charutos, ou mesmo dos cigarros, não se compara com o aumento do preço do leite ou do pão. Leite é problema sério para todas as crianças. Pão é problema para todo mundo”.

No contexto dos assuntos que levava para a bancada do programa, também interpretava como injustiças sociais o comportamento de profissionais de algumas áreas específicas. Um exemplo ficou claro na crônica Os médicos e a pobreza, apresentada na edição de 15 de julho de 1982. No ar, ele anunciava que celebraria à noite uma missa de formatura dos novos médicos da UFPE (colocar a sigla). Comparou os avanços da tecnologia a da eletrônica (“quando há recursos”), que tornam bem fácil e seguro o diagnóstico do que se passa com quem buscava o socorro da medicina. E provocou: “Os médicos de nossos dias não podem esquecer as condições terríveis para a saúde, criadas pelo egoísmo que reduz mais de 2/3 da humanidade a uma condição sub-humana. Quem sabe que hoje a tuberculose é perfeitamente curável?”.

Sobre o mesmo assunto, Dom Helder prosseguiu argumentando sobre as condições curáveis da tuberculose para a medicina no começo da década de 1980, e deu como exemplo as condições das crianças que chegam aos consultórios sem saber qualquer que seja a doença, sendo que a segunda é a fome. “Que saúde pode haver para multidões sem casa ou sem casebres, mergulhados na lama, sem água, nem esgoto ou com água poluída, sem emprego, sem alimentação adequada?”. Política era um dos assuntos que ele não temia em falar nem se preocupava se iria sofrer retaliações de aliados ou adversários, mas também levava para a “tribuna do rádio” . Caso vivesse os dias atuais, o que diria o religioso sobre o comportamento das autoridades políticas e da saúde brasileira diante a pandemia da Covid-197.

## Conclusão

Na interpretação das crônicas que se tornaram públicas no rádio naquele período e, só em 2016, foram compiladas em livro, concebe-se que o cidadão Helder Pessoa Camara denunciaria com veemência as mazelas que percebia ao seu redor, pois acompanhava com profundidade os assuntos da atualidade, as relações econômicas e políticas, o desenvolvimento industrial e tecnológico, além das ideias advindas do homem pertencente a uma sociedade industrializada e cheia de conflitos. Com isso, interpretava comentários ora ácido, ora sutis, sobre os problemas que sacrificavam a população, se posicionando como defensor dos direitos humanos, dos desvalidos, dos povos tradicionais como indígenas e quilombolas, e ainda das causas dos trabalhadores rurais. A cada acontecimento da história como vemos em meios a fatos importantes, o arcebispo expôs, publicamente, o senso crítico de maneira sempre direta e objetiva.

Leitor disciplinado e contundente em suas leituras com olhar aguçado, foi escritor em suas madrugadas de vigília, ao manifestar também sua liberdade de expressão e opinião, por meio das cartas, crônicas, artigos, poemas, entrevistas e livros de reflexões que escreveu e publicou em vida. Compreendemos que Helder Camara interagiu de maneira intensa em meio aos espaços públicos, tendo de um lado admiradores e, do outro, opositores que lhe atiravam “farpas”, opondo-se às suas ideias. É de fundamental importância para história e memória não só de Pernambuco, mas do país rever as páginas do período de censura imposta pelos militares.

Como bem observou a jornalista Tereza Rozowykykiat (2016), “em tempos nublados em que vivemos, as palavras de dom Helder podem ajudar a entender melhor o que se passa ao nosso

redor e a repensar situações que às vezes parecem encruzilhadas ou caminhos sem saída. Como ele mesmo dizia: “Quanto mais escura for a noite, mais clara será a madrugada”.

Sem sobra de dúvidas, dom Helder Camara, mesmo em meio a tantas polêmicas, exerceu a plenitude de seu papel na Igreja Católica e se tornou um comunicador convicto de seu papel na Igreja como intelectual, imparcial, dinâmico e continuamente contestador ao falar e buscar o bom combate das mazelas não só do Brasil, mas do mundo.

## Referências

ALENCAR, Francisco A.S. Duarte. **Dom José Lamartine: o pastor do silêncio**. São Paulo: Paulinas, 1994.

BALTAR, Abelardo; CHAGAS, Glauce. **Um furacão varre a esperança** - O Caso D. Helder Camara. Recife, Fundarpe, 1993.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Comunicação e história: um entre-lugar**. In: BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart (orgs.). Comunicação e história – partilhas teóricas. Florianópolis: Insular, 2011.

CAMARA, Helder. **Indagações sobre uma vida melhor**. São Paulo: Ed. Civilização Brasileira:1986.

CAMARA, Helder. **Mil razões para viver** (Meditações do Pe. José). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

CIRANO, Marcos. **Os caminhos de Dom Helder** - Perseguições e Censura (1964-1980). Recife:Ed. Guararapes, 1983.

FILHO, Félix. **Além das Ideias** - Histórias de vida de Dom Helder Câmara. Recife: Cepe Editora, 2012.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campi

PILETTI, Nelson; PRAXEDES, Nelson. **Dom I** Contexto,2008.

REIMÃO, Sandra (org.). **Livros e Subversão** - 5  
2016.

ROCHA, Zildo (Org.). **Helder, o Dom: uma** Petrópolis: Vozes, 1999.

ROZOWYKWIAT; Tereza(Org.). **As crônicas de**

**ESTUDOS  
INTERDISCIPLINARES  
EM COMUNICAÇÃO:  
GÊNERO, HISTÓRIA;  
COMUNICAÇÃO  
INFANTO-JUVENIL,  
MÍDIA ALTERNATIVA**

Coordenação: Professora Dra. Elane  
Abreu de Oliveira



**Anais do VI ALCAR Nordeste**  
Universidade Federal do Cariri



# NO ROÇADO DO MEU CORAÇÃO, HÁ UM TEMPO DE PLANTAR SAUDADE<sup>1</sup> AMORES ROUBADOS E O MACHISMO QUE VICEJA NO SERTÃO

**Aurora Almeida de Miranda Leão<sup>2</sup>**  
Universidade Federal de Juiz de Fora

## Resumo

Este artigo debruça-se sobre a minissérie Amores roubados, filmada no sertão nordestino e exibida pela TV Globo em 2014. A narrativa destaca o sertão, região arraigada no imaginário nacional como lugar de seca, fome, miséria, descaso e negligência política secular. Alcançando projeção mundial com o livro paradigmático de Euclides da Cunha (1902), essa sub-região do Brasil ganhou o primeiro registro audiovisual ainda na década de 1920 e, desde então, vem sendo constantemente revisitada por diversas obras, seja na literatura, no teatro, na música, nas artes plásticas, no cinema e na teleficção. Nesta análise, discorreremos sobre a linha histórica que consagra esse território como matriz semântica de extrema relevância, ao mesmo tempo em que está situado numa zona de invisibilidade definida por Boaventura de Sousa Santos (2003) como linha abissal. Partimos da pergunta “De que modo a teleficção contribui para atualizar o Nordeste como rico espaço de significação para a identidade nacional?”, e dividimos o estudo em tópicos que tangenciam as epistemologias do sul, a construção diegética, e os possíveis significados das representações e rupturas com o forte legado machista do nordestino. Para tanto, seguimos metodologia híbrida, unindo as propostas de Luiz Gonzaga Motta (2013) e Juremir Machado (2003). Concluo inclinada a acreditar que a série, ainda que assuma seu embrião euclidiano, aponta para rupturas nos papéis tradicionais de gênero.

**Palavras-chave:** Teledramaturgia; Amores roubados; Sertão; Nordeste; Machismo.

## Introdução

Esta análise investiga a construção narrativa de Amores roubados, minissérie de autoria de George Moura e Sérgio Goldenberg com direção de José Luiz Villamarim e fotografia de Walter Carvalho. Baseada na obra do escritor pernambucano Carneiro Villela (lançada em folheto de jornal entre os anos de 1909 e 1912), o enredo traz vigoroso subtexto no qual constatamos percepções arraigadas sobre o sertão, intensa violência simbólica, machismo e opressão.

Nosso objetivo é analisar o modo como a autoria dialoga com a fonte matricial euclidiana, que até hoje alimenta e serve de esteio para diversas outras matrizes culturais que alicerçam o constructo audiovisual, no qual o sentimento naturalizado de que o nordestino é essencialmente violento, bruto, rude, e intensamente viril, é latente. Isso nos leva ainda a tentar entender porque o Sertão é um lugar tão paradigmático na identidade brasileira. Nessa trilha, assumimos

---

1 Título inspirado em verso da canção Flora (1978), de autoria do compositor cearense Ednardo.

2 Doutoranda em Comunicação pelo PPGCom da UFJF. E-mail: auroraleao@hotmail.com

nossa vinculação ao pensamento de Boaventura de Sousa Santos (2017) - que nos convoca a mergulhar nas Epistemologias do Sul, através das quais enxergamos a região em estudo como exemplo de linha abissal -, e ao do professor Durval Muniz de Albuquerque Júnior, defensor da ideia de que é preciso dissolver o Nordeste construído discursivamente através dos séculos.

Entendendo *Os sertões* (Euclides da Cunha, 1902) como obra seminal, que segue linha de raciocínio determinista (própria da época) segundo a qual o homem é produto do meio, escritores como José Américo de Almeida, José Lins do Rego, Gilberto Freyre, Raquel de Queiroz, Graciliano Ramos e tantos outros corroboram e levam adiante com suas obras o que se absorve sobre o sertanejo através da monumental obra do escritor paulista, até criar-se uma sinonímia entre Nordeste e Sertão.

Este estudo justifica-se porque a teledramaturgia é nosso objeto de estudo desde o mestrado e agora, no doutoramento, focamos no Nordeste e nas muitas configurações do machismo, guiadas pela perspectiva de gênero (SCOTT, 1989), de fundamental relevância no constructo televisual porque a história é ambientada no Nordeste e foi gravada no sertão, entre os estados de Pernambuco e Alagoas.

Ademais, ao mergulharmos na investigação que busca desvelar a ligação do cronotopo (BAKHTIN, 1997) com o machismo que lateja na região interiorana do Nordeste, estamos cientes de que essa dialogia é histórica, enraizada na formação do país e entranhada nas muitas vertentes artísticas e culturais que ajudaram a construir e sedimentar o imaginário relativo ao sertanejo/nordestino, rico de imagens, músicas, peças de teatro e diversos textos, que abasteceram uma vasta produção de sentidos sobre a sertanidade e seus filhos. Assim, selecionamos quatro cenas da minissérie *Amores roubados*, objetivando identificar como o discurso televisual dialoga com essa longa tradição, textual e imagética, que embasa o conceito de Nordeste e sua forte ligação com o colonialismo, o patriarcado, a literatura e o cinema que lhe antecedem.

Para isso, seguimos metodologia híbrida, que une procedimentos indicados por Luiz Gonzaga Motta (2013) às Tecnologias do Imaginário, proposta por Juremir Machado (2003).

## A construção narrativa

*Amores roubados* teve 10 capítulos, exibidos em janeiro de 2014, e alcançou alto índice de público<sup>3</sup>. A minissérie é livremente inspirada no livro *A emparedada da rua Nova*<sup>4</sup>, do jornalista Carneiro Vilela (1846-1913), fundador da Academia Pernambucana de Letras.

Ambientada no sertão pernambucano, a narrativa conta a história de Leandro (Cauã Reymond), jovem nascido ali mas criado em São Paulo pela mãe Carolina Dantas (Cássia Kiss Magro), de passado obscuro. Mais tarde, ele retorna à terra natal como sommelier<sup>5</sup>, provocando paixões:

3 Sobre o assunto, ver matéria “Série *Amores Roubados* bate marca de ibope em horário nobre da Globo”. Disponível em [http://df.divirtasemais.com.br/app/noticia/tv/2014/01/16/noticia\\_tv,146700/serieamores-roubados-bate-marca-de-ibo-pe-em-horario-nobre-da-globo.shtml](http://df.divirtasemais.com.br/app/noticia/tv/2014/01/16/noticia_tv,146700/serieamores-roubados-bate-marca-de-ibo-pe-em-horario-nobre-da-globo.shtml). Acesso em 15 fev 2021.

4 A obra, veiculada semanalmente no *Jornal Pequeno* entre 1909 e 1912, de Recife, só foi transformada em livro no início do século XX, sendo um folhetim de sucesso há mais de 100 anos. A história é considerada uma lenda urbana recifense. Disponível em <http://www.orecifeassombrado.com/assombracoes/a-emparedada-da-rua-nova/>. Acesso em 15 fev 2021.

5 Sommelier ou escanção é o profissional responsável por cuidar da carta de bebidas de restaurantes, bares, importadoras e lojas especializadas. Ver em [https://revistaadega.uol.com.br/artigo/o-que-faz-equal-origem-do-termo-sommelier\\_11289.html](https://revistaadega.uol.com.br/artigo/o-que-faz-equal-origem-do-termo-sommelier_11289.html). Acesso em 13 fev 2021

é um típico “Don Juan”<sup>6</sup> do agreste. Três mulheres se destacam no seu caminho: Celeste (Dira Paes), Isabel (Patrícia Pillar) e Antônia (Ísis Valverde) ficam fascinadas por ele.

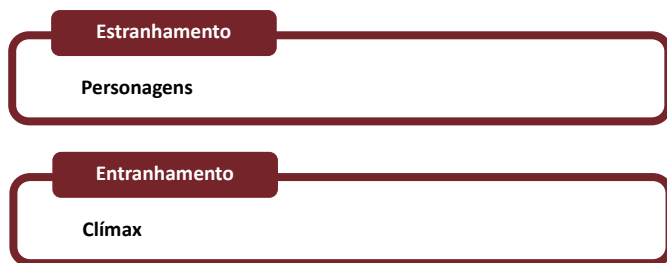
Erotismo, desejo, violência, ciúme, opressão e vingança perpassam toda a narrativa. Na base de tudo, um machismo<sup>7</sup> que não se envergonha de reprimir, silenciar, violentar, agredir e até matar.

A narrativa parte de um crime no qual a vítima é um homem. O motivo do assassinato é questão tipicamente machista: suspeita de traição. Em Amores, Leandro morre. No livro<sup>8</sup> que inspirou a obra, a moça (Antônia) por quem ele se apaixona também morre, a mando do pai, que não aceita a gravidez da filha sem haver casamento. Logo, a punição é para a mulher. Na minissérie, só o “Don Juan” tem final trágico, indicando uma possível interrupção<sup>9</sup> na ideia do bem sucedido ganhão<sup>10</sup>. Portanto, registra-se claro exemplo de narrativa deslizante com ressignificação.

Nosso objetivo é perscrutar, a partir das cenas selecionadas, a metanarrativa da teleficção, ancorada numa percepção do Nordeste entranhada no imaginário nacional e que é responsável também por uma intensa e permanente cultura machista que assola a região. Para tanto, usamos metodologia que une Luiz Gonzaga Motta (2013) e Juremir Machado (2003).

Em seu Análise Crítica da Narrativa, Motta (2013) indica observar a narrativa a partir de sete movimentos que a dissecam, ou seja, é preciso desconstruir para melhor apreender. Na presente análise, ficaremos apenas com quatro desses: o dos personagens, o das estratégias, o do clímax (MACIEL, 2017) e o da metanarrativa. Da proposta de Juremir Machado, conhecida como ADI (Análise Discursiva de Imaginários) ou TI (Tecnologias do Imaginário), seguimos os três passos, que são Estranhamento, Entranhamento e Desvelamento.

## Metodologia Híbrida -Motta & Machado



6 Personagem arquetípico da literatura espanhola, sinônimo popular para homem sedutor. Ver em <https://fatosdesconhecidos.ig.com.br/mito-ou-lenda-a-historia-de-don-juan/> Acesso em 15 fev 2021.

7 Machismo é o comportamento, expresso por opiniões e atitudes, de um indivíduo que recusa a igualdade de direitos e deveres entre os gêneros sexuais, favorecendo e enaltecendo o sexo masculino sobre o feminino. Ver em <https://www.significados.com.br/machismo/>. Acesso em 16 fev 2021.

8 Livro mítico da literatura pernambucana, A emparedada da rua Nova foi publicado inicialmente em 1886 e ganhou várias reedições. Deve grande parte de seu sucesso ao fato de ter sua narrativa até hoje envolta em mistério: não se sabe se a história é verdadeira ou se tudo não passa da criatividade do escritor, que escreveu cerca de 14 romances, sendo este o mais conhecido. Disponível em <http://fantasmasderecife.blogspot.com/2015/07/a-emparedada-da-rua-nova.html>. Acesso em 15 fev 2021.

9 Quebra ou descontinuação de um processo já estabelecido. Ver em <https://www.significados.com.br/disrupcao/>. Acesso em 13 fev 2021.

10 Homem que conquista todas as mulheres que quer. O que se sente o Gostoso. O que fica com quem ele quer. Ver em <https://www.dicionarioinformal.com.br/garanh%C3%A3o/>. Acesso em 13 fev 2021.

## Desvelamento

## Estratégias e Metanarrativa

## A teimosa persistência do machismo

O machismo que fundamenta o escopo narrativo de Amores roubados tem como fundamento uma estrutura assentada em duas vertentes: o colonialismo e o patriarcado. São elas que permitem, favorecem, impulsionam e perpetuam o autoritarismo do homem sobre a mulher, bem como a tirania dos que detém o poder econômico sobre os mais pobres. Esse é um dado fundamental entranhado na narrativa e que estabelece de pronto uma dialogia com o real, conforme atestam, com frequência, matérias jornalísticas que apontam os números da desigualdade entre homens e mulheres<sup>11</sup>.

Destarte, entendendo a teledramaturgia como espaço de construção de memória social, acreditamos que uma obra de teleficção ambientada no sertão nordestino, filmada in loco, cuja diegese é claramente fincada numa tríade que se traduz em colonialismo, patriarcado e capitalismo - tal como define Boaventura de Sousa Santos (2003) em sua Epistemologia do Sul -, coloca questões precípuas no contexto social brasileiro. Sendo o Brasil o país que mais mata a comunidade LGBTQ+ no mundo, bem como o país que está no topo do ranking de violência contra a mulher, evidenciar essas questões numa narrativa exibida em TV aberta, é consideravelmente significativo.

É possível também perceber intertextualidades com discursos anteriores, os quais assinalam o patriarcado como matriz fundante da região, tornando mais instigante a constatação das rupturas de sentido que observamos na roteirização da série. Nela, assomam estratégias argumentativas (MOTTA, 2013) que mesclam história, ficção e uso da imagem como suporte de memória.

**Imagem 01:** O sertão como a linha abissal de que nos fala Boaventura (2003).



Fonte: TV Globo.

<sup>11</sup> Sobre isso, ver matéria “Na economia e na política, números provam urgência da igualdade de gênero”. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/editorial/na-economia-e-na-politica-numeros-provam-urgencia-da-igualdade-de-genero-1120>

## Resultados

Como nossa pesquisa ainda está em estágio inicial, não temos resultados fixos a apresentar mas acreditamos que algumas considerações provisórias apontam para um possível referendo ao que estamos observando até agora, baseado na hipótese que nos move: a supersérie dialoga sim com uma série de discursos sobre o sertão e o Nordeste que a antecedem e aponta sinais de mudança nessa histórica construção patriarcal.

## Conclusões

Ao escolher filmar no sertão nordestino, parece-nos que a narrativa dialoga com o que Boaventura de Sousa Santos define como linha abissal (SANTOS, 2003), uma zona periférica relegada a segundo plano nas grandes decisões nacionais. Situar a obra nesse espaço, geográfico e literário, joga luzes sobre a região e retoma o debate sobre a formação do conceito de Nordeste, conforme apontado por Durval Muniz (1994), que remonta ao começo do século XX. Portanto, a série nos mobiliza em busca de desvelar questões próprias desse território, de múltiplos significados – perpetuados pela literatura, o cordel, a música e o cinema. O destaque fica por conta da forma como seus criadores transpõem a obra para o audiovisual e promovem diálogos entre ela e obras antecedentes.

## Referências

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **Nordestino: a invenção do falo - uma história do gênero masculino**. Maceió: Editora Catavento, 2003.

\_\_\_\_\_. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. CASTAÑEDA, Marina. **El machismo invisible**. México: Debolsillo, 2019. GALVÃO, Walnice Nogueira. **Euclidiana**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. MACHADO. Juremir. **Tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Editora Sulina, 3ª edição, 2003.

\_\_\_\_\_. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES – Análise Discursiva de Imaginários (ADI)**. Porto Alegre: Editora Sulina, 4ª edição. 2010.

MACIEL, Luiz Carlos. **O poder do clímax**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003. MOTTA, Luiz Gonzaga. **A análise crítica da narrativa**. Brasília: UNB, 2013. SANTOS, Boaventura de Sousa. **Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências**, In: SANTOS, B.S. (org.), **Conhecimento Prudente para uma Vida Decente**. São Paulo: Cortez Editora, 777-821, 2004.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. Tradução: Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Disponível em [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod\\_resource/content/2/G%C3%AAnero Joan%20Scott.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero%20Joan%20Scott.pdf). Acesso em 08 out 2020.



# PIERRE BOURDIEU: UM DIÁLOGO ENTRE SEUS CONCEITOS BÁSICOS E OS ESTUDOS DE GÊNERO

**Laís Emanuelle Borba de Brito<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

O seguinte resumo expandido tem o intuito de apresentar e abordar os principais conceitos do teórico Pierre Bourdieu por meio da exposição de suas bases sociológicas e antropológicas e aproximações com os estudos de gênero.

**Palavras-chave:** Mídia; Pierre Bourdieu; Produção de sentidos.

## Introdução

Considerado um dos maiores nomes da sociologia das últimas décadas, Pierre Bourdieu é um dos importantes teóricos do século XX. Sua obra é referência na antropologia e na sociologia, trabalhando com variados temas, como a educação, comunicação, política, cultura, artes, literatura, linguística, etc.

Suas obras podem ser compreendidas como abarcando uma teoria de estruturas sociais por meio de alguns conceitos-chaves: campo, habitus, capital, violência simbólica, poder simbólico. Diante de suas investigações, ele vai definir uma variante do que seria o estruturalismo. Assim sendo, busca traçar uma problemática que coloque em evidência a presença de estruturas que se encontram implícitas na sociedade.

Esse estruturalismo, para Bourdieu, abre espaço à uma função crítica das articulações que são envolvidas pelo social. O autor vai buscar compreender quais são, por exemplo, os mecanismos de dominação, como eles produzem ideais e em que ponto influenciam nos comportamentos dos agentes.

O seguinte trabalho tem como objetivo apresentar o autor e suas bases, além de compreender seus conceitos. Parte de uma apresentação de conceitos-chaves para o autor que seriam: campo, habitus, capital, violência simbólica, poder simbólico. Desse modo, busca uma discussão sobre sua teoria, remetendo suas contribuições a questões de gênero. Inicialmente, o texto apresenta a trajetória do autor, em seguida, são apresentados seus conceitos principais e suas considerações a respeito de questões de gênero.

---

<sup>1</sup> Laís Emanuelle Borba de Brito. Mestranda em Estudos da Mídia pela UFRN. Nata/RN. E-mail: [laisemanuelle\\_2012@hotmail.com](mailto:laisemanuelle_2012@hotmail.com)

## Pierre Bourdieu

Pierre Félix Bourdieu nasceu em 1º de agosto de 1930, em Denguin, uma pequena cidade localizada na região do Béarn, no sudoeste da França. Nascido em uma família humilde, seu pai era pedreiro e entregador e sua mãe dona de casa, cursou o ensino básico em sua cidade natal. Durante o seu ensino médio, estudou em uma cidade vizinha, Pau, onde foi destaque nos estudos e em esportes. Após a conclusão, mudou-se para Paris para cursar Filosofia na École Normale Supérieure, uma das escolas de maior prestígio na França, concluindo sua graduação em 1954.

No ano seguinte, foi convidado a lecionar filosofia em uma cidade francesa, da região central, mas foi convocado pelo exército para servir em Versalhes. Porém, devido ao seu mal comportamento, foi punido e realocado para à guerra da Argélia que no período de 1930 a 1962 era colônia francesa, que buscava a pacificação por meio de lutas por libertação nacional.

Nesse período, foi professor-assistente na Universidade de Argel, entre os anos de 1958 e 1960, aproximou-se da antropologia quando passou a se interessar por aquela sociedade e, assim, estudá-la, focando, especialmente, a dualidade do capitalismo colonial e o desejo por independência. Por meio de fotos, registrava a vida dos camponeses e posteriormente escrevia sobre ela. Em 1960, precisou ir embora porque o grupo argelino havia tomado o poder e os franceses, dessa forma, estavam sendo ameaçados.

Em seu retorno a Paris, foi convidado por Raymond Aron para trabalhar na Universidade de Lille. Em Sobornne, começou a preparar aulas e seminários e a ler cada vez mais autores como Durkheim, Marx e Weber. Durkheim, lhe influenciou no método e no rigor, em questão de objetividade. Marx, posteriormente, lhe conduziu a estudar os conceitos do capital, classe e ideologia. Por fim, Weber, lhe inspirou com os conceitos de burocracia, a reprodução, a dominação e tipo ideal. Criando assim uma teoria inédita e complexa.

Em 1962, fundou o Centre de Sociologie Européenne, atualmente o Centre Européen Sociologie et Sciences Politiques. Tornou-se diretor de estudos da Escola de Estudos Superiores em Ciências Sociais. Nesse período, acontece sua aproximação e o início de inúmeras colaborações com Jean-Claude Passeron que posteriormente torna-se um de seus parceiros de escrita.

A partir das perspectivas abordadas por Bourdieu, tais quais a etnografia feita na Argélia, no Béarn e na própria sociedade francesa, por meio de discussões acerca de classe, economia, literatura, educação, etc. A antropologia se estabeleceu na França e suas vastas pesquisas na área tiveram um grande impacto na sociologia francesa.

No ano de 1981, no qual a sua carreira caminhava para além da França, assumiu a cátedra de Sociologia no Collège de France. Sendo docente, também, em renomadas universidades ao redor do mundo. O autor teve como uma de suas marcas a defesa por uma interdisciplinaridade nas ciências humanas e ciências sociais, além de uma constante procura por independência intelectual. Estava sempre disposto a fortalecer escritores jovens e apoiar greves e trabalhadores, chegou a ser apelidado de “Sociólogo do povo”. Faleceu em 23 de janeiro de 2002, em Paris, vítima de um câncer.

## Conceitos básicos

Diante de sua produção intelectual, existem três conceitos que se destacam: campo, habitus e capital, que foram desenvolvidos nas décadas de 60 e 70 sobre a sociedade francesa, porém aplicáveis em inúmeras sociedades. Esses conceitos, como o próprio autor defendeu, são necessários para serem estudados em conjunto, em coexistência e interdependência.

Bourdieu (2006), parte da concepção de que a estrutura social é um sistema hierárquico transpassado por poderes, em que esses poderes determinam qual posição será ocupada por cada agente e/ou grupo. O poder, assim, não é localizado ou estagnado, ele circula, existindo aqueles que o exerce ou não. A influência que um determinado grupo adquire sobre os demais, é fruto de uma articulação entre poder financeiro, poder cultural, poder social e poder simbólico.

Para cada uma dessas articulações, Bourdieu (2006) denomina de capital, onde – a capitalização – terá uma posição de destaque em uma dada sociedade ou um contexto histórico. A distribuição desigual deles, gera a desigualdade social. O autor divide os poderes em quatro tipos de capital: o capital econômico: abrange bens materiais, renda, posses; o capital cultural: seria o conhecimento adquirido formalmente, por meio de diplomas; o capital social: referente às relações sociais que geram algum tipo de capital, seria uma rede de relacionamentos que gerariam empregos, aumentos salariais, influência política; por fim, o capital simbólico: é o que confere honra e prestígio, status e tratamentos diferenciados e/ou privilégios sociais. A ausência ou soma desses poderes que são herdados ou adquiridos será determinante no lugar ocupado por grupos e agentes na hierarquia da sociedade.

Além de Capital, ele vai conceituar o que seria Campo – é constituído por meio de um sistema específico de relações objetivas, podendo ser de aliança ou de conflito, cooperação ou concorrência. Compreendido como “Um sistema no qual as instituições e os agentes, assim como seus atos e discursos, adquirem sentido apenas relacionalmente, através do jogo das oposições e das distinções.” (Bourdieu, 1999, p.133). Um campo é o local de disputas onde ocorre as relações de poder.

Dessa forma, o habitus, então, seria um princípio estruturador de ações e comportamentos que influenciam diretamente na forma em que os agentes vão incorporar e reproduzir por meio da inculcação as ideologias, vivências, ideias e ideais partilhados naquele campo específico. Parte do princípio de que são estruturas estruturadas e estruturas estruturantes, ou seja, existe dentro do agente e fora dele. Pode também ser definido como um sistema de repertório que o agente adquire com as suas articulações por meio dos capitais.

Colocando em prática esses conceitos e mediante pesquisas sobre o consumo e as práticas de lazer da sociedade francesa, Bourdieu (2007), chegou à conclusão que os gostos e os hábitos eram profundamente marcados pela trajetória dos agentes, pela forma que socializam com os outros e com a educação que recebem. Desta forma, o autor questiona se esse “gosto cultural” e os hábitos de vida não seriam o resultado das relações de força estabelecidas pelos capitais operando nas instituições.

No que se refere às ideias de dominação de uma classe sobre a outra, Bourdieu (2007) apresenta outro conceito importante, a violência simbólica, que se dá por meio de imposição de um dominador a um dominado. Ele define a violência simbólica como “Violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento.” (Bourdieu, 1999, p. 12).

## Bourdieu e gênero

Bourdieu, tem sua primeira aproximação com os debates de gênero em 1960, por meio de um registro etnográfico em sua cidade natal (Denguin). Naquela época, ele começou a identificar os ritos de homens e mulheres da sua cidade para construírem relacionamentos. Eles estudavam em escolas separadas e o único momento que podiam se conhecer era quando os homens se sentavam nas praças e as mulheres passavam, muito comum nas cidades pequenas. Nesse período, houve a transformação do universo simbólico, ou seja, trânsitos simbólicos urbanos, se consolidando pela acessibilidade da televisão.

Com a chegada da televisão, houve uma transformação na ideia de casamento e do que seria um “homem ideal”. As mulheres passam a enxergar outras possibilidades, buscando, assim, sair da cidade, alcançar empregos e constituir uma concepção diferente do que seria um marido e da própria beleza dos homens da sua cidade. Em contrapartida, os homens passam a ter vergonha de si. Por meio dessa pesquisa, Bourdieu (2006), escreve o livro “O baile dos solteiros”, ainda não traduzido para o português, mas adaptado para um texto chamado “O camponês e seu corpo”.

Em 1998, vai publicar uma das suas obras mais conhecidas, “A Dominação Masculina”, com grande relevância teórica do debate feminista, via filosofia, teoria de gênero e psicanálise. Parte de um registro etnográfico durante o período em que estava na Guerra da Argélia, sobre a Cabília e a Culture berbère. Escrito como um diálogo direto com a teoria de gênero e reivindicações do movimento feminista.

Bourdieu (1999), vai compreender a dominação masculina como sendo validada por meio da violência simbólica:

Incorporamos, sob a forma de esquemas inconscientes de percepção e de apreciação, as estruturas históricas da ordem masculina; arriscamos nos, pois, a recorrer, para pensar a dominação masculina, a modos de pensamento que são eles próprios produto da dominação. (1999, p. 17)

A dominação masculina se projeta por meio do habitus, nesse sentido, o agente praticaria uma violência simbólica, iria impor uma ideologia, ideia ou ideal para essa minoria, ou, como coloca o autor, os dominados, no caso de gênero seria a naturalização dessa dominação. O homem por meio do machismo, patriarcado e do sexismo, seria o dominador, além das próprias mulheres que se encontrariam tão imersas nesse habitus que agiriam de forma preconceituosa. Ele vai ressaltar que acabar com a dominação masculina não é algo fácil, mas se dará por todo um processo em que os agentes tomariam consciência que são reprodutores desses preconceitos e tentariam, de alguma forma, cada vez mais minimizá-los.

## Considerações

Os conceitos de Pierre Bourdieu para os estudos sociais são de extrema importância. Como já foi citado, as teorias bourdieusianas são utilizadas em várias áreas como: educação, comunicação, economia, artes, literatura, etc. O próprio Bourdieu buscava abranger esses campos e trazê-los também para seus estudos. Essas várias vozes, podem ser vistas em suas obras, em que

ele conversa com autores de várias correntes e concepções, muitas vezes distintas, mas que enriquecem o seu debate acerca do social.

São inúmeras as contribuições de Bourdieu para os estudos sociais, destacando-se os estudos sobre os materiais simbólicos e como eles são condicionados nas vidas dos agentes, além das relações de poder que são estabelecidas por capitais. Um crítico dos mecanismos de reprodução das desigualdades sociais, se destacou por abordar as questões de habitus, campo, capital, poder simbólico, violência simbólica, entre outros. Seus conceitos são abordados para além da Europa, além de serem contemporâneos, podendo assim abarcar as desigualdades sociais sofridas em diferentes sociedades e culturas.

## Referências

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Guarulhos – SP: Bertrand, 1999. BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Guarulhos – SP: Bertrand, 2006.

REZENDE, Milka de Oliveira. **“Pierre Bourdieu”; Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/pierre-bourdieu.htm>. Acesso em 16 de novembro de 2020.



# CABO SUBMARINO EM PERIÓDICOS PERNAMBUCANOS DOS ANOS 1870 E 1880: BASE PARA UMA ARQUEOLOGIA DA REDE

Ruy César Campos Figueiredo<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

## Resumo

Através da arqueologia da rede como atividade e metodologia, apresentam-se 7 narrativas envolvendo a infraestrutura de cabo submarino na província de Pernambuco entre os anos de 1870 e 1880. Por mais que viabilize a comunicação no país 150 anos, são poucos os estudos da área que se dedicam a tal tema. As narrativas selecionadas ajudam a entender as expectativas, as frustrações e as tensões em torno da presença do cabo submarino no território nacional e abrem caminho para uma atenção ao tema nos estudos de comunicação e mídia no Brasil.

**Palavras-chave:** Infraestruturas; Cabo submarino; Recife; Arqueologia da rede.

## Introdução

Por mais que o imaginário do digital aposte no uso de metáforas desmaterializantes como “nuvem”, sua infraestrutura está significativamente vinculada à territórios, materialidades específicas e, além do mais, ao espaço e material oceânico. Na última década, a tecnologia da fibra óptica e a sua presença nas profundezas dos mares viabilizou cerca de 99% da comunicação intercontinental (RAUSCHER, 2010, p. 33). Desde 2020, a demanda pela infraestrutura de cabos submarinos apenas se tem se ampliado com o atual contexto pandêmico que envolve cada vez mais atividades realizadas remotamente, como o ensino, o trabalho, os encontros acadêmicos, o entretenimento e parte majoritária das interações sociais.

Entre os anos de 2019 e 2020, anunciou-se em diversos meios da imprensa pernambucana que Recife receberia “o seu primeiro projeto internacional de um cabo submarino” (MORAES, 2019). Podemos considerar que a frase faz sentido apenas ao se fazer um recorte de tempo que limita a afirmação ao período dos cabos submarinos de fibra óptica, que tem início entre os anos 1980 e 1990. Ao observarmos o atual mapa da rede de cabos submarinos, veremos que é a cidade de Fortaleza que se coloca como o portão de entrada e saída dos dados intercontinentais. Recebendo 15 cabos (em funcionamento pleno ou em fase de instalação), o estado do Ceará tem por sua própria topologia a posição de hub da infraestrutura da rede na América Latina. Todavia, ao se olhar para a história dos cabos submarinos no Brasil (e, portanto, para a era dos cabos de cabo e a era do telégrafo), veremos a proeminência territorial de Pernambuco,

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro com apoio de bolsa CAPES. Mestre em Artes pela Universidade Federal do Ceará. Professor substituto no curso de Artes Visuais da Universidade Federal do Espírito Santo. [www.ruycezarcampos.com](http://www.ruycezarcampos.com). [czr.campos@gmail.com](mailto:czr.campos@gmail.com).

mais especificamente a partir do momento em que Recife recebeu o primeiro cabo submarino a conectar a América Latina à Europa no ano de 1873.

As décadas de 1870 e 1880 são marcadas, no âmbito das comunicações globais, pela disseminação do telégrafo e pela interconexão material de continentes através dos cabos submarinos. O progresso infraestrutural causado pela chegada de tal tecnologia no Brasil provocou, como apontado pelo historiador Eduardo Silva (2001), efeitos na vida cultural, social e política, acelerando a pressão para a abolição da escravidão, a crise do Império e a consequente Proclamação da República.

Considerando a importância de maior atenção para a presença dos cabos submarinos como meio e infraestrutura no desenvolvimento das comunicações do Brasil, apresentam-se aqui sete notícias publicadas em periódicos da imprensa pernambucana nos anos de 1874, 1882, 1889 e 1890. Conforme no século XXI vivemos uma nova camada do uso tecnológico de cabos submarinos, é cada vez mais relevante que a área da Comunicação venha a analisar e refletir criticamente sobre as camadas prévias e os efeitos e afetos de sua presença no Brasil. O objetivo do presente texto é iniciar a movimentação da área nesse sentido.

## Metodologia

Situando modos de se conceber os estudos de cabos submarinos a partir de uma crítica sobre suas aparições narrativas mais recorrentes, Starosielski (2015, 66-68, 78-82; trad. nossa) declara que “o espectro de efeitos que as tecnologias de cabo submarino têm causado – dando apoio tanto para mudanças democráticas quanto para a construção de impérios – raramente vêm à superfície, a não ser que estejam adequados à duas estruturas narrativas”: narrativas de conexão, começando com a concepção do cabo e se estendendo através de sua iniciação, e narrativas de disrupção, que enquadram os medos culturais e a água, no geral, como forças que ameaçam dissolver a comunicação humana. Essas duas estruturas narrativas predominam na esfera pública, reforçando uma percepção opaca dos sistemas de cabos e mediando o aparecimento deles de modo controlado e circunscrito à interesses corporativos. Ela propõe para acadêmicos, artistas e para o público, portanto, estruturas narrativas alternativas: as narrativas de transmissão, que acompanham a distribuição de sinais a partir de um determinado ponto da rede e as narrativas nodais, que envolvem distintos nós da rede em um conjunto crítico de narrativas que englobam as três estruturas anteriores. As duas alternativas estariam no cerne do que ela chama de “arqueologia da rede”, metodologia e atividade (*Tätigkeit*) dos estudos de mídia e comunicação capaz de fazer uma “punção no insulamento discursivo das narrativas de conexão e disrupção” (STAROSIELSKI, 2015, p. 69) ao estender “a espacialidade e temporalidade do discurso sobre cabos para incluir locações tais como a manutenção da estação de cabo submarino e a manutenção do cabo” (*ibid.*), ajudando a se trazer ao contato do chão o engajamento político e territorial dos sistemas de cabos.

Apresentam-se, por tal via metodológica, 7 aparições do termo “cabo submarino” em periódicos pernambucanos disponíveis para consulta na Biblioteca Nacional – Hemeroteca Digital. São compartilhadas três narrativas de conexão (1874, 1882), uma narrativa de disrupção (1889) e, em seguida, conflitos entre locais e os funcionários britânicos da Western & Brazilian Submarine Telegraph que fornecem uma base para uma futura narrativa nodal dos cabos submarinos no Brasil.

## Resultados

No periódico A Província, em 3 de janeiro do ano de 1874, é reportada a inauguração do serviço telegráfico da Western & Brazilian Telegraph Limited. A celebração não teria sido das mais imponentes, mas estaria à altura da expectativa de que a chegada da nova tecnologia melhoraria a “economia social” e colaboraria com a democracia: “A inauguração do cabo submarino foi antes de tudo uma festa democrática. - Nas condições actuaes da sociedade, tudo quanto pode unir os povos - o caminho de ferro, o vapor, o telegrapho - não pode passar desapercibido para a democracia”. Anuncia-se que a “folia inaugural” envolveu a troca de uma série de telegramas entre autoridades. O imperador se comunicou celebrando a “introdução no paiz de um dos mais ouzados emprehendimentos do espirito humano, e que é incontestavelmente um dos mais poderosos agentes da moderna civilização” (A PROVÍNCIA, 3 de janeiro de 1874). O Barão do Rio Branco, um dos principais propulsores das inovações infraestruturais no país, afirmou que “pela impressão de hoje, julguemos das vantagens moraes e economicas que virão quando o mensageiro eletrico nos puzer em contacto com a Europa e a América” (ibid.). O presidente de Pernambuco lhe respondeu tratando diretamente da implicação de tal tecnologia para a questão moral, mais especificamente afirmando que a sua chegada apenas foi possível após a promulgação da Lei do Ventre Livre (1871): “Estava determinado que a electricidade só começaria a percorrer o território brasileiro, depois que nenhum escravo mais nascesse nelle”.

No dia seguinte, 4 de janeiro de 1874, o mesmo periódico publicou a informação de que a inauguração havia ocorrido, como uma redenção, no período natalino: “o telegrapho encheu a todos de electricidade. Vivas electricos, musicas electricas, cervejas electricas”, apontando que “o telegrapho é o novo Missias da civilização contemporanea; por uma feliz coincidencia a inauguração do cabo submarino neste dia em que a christandade celebra o natalicio do Redemptor, equivale a uma verdadeira redempção.” (A PROVÍNCIA, 4 de janeiro de 1874).

Ainda no âmbito das narrativas de conexão, mas anos depois, em 1º de abril de 1882, o Jornal do Recife informou da chegada do vapor inglês Wondego, provindo do Rio de Janeiro, trazendo um aparelho telefônico que foi colocado para apresentação no teatro de Santo Antônio, com entrada franca para “todas as pessoas que amam ao progresso de Pernambuco”. Conforme reportado, o aparelho foi ligado com as linhas telegráficas da província e com o cabo submarino que conecta Recife com Carcavelos, em Portugal, tendo o seu dono “a grande satisfação de fallar com pessoas de sua amisade”. Ainda que o progresso comunicacional seja celebrado, o autor não perdeu a oportunidade de mencionar que a tecnologia já estava “velha em outras partes do mundo”, mas que só então a sociedade pernambucana teve a chance de ver “esse prodígio”.

Em 7 de outubro de 1882, um tom menos celebratório é oferecido no mesmo periódico ao se apontar que “não há no mundo communações telegraphicas mais caras que as com o Brazil, ou por intermedio do Brazil”. A Western & Brazilian é apresentada como uma companhia inconveniente, pois “não paga a seus acionistas” e “em vez de diminuir as tarifas, em vez de abandonar o seu péssimo cabo e assentar outro, conserva tarifas verdadeiramente bárbaras”. O autor aponta que a comunicação entre Pernambuco e Santos é, comparativamente, mais custosa do que entre Londres e Índia ou Londres e Pérsia: “Custa menos ao inglês mandar duas palavras para Alexandria, no Egypto, do que custa ao brasileiro por uma palavra, que venha da Europa a Pernambuco, em ser transmitida de Pernambuco á Bahia” (JORNAL DO RECIFE, 7 de outubro de 1882). A reclamação é finalizada em tom enfático, demandado que “precisamos ter um cabo que liberte o Brazil do jogo humilhante que agora soffre”.

Como exemplo de uma narrativa de interrupção, em 28 de setembro de 1889 o jornal *A Época* publicou que o cabo submarino foi interrompido, ao norte do Império, por um “peixe de grandes dimensões, depois reconhecido por ser um espadarte”. A narrativa de interrupção aponta que o peixe “havia deixado entre os fios de acção um dente colossal”. Além dessa, a mesma notícia menciona uma outra interrupção “dada a 43 milhas ao sul de Santa Catarina”, quando “uma grande baleia, enovelando-se no cabo, tornou-se presa por triplice baração e ali debateu-se até a morte”. Ao se emergir o cabo para reparo, a carcaça do animal apareceu emaranhada, “porém, a sua decomposição pronunciou-se de tal modo a bordo do paquete que fazia o serviço de ligação, que necessario foi á gente do navio lançar ao fundo o corpo putrefacto a que todos provocava vômitos” (*A ÉPOCA*, 28 de setembro de 1889).

Por vez, em 20 de maio de 1889, no *Jornal Pequeno*, um irritado texto aponta para conflitos entre os operadores do cabo submarino e os locais interessados no desenvolvimento de um bonde elétrico entre Recife e Olinda. Ao que se indica, os britânicos fizeram protestos diante da possibilidade de que viessem a ser instalados tais trilhos sobre o istmo que ligava o porto do Recife à Olinda. O autor era parte interessada nos trilhos, destacando que os fios de eletricidade do bonde seriam postos em suspensão por meio de postes elétricos. Sua irritação era pelo fato de que os eletricitas do cabo submarino protestaram contra o empreendimento, afirmando que ele afetaria os cabos telegráficos que estavam enterrados no istmo. O texto começa com deboche:

A telegraphia sem fio é ainda uma hypothese, embora uma hypothese positiva. O interessante, porém, é que a prevalecer esse sistema, os cabos submarinos serão dispensados e estaremos livres do fundamento das impugnações das companhias; enquanto caberá aos seus eletricitas irem fazer a transmissão dos telegrammas pelas ondas electricas das altas camadas do espaço. (*JORNAL PEQUENO*, 20 de maio de 1889).

O autor demonstra sua irritação com os ingleses da *Western & Brazilian Telegraph* ao afirmar que:

a incoherencia desses inglezes dos cabos submarinos é enorme quando patrocinam-se com um semelhante argumento, sem que tenham tambem protestado contra [...] o contracto de luz electrica de parte da cidade do Recife; e nem se tenham apressado a fazelo agora, em tempo, perante a Camara, onde se discute o novo contracto que autorisa a Ferro Carril a adoptar na sua tração a força electrica. É que estas pretensões, não os offende no desejo de serem os unicos occupantes da nossa bella linha estrategica do Isthmo e, qual dizia Bossuet, as contradicções são os accidentes da molestia que se chama erro.

Após apresentar argumentos técnicos de que os ingleses agiam por interesse político e não científico, o autor encerra o texto ironizando (ou ameaçando?): “creio ter visto o vulto dos meus antagonistas dos cabos submarinos a afundar-se num barranco. Que fiquem em paz”. Meses depois, uma outra notícia publicada na *Província*, em 4 junho de 1890, ajuda a situar melhor a ocupação do istmo pela companhia telegráfica. Reporta-se que a companhia tinha nessa faixa de terra de Olinda, “junto a Cruz do Patrão uma pequena casa, destinada a deposito de material telegraphico, sendo ao mesmo tempo o ponto de junção do cabo submarino com o fio que vae ter à estação central à rua do Commercio.” A notícia informa que os funcionários que residem ali

foram atacados em uma noite, sendo um deles ofendido com oito facadas, “de cujos ferimentos se acha em tratamento e seu estado é grave” (A PROVÍNCIA, 4 julho de 1890). Cobrou-se da polícia “estabelecer uma ronda n’aquele lugar para garantir a vida de estrangeiros, cujos serviços são os mais úteis ao paiz.”

## Discussão

As narrativas apresentadas pelas notícias aqui selecionadas possuem relevância para a atenção histórica às redes de cabos submarinos na era imperial. Efetivamente, apresentam como a sociedade pernambucana celebrou inicialmente o momento de conexão material/comunicacional com a Europa a partir de expectativas não só econômicas, mas também políticas e morais. Ao estudar as relações entre tal tecnologia e a abolição da escravidão no Rio de Janeiro, Silva (2001, p. 107) destaca como a chegada do cabo submarino na década de 1870 implicou a inserção do Brasil em um processo de globalização desencadeado pelas transformações nas tecnologias comunicacionais. Como apontado pelo historiador, a chegada do cabo submarino em dezembro de 1873 provocou uma “verdadeira revolução cultural. A rapidez do telégrafo como que tornava o Rio de Janeiro, da noite para o dia, contemporâneo de Paris, a capital do mundo. Para falar a verdade, viver no Rio de Janeiro, depois do cabo submarino, já era um pouco como viver em Paris.” (SILVA, 2001, p. 108). Como antes de ir para Paris as notícias precisavam passar pela estação central do Recife e atravessar o istmo de Olinda para chegar em Portugal, é considerável que a capital pernambucana também tenha sido afetada pela chegada de tal tecnologia. Assim, as narrativas de conexão aqui apresentadas deixam claro que havia consciência política dos efeitos e das promessas que estavam embutidas nessa infraestrutura.

Por outro lado, com a insatisfação demonstrada com parte do serviço ofertado, anos depois, percebe-se que as promessas e os efeitos tardaram a ser cumpridos ou plenamente atingidos. Ainda que a aceleração comunicacional oferecida por tal tecnologia fosse valorizada e rapidamente tenha se tornado indispensável para a sincronização das pretensões nacionais com as novidades comerciais e políticas da Europa, a frustração de locais e a falta de acessibilidade à tecnologia (em razão dos preços) apontam para o fato de que a Western & Brazilian Telegraph. encontrou dificuldades de ordem logística e comercial para operar no país, no que certamente resultaram em atritos e desconfianças. Esse clima dúbio se territorializa nas narrativas que começam a aparecer a partir de 1889, com a rejeição dos ingleses da possibilidade de se construir um bonde sobre o istmo onde estavam enterrados os cabos telegráficos, no que se seguiu a irritação e o desejo de investidores locais de ver os ingleses “afundarem em barranco”. Talvez as facadas dadas nos trabalhadores da estação de Olinda não tenham nada a ver com a ameaça proferida meses antes, mas as tensões na operação da rede telegráfica nacional se colocam como um tema a se estar atento em pesquisas futuras.

São eventos como esses que têm se tornado interesse dos estudos de mídia e comunicação em âmbito internacional, pois complexificam o conhecimento dos sistemas de cabos submarinos ao os levar em consideração não só do ponto de vista que narra seus usos imperialistas, mas também nas microescalas que revelam tanto questões políticas locais quanto afetos e efeitos de tal infraestrutura em aspectos das vidas e dos territórios onde eles estão instalados. Torna-se mais claro como fazer operar redes de comunicação envolve não só questões técnicas, mas também turbulências territoriais, dramas pessoais e mesmo agentes mais que humanos.

Mais que humanos são os agentes que aparecem, enfim, nas narrativas de disrupção que mostram como baleias e peixes do Norte e Sul do Brasil também afetavam e eram afetados pelo avanço das telecomunicações. Conforme na atualidade os estudos de mídia e comunicação (e as

ciências, como um todo) tem ampliado as escalas de tempo e história a partir do drama ecológico que marca o reconhecimento de que nos últimos 200 anos catalisamos uma nova era geológica cuja característica central são os efeitos da globalização sobre o planeta, é importante considerarmos o papel dos sistemas de comunicação nesse processo e as suas relações e encontros com o não humano. Uma das principais teóricas dos estudos de infraestruturas das mídias, Lisa Parks, dedicou-se ao encontro entre animais e sistemas infraestruturais de comunicação na sua palestra oferecida no festival Transmediale (2017), em Berlin, na mesa “Becoming infrastructural, becoming environmental.”

## Referências

A PROVÍNCIA, 3 de janeiro de 1874. Disponível em: <[http://memoria.bn.br/DocReader/128066\\_01/773](http://memoria.bn.br/DocReader/128066_01/773)>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

A PROVÍNCIA, 4 de janeiro de 1874. Disponível em: <[http://memoria.bn.br/DocReader/128066\\_01/777](http://memoria.bn.br/DocReader/128066_01/777)>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

A PROVÍNCIA, 4 de junho de 1890. Disponível em: <[http://memoria.bn.br/docreader/128066\\_01/6490](http://memoria.bn.br/docreader/128066_01/6490)>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

A ÉPOCA, 28 de setembro de 1889. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/373370/152>>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

JORNAL DO RECIFE, 1º de abril de 1882. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/705110/18885>>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

JORNAL DO RECIFE, 7 de outubro de 1882. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/705110/19499>>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

JORNAL PEQUENO, 20 de maio de 1889. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/800643/1575>>. Acesso em 23 de fev. de 2021. MORAES, Lucas. Investimento de R\$200 milhões garante conexão do Recife a cabo submarino.

Jornal do Comercio - Online. 2019. Disponível em: <<https://jc.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2019/09/06/investimento-de-r-200-milhoes-garante-conexao-do-recife-a-cabo-submarino-387623.php>>. Acesso em 23 de fev. de 2021.

RAUSCHER, Karl Frederick. ROGUCCI Study Final Report. New York: IEEE Communications Society. 2010

SILVA, Eduardo. **“Interação, globalização e festa: a abolição da escravidão como história cultural.”** Escravidão, exclusão e cidadania. Rio de Janeiro: Acess (2001). STAROSIELSKI, Nicole. The Undersea Network. Durham: Duke University Press. 2015

TRANSMEDIALE. **Becoming Infrastructural, Becoming Environmental.** 119 minutos. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=yRefIXLdI9M>>. 2017



# PANORAMA DAS PESQUISAS QUE ARTICULAM GÊNERO NA IMPRENSA ALTERNATIVA

**Nayara Nascimento de Sousa<sup>1</sup>**  
Universidade Federal do Maranhão

## Resumo

A pesquisa tem por objetivo principal realizar o levantamento do estado da arte dos artigos que articulam gênero na imprensa alternativa, para analisar como esses estudos vêm se delineando e observar lacunas. Partindo do pressuposto de que a imprensa alternativa se coloca como espaço de visibilidade para temas que geralmente não são debatidos nos veículos tradicionais, pretende-se averiguar quais os objetos e temáticas mais abordadas, para verificar se as pesquisas também consideram a diversidade de gênero e de assuntos. O corpus é constituído por 44 artigos que correspondem ao tema proposto, publicados em 16 revistas da área da Comunicação e Informação, classificadas com qualis A1, A2, B1 e B2. A análise de conteúdo é o método utilizado para categorizar os dados. Como resultado, observou-se uma diversificação nos objetos de estudo, principalmente com jornais segmentados, jornais não segmentados, programas radiofônicos, imprensa LGBTQI+. Entretanto, os dados sugerem uma limitação temática dos trabalhos, muito voltados para análises documentais, o que indica uma provável tradição de estudos sob a perspectiva histórica quando se aborda gênero na imprensa alternativa.

**Palavras-chave:** Gênero; Imprensa Alternativa; Jornalismo alternativo; Estado da arte; Revistas científicas.

## Introdução

A preocupação em visibilizar questões de gênero na imprensa alternativa brasileira não é recente, ao contrário. Na obra “Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XIX”, lançada em 2016, Constância Lima Duarte apresenta 143 jornais e revistas que circularam no país durante o século XIX, que abordavam desde assuntos ligados aos direitos das mulheres às feminilidades (DUARTE, 2017).

Contudo, foi na década de 1970, no período da ditadura militar, que a mídia alternativa ressurgiu mais fortemente como espaço de produção feminina, quando foram criados jornais, revistas, rádio, cinema, etc. (WOITOWICZ, 2012). Assim, a imprensa alternativa passou por transformações, trazendo discussões pautadas em diversos assuntos, como feminismo, ecologia, causas indígenas, LGBTQI+, etc. (ESCOSTEGUY, 2018).

Considera-se alternativo os veículos que se propõem a oferecer outras formas de fazer jornalismo, visibilizando temas e/ou grupos sociais silenciados na mídia tradicional, e que

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Maranhão, campus de Imperatriz, Mestranda pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação, integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), nayara.nns@hotmail.com

mantém relação de independência financeira de empresas hegemônicas (WOITOWICZ, 2012; CARVALHO; BRONOSKY, 2017). Nesse sentido, os veículos alternativos podem ou não ser especializados, ou seja, se aprofundar em determinados segmentos, como perspectiva de gênero, comunitário, periferia, pessoas negras, LGBTQI+, jornalismo ecológico, etc., visibilizando grupos sociais específicos, enquanto o jornalismo tradicional atua com conteúdo em massa (CARVALHO; BRONOSKY, 2017).

A partir de 2013, com o maior acesso às plataformas digitais e possibilidade de outras formas de financiamento do jornalismo, registra-se a efervescência das iniciativas independentes, inclusive daqueles que produzem conteúdo sob a perspectiva de gênero (COSTA, 2018). O Mapa do Jornalismo Independente, realizado pela Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo (Agência Pública)<sup>2</sup>, em 2016, comprova a diversidade de veículos alternativos que atuam a partir da abordagem de gênero ou não, que já estão sendo objetos de estudo (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017; KIKUTI; ROCHA, 2017).

Feita a contextualização, este trabalho se propõe a levantar o estado da arte das pesquisas que articulam gênero na imprensa alternativa, com o objetivo de verificar quais objetos e temas geram maior interesse. Pretende-se identificar o que está sendo priorizado e quais as lacunas de estudos, na medida que levantamentos anteriores relativos às pesquisas sobre gênero e comunicação/jornalismo geralmente não consideram as especificidades da imprensa alternativa (ALMEIDA, 2018; MARTINEZ; LAGO; SOUZA LAGO, 2016; MASSUCHIN; TAVARES; SILVA; 2020). Assim, se justifica a necessidade de mapeamento com olhar para gênero na imprensa alternativa. Importante ressaltar que a categoria “gênero” é adotada como forma de melhor englobar as múltiplas mulheres (negras, brancas, indígenas) e questões afins, como transexualidades, homossexualidades, lesbiandades, masculinidades, etc.

## Metodologia

A pesquisa trata do levantamento de artigos que articulam gênero e imprensa alternativa, publicados em revistas científicas da área da Comunicação e Informação, classificadas com qualis A1, A2, B1 e B2 pela Capes, considerando a quadriênio 2013-2016. Para tanto, utilizamos o estado da arte como metodologia, por se constituir no mapeamento mais completo possível dos trabalhos desenvolvidos sobre um tema (STUMPF, 2005; MARTINO, 2018). Para a coleta dos dados, convoca-se a análise de conteúdo de viés quantitativo (BAUER, 2002), pelo qual são delimitadas variáveis que consigam oferecer indícios de aproximações e distanciamentos entre o que se estuda. Integrantes do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), da Universidade Federal do Maranhão, realizaram a coleta dos artigos junto à autora deste trabalho. Foram selecionados 38 periódicos, dos quais analisou-se individualmente todas as edições disponíveis até dezembro de 2020<sup>3</sup>, através da leitura criteriosa dos títulos, resumos e palavras-chave dos trabalhos, a partir dos termos principais: “gênero”, “feminismo”, “mulher”, “mulheres”, “LGBT”, “feminismo”, “masculinidade”, “feminino”, relacionado à “mídia”, “jornal”,

<sup>2</sup> O Mapa do Jornalismo Independente é um levantamento das iniciativas independentes no Brasil, realizado pela Agência Pública. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>

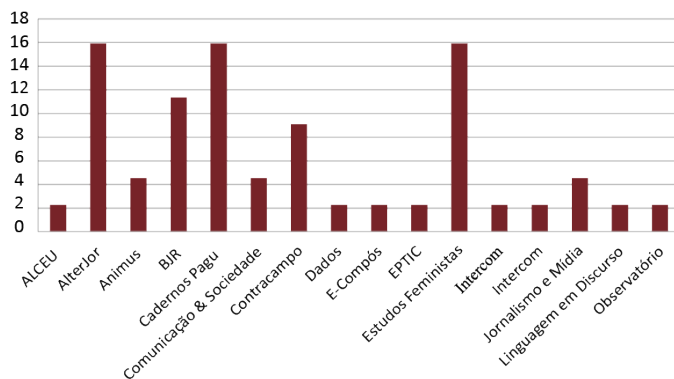
<sup>3</sup> A coleta não é baseada em um recorte temporal das publicações, mas consiste em verificar todas as edições disponíveis no banco de dados das revistas. Por exemplo, a edição online mais antiga da Estudos Feministas é datada em 1993, então verificou-se todos os artigos publicados desde esse ano até 2020 para localizar aqueles que se referem ao tema “gênero e imprensa alternativa”, e assim por diante. Já o periódico Observatório possui edições online desde 2015, logo observou-se todos os artigos desde esse ano até 2020. Este trabalho não analisa os formatos resenha, entrevista, editorial, etc.

“jornalismo”, “jornalismo alternativo”, “imprensa alternativa”. No caso da falta de clareza suficiente para verificar o tema, realizou-se ainda a leitura do corpo dos trabalhos. Optou-se por esse processo devido ao levantamento pelo filtro de busca presente nas revistas não garantir eventualmente que todos os artigos possam ser localizados. Dos 38 periódicos verificados, foram encontrados artigos que correspondem à articulação entre gênero e imprensa alternativa em apenas 16. Assim, o recorte é constituído por 44 artigos provenientes das seguintes revistas da área da Comunicação e Informação: Alceu; Alterjor; Animus; Brazilian Journalism Research (BJR); Cadernos Pagu; Comunicação & Sociedade; Contracampo; Dados; E Compós; Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Eptic); Estudos em Jornalismo e Mídia; Estudos Feministas; Intercom; Interface; Linguagem em Discurso; Observatório.

## Resultados e Discussão

Inicialmente, indicamos a quantidade de artigos publicados pelas revistas, sendo que os periódicos com escopo voltado para os estudos de gênero se destacam entre aqueles que mais publicaram trabalhos que articulam gênero e imprensa alternativa: Cadernos Pagu (15,9%) e Estudos Feministas (15,9%). Esse dado corrobora com outros levantamentos realizados sobre pesquisas de gênero e comunicação/jornalismo (SARMENTO, 2018; MASSUCHIN; TAVARES; SILVA, 2020). Por outro lado, a Alterjor (15,9%), especializada em jornalismo popular e alternativo, também se sobressai. Possivelmente o foco dessas revistas gera um maior interesse em publicar sobre essa temática.

**Gráfico 1:** Quantidade de artigos publicados pelas revistas



**Fonte:** Elaborado pela autora (2021)

Em relação à BJR (11,36%), a organização do dossiê temático “Jornalismo e Estudos de Gênero”, em 2018, explica o aumento de publicações. De modo geral, nota-se que as revistas pouco publicam trabalhos que articulam gênero na imprensa alternativa, algo que já foi observado no processo de catalogação das edições dos periódicos. Nesse sentido, é importante abrir espaço para artigos desse tipo em dossiês, por exemplo.

A Tabela 1 indica os objetos de estudo dos trabalhos, a partir de classificações que visam dar conta dos tipos de imprensa alternativa observadas nos artigos, sendo: jornal não segmentado para o público feminino (alternativo/independente, que possui abordagem generalizada e/ou

outros focos, como jornalismo comunitário, por exemplo), jornal feminino ou feminista (jornal com abordagem de gênero feminino), revista segmentada para o público feminino, imprensa negra (jornal especializado na temática racial, podendo ou não incluir gênero), imprensa LGBTQI+, programa radiofônico (rádios comunitárias e/ou femininas). A variável “outro” se refere às organizações que não se apresentam como veículos jornalísticos, mas que produzem conteúdo analisado como jornalístico pelos trabalhos, ou quando os trabalhos observam objetos diferentes (por exemplo, jornal feminista e jornal não segmentado). Considera-se jornais e revistas nos formatos impressos ou digitais de forma conjunta. Foram retirados dois artigos teóricos, totalizando 42.

**Tabela 1:** Objetos de estudo dos trabalhos que articulam gênero na imprensa alternativa

Objeto de estudo	N	%
Jornal não segmentado	5	11,91%
Jornal feminino/feminista	15	35,71%
Revista feminina	1	2,39%
Imprensa negra	3	7,14%
Imprensa LGBTQI+	8	19,04%
Programa radiofônico	4	9,52%
Outro	6	14,29%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

**Fonte:** Elaborada pela autora (2021).

Verifica-se que os objetos de estudo relativos à articulação entre gênero e imprensa alternativa se diversificam bastante, ou seja, os trabalhos não analisam apenas jornais segmentados para o público feminino ou LGBTQI+, ainda que esses tipos naturalmente sejam maioria – 35,71% para jornais femininos/feministas e 19,04% para a imprensa LGBTQI+. Chama atenção o interesse nos programas

radiofônicos (9,52%), indicando que as temáticas de gênero também são abordadas nesses espaços. Por outro lado, a imprensa com perspectiva racial é pouco analisada, revelando a necessidade de se produzir mais pesquisas que associem gênero e raça também considerando os jornais especializados.

A Tabela 2 apresenta os temas dos trabalhos, levando em conta a classificação pela grau de proximidade temática. É necessário ressaltar que as classificações não são estanques, mas adotadas como forma de encontrar indícios de semelhanças ou distanciamentos. Considera-se: representação das mulheres, violências contra as mulheres, política (no sentido institucional ou eleitoral), representações LGBTQI+, violência contra LGBTQI+, saúde (aborto, métodos contraceptivos), ativismos (movimentos sociais, movimentos feministas, feminismo negro, movimentos LGBTQI+, etc.), masculinidades, conteúdo das mídias/imprensa (analisa apenas o conteúdo dos jornais/revistas).

**Tabela 1:** Temas abordados nos trabalhos sobre gênero e imprensa alternativa

Temas	N	%
Representações das mulheres	4	9,09%
Violência contra as mulheres	2	4,54%
Política	1	2,28%
Representações de LGBTQI+	3	6,81%
Violência contra LGBTQI+	2	4,54%
Saúde	2	4,54%
Ativismos	13	29,54%
Masculinidades	1	2,28%
Conteúdo das mídias	15	34,10%
Outros	1	2,28%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaborada pela autora (2021).

Os dados apontam que a maioria dos artigos que articulam gênero na imprensa alternativo se preocupa em analisar o conteúdo das mídias (34,10%). Assim, há predominância de trabalhos que olham para os materiais jornalísticos para verificar o que é produzido, quais as características do conteúdo, os discursos presentes. Nesse sentido, chama atenção a tendência em realizar análises documentais sobre a imprensa alternativa, especialmente em jornais que circularam nos séculos XIX e XX, como, por exemplos, O Sexo Feminino, Brasil Mulher, Lampião da Esquina, A Voz da Raça.

Os estudos sobre ativismos também se sobressaem (29,54%), confirmando que a imprensa alternativa carrega o caráter de se contrapor à grande mídia, trazendo temas que geralmente não são abordados nos jornais tradicionais. Destacam-se os trabalhos que verificam como os jornais, programas radiofônicos, etc., são utilizados como espaço de lutas, especialmente para os movimentos feministas, movimentos sociais, LGBTQI+, além de denúncias contra violências.

Entre os temas menos identificados, a articulação entre gênero e política na imprensa alternativa ainda é pouco considerada nesses artigos, representando apenas 2,28%, mostrando a necessidade de se observar como os jornais vêm visibilizando ou não esses assuntos, como a diversidade de gênero nas eleições, por exemplo. Evidencia-se ainda a lacuna de estudos que olhem para outras temáticas, como esporte e trabalho, de forma que esse levantamento indica que as pesquisas ainda mantêm uma perspectiva muito limitada das questões de gênero quando se observa a imprensa alternativa.

## Resultados e Discussão

O trabalho teve por objetivo verificar o que se tem publicado sobre gênero e imprensa alternativa em revistas qualificadas da área da Comunicação e Informação. Como resultado, observou-se uma diversificação nos objetos de estudo, principalmente com jornais segmentados, jornais não

segmentados, programas radiofônicos, imprensa LGBTQI+. Entretanto, os dados sugerem uma limitação temática dos trabalhos, muito voltados para análises documentais de jornais, o que indica uma provável tradição de estudos sob a perspectiva histórica quando se aborda gênero na imprensa alternativa. As lacunas de pesquisa se referem muito mais para a necessidade de abordar mais temas, visto que em grande parte se analisa questões já consagradas nos estudos de gênero, como ativismos feministas, LGBTQI+, violência contra as mulher, etc.

## Referências

ALMEIDA, Gabriela Cavalcanti Carneiro de. **A mulher na pesquisa em Jornalismo: teses e dissertações defendidas em programas de Pós-graduação em Jornalismo e Comunicação do Brasil (1972-2015)**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Ponta Grossa: UEPG, 2018.

BAUER, Martin W. **Análise de conteúdo clássica: uma revisão**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático I. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189-217.

CARVALHO, Guilherme; BRONOSKY, Marcelo. **Jornalismo alternativo no Brasil: do impresso ao digital**. Pauta Geral, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 21 -39, 2017.

COSTA, Jessica Gustafson. **Jornalismo Feminista: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo**. Dissertação (Mestrado). Florianópolis: UFSC, 2018.

DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: nos primórdios da emancipação**. Revista XIX, v. 1, n. 4, 2017, p. 95-105.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Apontamentos sobre a formação de uma crítica feminista de mídia no Brasil**. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). Gênero, mídia & lutas sociais: percepções críticas e experiências emancipatórias. Ponta Grossa: UEPG, 2018. p. 11-27.

KIKUTI, Andressa; ROCHA, Paula Melani. **O jornalismo independente e o empoderamento do discurso de gênero nas mídias digitais**. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress. Anais Eletrônicos, Florianópolis, 2017.

MARTINEZ, Monica; LAGO, Cláudio; LAGO, Mara Coelho de Souza. **Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação**. Famecos, Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio de 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis: Vozes, 2018.

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camilla Quesada; SILVA, Gabriela Almeida. **O que a produção científica tem a nos dizer? Avanços, lacunas e novas perspectivas para as pesquisas sobre Jornalismo e Gênero**. Pauta Geral, Ponta Grossa, v. 7, p. 1-20, 2020.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

VECCHIO-LIMA, Myrian Del; SOUZA, Humberto Cunha Alves de. **Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro.** *Media & Jornalismo*, Lisboa, v. 17, n. 31, p. 131-152, 2017.

WOITOWICZ, Karina Janz. **Imprensa feminista no contexto das lutas das mulheres: ativismo midiático, cidadania e novas formas de resistência.** *Revista Ação Midiática*, v. 2, n. 1, 2012. p. 1-18.



# PEQUENA HISTÓRIA DO JORNALISMO INFANTOJUVENIL NO BRASIL: DA TICO- TICO AO JOCA

**Fernanda da Roza Santana**

Universidade Federal de Sergipe

**Sonia Aguiar<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Sergipe

## Resumo

Este artigo apresenta um extrato do Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo intitulado “O jornalismo infantil do Joca e as percepções de crianças do interior”, já aprovado na Universidade Federal de Sergipe, que em um de seus tópicos analisa a trajetória de jornais e revistas dedicados ao público infantil no Brasil, desde o início do século XX. Para isto, reúne, de modo analítico, dados e informações dispersos em várias fontes bibliográficas e documentais, tomando como ponto de partida a revista Tico-Tico e como referência da atualidade o jornal Joca, em suas versões impressa e digital. O trabalho demonstra que muitas publicações enquadradas no “jornalismo infantojuvenil” foram (ou são), na verdade, meios de educação complementar à escola ou de simples entretenimento. Isto porque poucos veículos incorporaram, de fato, a linguagem e as técnicas de produção do jornalismo, tendo como público-alvo crianças e adolescentes. Alguns suplementos de jornais diários, como a Folhinha, da Folha de S.Paulo, bem como a experiência pioneira do Joca, indicam o potencial dessa modalidade de especialização jornalística para a formação de novos leitores.

**Palavras-chave:** Jornalismo infanto-juvenil; Suplementos infantis; Crianças e Adolescentes;

## Introdução

Os primeiros textos para o público infantojuvenil surgem na literatura do século XVII, na Europa, com um viés educativo, mas também artístico, apresentando o mundo de uma maneira que procura ser atraente aos novos leitores. No Brasil, esse tipo de produção só começa a aparecer no século XIX, atrelado à concepção de infância e incentivado pelo processo de escolarização. De acordo com Souza (2007, apud JACOMÉ, 2018, p.26): “a educação institucionalizada de crianças pequenas surgiu no país no final do século XIX, e nas duas primeiras décadas do século XX, foram implantadas em várias regiões do Brasil, as primeiras instituições pré-escolares assistencialistas”. Ao longo do século XX, a educação brasileira acompanha as transformações econômicas, políticas, sociais e culturais do país, com destaque para o debate em torno do cuidado, da preservação e da preparação da infância (JACOMÉ, p.27), que vão se refletir nas publicações voltadas para este público.

No início, as editoras optaram por adaptar os temas e contos europeus, como o clássico “O Patinho Feio” e os contos da Carochinha, de Alberto Figueiredo Pimentel. Mas nas primeiras

<sup>1</sup> Graduada e professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe

décadas do século XX já aparecem obras originais, como as de Monteiro Lobato, até hoje considerado um dos principais nomes do gênero no país (apesar das controvérsias recentes envolvendo sua obra). Foi então que, com a concepção da criança como leitor em potencial, algumas editoras começaram a investir em publicações mais focadas em questões cotidianas, como apontam Varão e Bemfica (2019). Para estas autoras, a incessante presença de temáticas realistas nas publicações infantis proporcionou a quebra do encanto do “era uma vez”. “Além disso, permitiu observar que a literatura pode apresentar o real sem fantasias, como o jornalismo traz” (ob.cit., p.7).

O objetivo deste trabalho foi, então, mostrar como o jornalismo dirigido a crianças e jovens atravessou diferentes fases no Brasil, inicialmente inspirado pela literatura destinada a essa mesma audiência, que pouco a pouco incorporou outras linguagens, predominantemente nos veículos impressos (jornais e revistas) até chegar aos meios digitais. Ao trazer as primeiras narrativas produzidas para crianças e jovens no país, o trabalho descreve a passagem do jornalismo impresso para o mundo virtual, destacando a importância de grandes meios de comunicação que, na era do impresso, começaram a produzir conteúdos exclusivos para os pequenos leitores, influenciando jornais do gênero da atualidade.

## Metodologia

Para reconstruir a origem e a trajetória das publicações periódicas para crianças e jovens no Brasil, foi necessário fazer um levantamento bibliográfico sobre jornalismo infantojuvenil e suas conexões com a literatura destinada a esse segmento de público no país. Tendo o Google Acadêmico como principal ferramenta de busca, as principais expressões usadas foram: “Jornalismo infantil”, “Jornalismo infanto-juvenil”, “Jornalismo para crianças”, “Infância e mídia”, “Criança e infância”, “Criança e informação”, “Literatura para crianças e jovens” e “Literatura infanto-juvenil”.

Assim, foi possível ter acesso a alguns artigos, monografias, teses de doutorado e dissertações de mestrado sobre o assunto. Também foi utilizado como base o livro “Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças”, de Juliana Doretto, ex-repórter e redatora do suplemento Folhinha, da Folha de São Paulo, que se tornou uma das principais referências sobre o tema. Na mesma área, destacam-se Mayra Fernanda Ferreira, bem como Rafiza Varão e Verônica Bemfica.

Ao levantamento bibliográfico seguiu-se uma pesquisa documental, visando complementar algumas lacunas de informações factuais e históricas, além de recuperar edições da O Tico-Tico e dos suplementos infantis citados nas obras de referência. Para isso foi fundamental o acesso à Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional e aos acervos digitais de alguns jornais, como a Folha de São Paulo e O Globo.

## Resultados e discussão

Embora não haja um marco da convergência da literatura infantil com o jornalismo, Carvalho (2014, p.22) considera possível dizer que as primeiras narrativas para as crianças brasileiras já apontavam “o alvorecer de um trabalho jornalístico a especializar-se”. Para Ferreira (2007), mesmo com a quebra do “faz de conta” da literatura, os primeiros jornais infantis tinham um viés

mais educativo que informativo, uma vez que focavam muito no ambiente escolar. É o que confirma Carvalho (2014, p.22), ao dizer que: “Quando os suplementos infantojuvenis começaram a impor-se como formato específico, a visão destas publicações era muito paternalista e sobretudo didática, incentivando as crianças a aprender e a procurar o apoio dos pais para isso”.

Além da literatura, as histórias em quadrinhos que circulavam no Brasil desde o século XVIII também foram muito importantes para o desenvolvimento das revistas infantis (VARÃO E BEMFICA, 2019) – ainda que seus conteúdos não fossem jornalísticos. Um exemplo é a Revista Ilustrada, que mesmo sendo direcionada a adultos, publicou histórias voltadas para crianças, como “As Aventuras de Zé Caipora”.

Apesar do nome, a publicação “Jornal da Infância”, de 1898, é considerada a primeira revista infantil brasileira (ANDRADE E SILVA, 2017). Mas o grande marco dos periódicos para crianças foi a revista O Tico-Tico, publicada de 1905, quando foi criada por Manuel Bonfim, Renato Castro, Cardoso Júnior e Luís Bartolomeu de Souza e Silva, a 1961 (Figura 1). Ela seguia como modelo jornais infantis franceses, como Le Petit Quotidien, MonQuotien e L’Actu, “destinadas a faixas etárias diferentes, 6 a 9, 10 a 15 e 15 a 17 anos” (FEREIRA, 2007, p.4). Segundo Merlo (2004), a revista, que teve também uma versão almanaque, de 1911 a 1958, trazia poesias, contos, jogos, datas históricas, textos sobre as séries mais populares do cinema, partituras, letras de músicas e até peças teatrais.

Além desse periódico, surgiram outras revistas infantis, como o Sesinho, criada em 1947 pelo SESI – Serviço Social da Indústria, com “o objetivo de estimular o hábito da leitura e a criatividade das crianças, trazendo informações relacionadas à educação, cultura, saúde, ética, atualidades e passatempos” (VARÃO e BEMFICA, 2009). Ainda em circulação, a revista é apresentada “como veículo de comunicação entre a indústria e a sociedade, além de proporcionar diversão, informação e entretenimento às crianças, jovens e adultos”<sup>2</sup>. Mas vale destacar que, embora tivessem periodicidade e fossem editadas no formato revista, essas primeiras publicações para crianças, inclusive O Tico Tico, não apresentavam características do jornalismo, sendo muito mais para-didáticas e/ou diversionais.

Figura 1 Edição nº 2.097 da Tico-Tico (1961)	Figura 2: Edição nº 1 da Folhinha (1963)
 <p>The cover of O Tico Tico magazine, issue 2097, features a vibrant illustration of a brown dinosaur in the foreground. In the background, there is a globe and a sun. The title "HISTÓRIA DA TERRA E DO HOMEM" is written in large, bold letters. Below the title, the magazine's name "O TICO TICO" is visible, along with the issue number "2097" and the date "1 de Maio de 1961".</p>	 <p>The cover of Folhinha de São Paulo magazine, issue 1, features a cartoon illustration of a boy on a ladder measuring a giraffe. The title "Folhinha de São Paulo" is at the top, followed by "1 de Maio de 1963". The main headline reads "O menino que foi medir o pescoço da girafa". There are several smaller cartoon panels and text boxes on the cover.</p>
<p>Fonte: Acervo digital da Biblioteca Nacional, disponível em: <a href="http://memoria.bn.br/pdf/153079/per153079_1961_02097.pdf">http://memoria.bn.br/pdf/153079/per153079_1961_02097.pdf</a></p>	<p>Fonte: <a href="http://www.almanaque.folha.uol.com.br">www.almanaque.folha.uol.com.br</a></p>

2 Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/canais/sesinho/revista-do-sesinho/>

Dessa forma, só mais adiante, com a inclusão de matérias com informações atualizadas e culturais, foi possível identificar realmente o caráter jornalístico nas publicações (VARÃO e BEMFICA, 2009). Com esse novo direcionamento, o leitor infantojuvenil começou a se interessar mais pela informação. A partir de então, alguns jornais de grande circulação investiram nesse segmento de jornalismo, sobretudo entre os anos 1970 e 1990, com destaque para O Globo (Globinho), Folha de S. Paulo (Folhinha) e O Estado de S. Paulo (Estadinho).

O pioneiro nesse grupo foi o Globinho, lançado em 1938, inicialmente como uma seção do diário carioca O Globo, que foi descontinuada em 1940 e só reapareceu 32 anos depois, na forma de uma página. Segundo Fischberg (2007, p. 37), “o suplemento nasceu com a proposta de trazer histórias em quadrinhos, além de organizar séries de reportagens sobre grandes personalidades, tendo sido Abraham Lincoln o tema do primeiro número”. Em 2013, o Globinho deixou de ser publicado e se tornou apenas um blog, disponível em <http://www.oglobo.com.br/blogs/globinho>, mas que não é mais alimentado desde novembro de 2015.

Apesar desse antecedente, a experiência de jornalismo infantil, propriamente dito, mais longa e bem sucedida no Brasil ainda é a do suplemento Folhinha de S.Paulo (Figura 2), do Grupo Folha, lançado em 8 de setembro de 1963, em formato tabloide e 16 páginas. Com direção da jornalista Lenita Miranda de Figueiredo, o suplemento nasceu com o objetivo de ser totalmente voltado às crianças, “sendo dividido sempre em duas vertentes: o informativo/didático e o recreativo, delimitando assim os assuntos abordados no periódico” (ANDRADE E SILVA, 2017, p.8). Até 2013, de acordo com Doretto (2013), a publicação era o suplemento infantil de jornal com maior circulação no país. Ao longo dos seus mais de 50 anos de existência, a Folhinha experimentou várias propostas editoriais e formatos gráficos, às vezes encolhendo o número de páginas, até que em 16 de abril de 2016 o jornal anunciou o fim da circulação impressa. Desde então, a Folha de São Paulo mantém uma página na internet, que é alimentada com frequência, ainda que sem periodicidade regular.

Dos grandes jornais do eixo Rio-São Paulo, o que mais demorou a lançar um suplemento para o público infantojuvenil foi O Estado de S. Paulo, conhecido como Estadão. O Estadinho circulou pela primeira vez em 1987, inicialmente muito vinculado à Maurício de Souza Produções, publicando basicamente tirinhas e passatempos da Turma da Mônica (DORETTO, 2013). Com o passar do tempo, porém, o caderno foi se tornando um suplemento dominical do diário paulista, segundo Soares (1999, apud DORETTO, 2013).

Também como parte da estratégia de ampliar e cativar o público leitor de fim de semana, o Zero Hora, de Porto Alegre, fugiu à regra ao publicar não um suplemento, mas uma seção chamada “Para seu filho ler” dentro do corpo do jornal. Eram pequenos textos que se relacionavam a algumas notícias do impresso e, posteriormente, do digital. O texto para as crianças ficava ao lado de uma notícia “para adultos” escolhida no dia.

Fora das capitais (e da chamada “grande imprensa”) também há registros de suplementos infantis como o Sininho, do Jornal Vale do Sinos, e o Jardim do Diário, do Diário Gaúcho, ambos no Rio Grande do Sul. Encartado n’A Tribuna, de Santos, o suplemento A Tribuninha circulou pela primeira vez em 24 de agosto de 1960, ou seja, antes mesmo da Folhinha. Deixou de ser impresso entre 2001 e 2012, quando voltou a ser encartado no mesmo jornal aos sábados, depois de uma reformulação gráfica. Atualmente, não se encontra em circulação.

No Nordeste, foram encontrados registros de jornais produzidos para crianças em três diários. O Correio da Paraíba criou o Correio Criança, que foi descontinuado em março de 2015, sem

aviso prévio aos leitores. Algo semelhante aconteceu com o Diarinho, do Diário do Nordeste (do Ceará), que circulou encartado no jornal impresso até pelo menos 2013 (de acordo com citações esparsas em textos online), e teve uma versão exclusiva para iPad em 2014, antes de se tornar um blog, que interrompeu as publicações após alterações nos endereços online do grupo Verdes Mares. Merece destaque, porém, o mais duradouro jornal para crianças na região, A Tardinha, do diário A Tarde, da Bahia, criado em 2005 como página infantil publicada aos sábados, que comemorou seus 10 anos como caderno semanal em 2015 e chegou a ter uma edição digital até pelo menos 2018<sup>3</sup>.

No cenário atual, o Joca é um dos poucos veículos jornalísticos brasileiros voltados inteiramente para crianças e jovens, com publicação contínua desde 2011, quando foi criado em São Paulo, em formato tabloide (Figura 3), de circulação quinzenal. Trata-se, como informa a página da editora Magia de Ler, de um projeto jornalístico-pedagógico, cujo objetivo é “estimular o desenvolvimento das competências necessárias para que as crianças e os jovens possam viver democraticamente em nossa sociedade”. Atualmente o jornal é veiculado também em uma plataforma digital interativa atualizada diariamente (Figura 4).



## Conclusão

Mesmo que o jornalismo para crianças e jovens esteja presente no Brasil desde o começo do século XX, inicialmente com função pedagógica e posteriormente por iniciativa de grandes jornais, como parte das suas estratégias de formação de público leitor, atualmente são raros os veículos que se dedicam a esse segmento. Isso deve-se, por um lado, a opções de caráter financeiro das empresas jornalísticas e, de outro, ao raro interesse dos jornalistas por esse público, em parte por terem tido pouco (ou nenhum) contato com o tema durante a formação acadêmica.

Este artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla, que busca, justamente, despertar esse interesse. Pesquisar sobre jornalismo infantojuvenil é incentivar a produção de notícias para um público pouco pautado e que precisa de um olhar mais sensível. Além de divulgar as poucas

3 Informações disponíveis em: <https://www.atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1713614-festa-de-10-anos-do-a-tardinha-tera-transmissao-no-periscope-e-https://atarde.uol.com.br/buscas?tag=a%20tardinha&canal=31>

produções do gênero, a pesquisa faz um convite à criação de novos jornais, sobretudo de caráter regional e de acesso livre, para que a informação chegue a um maior número de meninas e meninos possível, independente da classe social, meio cultural ou lugar onde vivem. Assim, através de uma narrativa jornalística adequada, será possível estimular a leitura e o senso crítico desde cedo, visando à formação cidadã.

## Referências

ANDRADE, T. V. de.; SILVA, E. do. N. Jornalismo Infantil: a extinção de um segmento. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017. Curitiba: **Anais** [...]. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Intercom, 2017. p. 1-15 (online). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2017>. Acesso em: 7 de ago. 2019.

BIBLIOTECA NACIONAL. Hemeroteca digital. Disponível em: <http://memoria.bn.br/>

CARVALHO, F. M. **Jornalismo Especializado: Jornalismo Infanto-juvenil**. 2014. 40 f. Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa-Portugal.

DORRETO, Juliana. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças**. São Paulo: Alameda, 2013.

FERREIRA, M. F. Jornalismo Infantil: por uma prática educativa. In: 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007. Santos: **Anais** [...]. Intercom, 2007. p. 1-15 (online). Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0769-1.pdf>. Acesso em: 7 de ago. 2019.

FISCHBERG, J. **Criança e jornalismo: um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada infantil**. 2007. 154 f. Dissertação de Mestrado – Departamento de Educação. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro-RJ.

JACOMÉ, P. **Criança e Infância: uma construção histórica**. 2018. 123 f. Monografia. Graduação (Licenciatura em Pedagogia). Universidade Federal do Rio de Grande do Norte. Natal - RN.

MERLO, M. C. O Tíco-tíco: um marco nas histórias em quadrinhos do Brasil. In: 2º Encontro Nacional de História da Mídia, 2004. Florianópolis: **Anais** [...]. Rede Alfredo de Carvalho. Rede Alcar, 2004. p. 1-15 (online). Disponível em: <https://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais>. Acesso em: 19 de set. 2019.

VARÃO, R; BEMFICA, V. Quando jornalismo e infância se encontram: notas históricas sobre o surgimento da imprensa jornalística para crianças. In: 7º Encontro Nacional de História da Mídia, 2009. Fortaleza: **Anais** [...]. Rede Alfredo de Carvalho. Rede Alcar, 2009. p. 1-15 (online). Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais>. Acesso em: 9 de ago. 2019.



# O PROGRESSINHO: ANÁLISE DO SUPLEMENTO INFANTIL VEICULADO NO JORNAL O PROGRESSO (1986-1987)

**Gabriela Almeida Silva<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz

**Thaísa Cristina Bueno<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz

## Resumo

Este estudo trata da análise do suplemento infantil O Progressinho, que era parte integrante do jornal O Progresso e veiculou na cidade de Imperatriz-MA durante um ano (1986-1987). Optou-se pelo uso da abordagem qualitativa da técnica de pesquisa da análise documental do material e a técnica de pesquisa com a idealizadora e produtora do projeto Maria das Graças Godinho. O objetivo deste estudo é entender como o produto atuou na cidade durante sua vigência, diante das questões apontadas pela literatura do tema. Conclui-se que o suplemento dentro das suas possibilidades tentou balancear a produção de um material dedicado a criança com um conteúdo de entretenimento e jornalístico, mesmo assim, deixou de priorizar por um conteúdo informativo. Era uma produção artesanal que morreu precocemente.

**Palavras-chave:** Jornalismo Infantil; Suplemento; Imperatriz; Década de 1980; Criança

## Introdução

Para se discutir jornalismo infantil é preciso entender de que jornalismo estamos falando. Inicialmente, apesar do caminho percorrido para o surgimento da segmentação, o jornalismo infantil é um modelo antigo, consequência dos debates e percepção da infância como parte fundamental da vida. Desde então, o mercado elaborou diversos produtos para esse público (SARDIGLIA, 2015).

Autores como Doretto (2014) debruçaram sobre a segmentação “jornalismo infantil” em busca de uma definição que parece se complementar. Doretto (2014) defende como sendo o jornalismo voltado para a criança e que engloba os gostos e critérios da criança e para criança. Para Alves e Ramos (1995) o jornalismo infantil é um instrumento pedagógico que oscila entre o didático e o lúdico e que ainda necessita de proximidade com o público ao qual escreve.

Há também um certo ceticismo denotado na literatura por alguns autores como Arroyo (2017) e Sardiglia (2015) que desacreditam que o jornalismo infantil exerça um papel pedagógico e

---

1 Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão. Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cibercultura (GCiber). E-mail: gabrielaalmeida.gc@gmail.com

2 Docente do curso de Comunicação Social -Jornalismo e do Programa de Pós-graduação Mestrado em Comunicação, PPGCom UFMA de Imperatriz. Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Coordena o grupo de pesquisa em Comunicação e Cibercultura (GCiber). E-mail: thaisabu@gmail.com.

informativo. Defende-se que o modelo prioriza por termos de entretenimento e tem encargo mais lucrativos para os veículos. Ou seja, um tipo de produto que negligência as preferências e especificidades do público, antepondo as necessidades lucrativas de um perfil comercial.

Diante das controvérsias e definições do que seria o jornalismo infantil, também tentando contribuir para discussões sobre as particularidades regionais dessas publicações segmentadas no país, este estudo busca entender parte da história de como o jornalismo infantil foi praticado na segunda maior cidade do Maranhão, Imperatriz, na década de 1980, quando circulava o suplemento infantil *O Progressinho*, um produto impresso essencialmente voltado para crianças, que foi veiculado na cidade no período de um ano (1986-1987) como parte integrante do jornal regional *O Progresso*, possuindo divulgação semanal aos domingos. Para entender como atuou o suplemento na cidade, buscou-se pelo método qualitativo a análise documental do impresso durante o seu período de vigência e a entrevista para complementar as informações de parte da história que compôs a sua produção.

Por esse ângulo, está investigação tem como objetivo desvelar de que maneira o suplemento atuou na cidade, uma vez que, a literatura aponta que o jornalismo infantil deve ser um espaço de informação e ludicidade no desenvolvimento da criança, no entanto, não preza em exercer sua função a mesma.

## Metodologia

Para este estudo se optou pelo uso da abordagem metodológica qualitativa da técnica de análise documental e da entrevista. Em um primeiro momento, aconteceu a coleta do material, que se trata do único documento disponível<sup>3</sup>, dado da raridade do suplemento, a coleta aconteceu de forma manual. A análise do documento (MARCONI; LAKATOS, 2003) tornou capaz entender o funcionamento da produção. A segunda etapa do estudo adotou a técnica de entrevista (GIL, 2008) para obtenção dos relatos de parte da história do suplemento, sendo assim possível compreender e ambientar as questões de sua produção. Para esta etapa, foi entrevistada a editora, idealizadora e diagramadora do *O Progressinho*, Maria das Graças Godinho (referida na entrevista como Maria das Graças) e único sujeito envolvido no projeto. A primeira entrevista aconteceu no final do ano de 2019 na sede do jornal. Já a segunda entrevista<sup>4</sup> deu-se via telefone, devido a pandemia instalada por conta do novo coronavírus. A escolha reforça as medidas de proteção, uma vez que a entrevistada é do grupo de risco.

## Resultado e Discussão

*O Progressinho* foi um suplemento infantil veiculado no interior do Maranhão, em Imperatriz, como parte integrante do jornal *O Progresso*, o mais antigo diário impresso local e o único atualmente em circulação na cidade. Ele foi publicado entre março de 1986 e agosto 1987, com

---

3 As edições, que são as únicas ainda existentes no veículo, estão costuradas em formato de um livro pelos proprietários. Por isso, para o trato do material, foi preciso o cuidado redobrado para que não houvesse a perda ou desgaste do único documento disponível, já que o material está um estado de bastante degradadas.

4 Houve certa dificuldade de contato para entrevista por motivos pessoais da própria entrevistada, desde 2018 há a tentativa da realização desta entrevista.

circulação semanal, aos domingos. Podia ser encontrado nas bancas do centro da cidade, onde era comercializado como parte do jornal; e nas escolas públicas, onde era distribuído de forma gratuita.

O suplemento foi uma idealização da pedagoga Maria das Graças Godinho, que é esposa do proprietário do jornal, Sérgio Antônio Nahuz Godinho, e coordenou o projeto sozinho: exercendo a função de jornalista, pauteira, diagramadora e editora. De acordo com ela (informação verbal)<sup>5</sup>, o projeto de criar um suplemento infantil veio suprir a nova reformulação do jornal, que com a passagem para o sistema offset, aumentou o número das páginas, sendo 16 páginas diárias e 20 páginas aos domingos. Inclusive, a novidade deu ao veículo um tom mais cultural na época. O Progresso ganhou uma série de novos cadernos com conteúdo segmentado e especializado que permitiu uma variedade de assuntos culturais, principalmente no que condiz a produção do caderno de domingo, que integrava O Progressinho. O jornalismo de Imperatriz na década de 1970 vivenciou uma forte expansão na sua produção (ASSUNÇÃO; PINHEIRO, 2012).

O Progressinho começou tímido, apenas com quadrinhos infantis de Mauricio de Sousa, que na época já era conhecido. A primeira edição<sup>6</sup> disponível no acervo, que na verdade é a segunda já que a primeira foi extraviada e não há registros dela disponíveis, tinha apenas quatro páginas, com duas dedicadas aos quadrinhos; outro espaço voltado para atividades de divertimento, como pinturas e um convite para envio de cartas, desenhos e matérias. Era uma tentativa editorial de entender o seu próprio público e permitir essa construção colaborativa.

Construção esta que só se firmou como um modelo a partir da terceira edição quando o suplemento dobra o espaço e as suas oito páginas, que se mantiveram por quase todo o tempo de circulação, foram divididas em colunas fixas que mantiveram o entretenimento, mas incluíram conteúdo próprio informativo, produtos enviados pelos leitores e material educativo.

O padrão de organização das páginas em média acontecia da seguinte maneira: a primeira página apresentava quadrinhos. A segunda priorizava cartas e/ou desenhos enviados por leitores. A terceira página, normalmente continha a seção “1Cz\$ de prosa/Cz\$ 1 de Prosa”, que contava com o debate de alguns temas, assumindo um formato jornalístico, quase editorial. A quarta página, geralmente vinham com mais quadrinhos/gibis. A quinta página recebia conteúdo de entretenimento com jogos e brincadeiras direcionadas a crianças entre 7-12 anos. A sexta página era o espaço dos poemas, matérias e/ou o quadro “Mundo Divertido & Curioso”, que ao longo do suplemento foi substituído apenas por curiosidades de algum tema escolhido. A página sete também seguia quase a mesma lógica da sexta página, às vezes com poemas, matérias ou quadrinhos/gibis. Enquanto a última página, oito, era a seção “Divertimentos” direcionado para crianças entre 5-6 anos, com jogos e brincadeiras. Este modelo poderia se alterar de edição para a edição, esta mudança não seguia uma regra própria de organização, mas se pudesse descrever de maneira geral a proposta do veículo infantil este era o formato mais corriqueiro e o mais encontrado ao longo das edições.

#### **Imagem 1:** Organização das páginas

5 Entrevista concedida por Maria das Graças a autora, no dia 5 de agosto de 2020, por meio de telefone.

6 No entanto, pressupõe-se que teve início no dia 23 de fevereiro de 1986, seguindo a lógica que cada edição era publicada aos domingos, esta era a data anterior a segunda edição que circulou no dia 02 de março de 1986.



Fonte: O Progressinho (1986) – Edição n°7

Com esta distribuição, nota-se uma tentativa de equilibrar o conteúdo recebido pelos leitores com a produção do jornal e o conteúdo de fora (como quadrinhos, poemas e entretenimento). No entanto, a distribuição um tanto quanto aleatória ratifica a ideia de um projeto que foi pensando como tema, mas cuja linha e projetos editoriais foi se construindo ao longo do tempo. E apesar de ser um suplemento de um jornal já em andamento na cidade, era um projeto de uma pedagoga, ou seja, não de um profissional de jornalismo ou publicidade, que poderia lhe aprofundar um acabamento editorial mais denso. Mas levando em conta que se trata de uma publicação artesanal, mostra-se um interesse em experimentar espaços em branco, fontes e destaques, apesar das limitações.

Do ponto de vista do conteúdo, apesar da busca por um projeto educativo e de formação de leitores, percebe-se um espaço bem limitado para o conteúdo jornalístico, ou voltado para questões regionais e que são próprias da realidade da criança, como por exemplo, acontecimentos da semana. Apesar de haver a seção “1 Czf de Prosa/ Czf 1 de Prosa”, que tinham um conteúdo informativo, a sua proposta é mais opinativa. Todavia, não anula o esforço do jornal por uma produção mais cultural para a criança, uma vez que é preciso lidar com o lúdico e o informativo. (ALVES; RAMOS, 1995)

Um fato que marcou uma ruptura no número de páginas foi a quebra da impressora em dezembro de 1986. A justificativa que foi dada para que o veículo reduzisse de oito para quatro as páginas do suplemento entre janeiro e fevereiro era que a gráfica havia sofrido um problema técnico e precisava de revisão. Então o jornal passaria a ter apenas 4 páginas durante este período. Mesmo assim, ao que parece, não foi à única razão para a redução da publicação, já que quando a impressora foi consertada, na edição de n°54 e há um anúncio oficial informando que o suplemento voltou a circulação normal, ele seguiu com o tamanho reduzido. Na verdade, o suplemento fica instável com relação ao número de páginas deste período até a edição n°78 (do dia 23 de agosto de 1987) e, então, assume definitivamente o número menor de páginas. Ao que se percebe, embora as entrevistas não tragam esse dado com precisão, é que desde aquele

momento que a impressão passou por problemas o suplemento já mostrava dificuldades de se manter ativo. Na edição nº57 (do dia 29 de março de 1987), por exemplo, O Progressinho publica uma carta em que uma criança reclamava que não havia mais a distribuição do suplemento na sua escola. Em resposta ao veículo explica que não podia mais arcar com os custos da distribuição gratuita na escola públicas porque não recebem nenhum tipo de apoio ou patrocínio. É uma manifestação implícita que a produção do produto não vai bem e não tem retornos financeiros. Fica claro que o jornal não pode custear sua impressão e que o primeiro corte será feito na distribuição, anteriormente gratuita para as escolas públicas. Logo depois disso o jornal diminuiu a quantidade de páginas pela metade e seguiu assim até o encerramento definitivo do projeto.

A produção O Progressinho contou com espaço para a discussão de assuntos pontuais e sociais, que foram as seções com conteúdo mais informativos, que eram: seção de 1Cz\$ de prosa/Cz\$1 de Prosa, espaço em que o jornal discutia temáticas de forma opinativa, as matérias avulsas encontradas ao longo das edições, colunas dedicadas a notas ou notícias semanais da cidade e a seção Mundo Curioso e Divertido, que era uma seção de informação sobre diversas curiosidades.

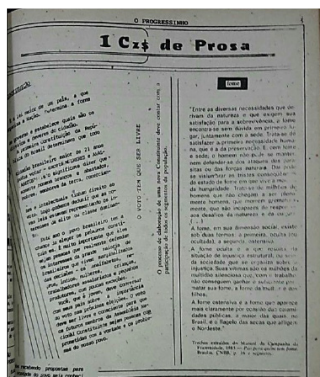
Estes espaços quase sempre apresentavam um conteúdo progressista e sem filtro para o público infantil, destacava-se pela abordagem dos temas debatidos nas matérias. O espaço também encorajava a leitura de autores nacionais e regionais. Isto aconteceu, devido à importância que editora do caderno dava a discussões deste cunho. Havia a crença de que temas como política deviam ser debatidos sempre com as crianças, independentemente da idade, para que pudessem ter contato com estes assuntos a fim de saberem sobre a formulação das condições sociais. “É importante que você fale de todas as coisas para criança, para que ela siga e tenha uma formação, clara, sobre o mundo.” (MARIA DAS GRAÇAS, 2020– informação verbal)<sup>7</sup>.

Nesta busca de introduzir a criança a temas cruciais da sociedade, foram colocados nestes espaços informativos alguns conteúdos pontuais da época, como por exemplo, discussões sobre a importância da Assembleia Constituinte, sobre a Reforma Agrária e sobre a importância de averiguar os preços do mercado de maneira a fiscalizar e denunciar os abusos nas vendas de produto. Este espaço as discussões sociais, pode ser um reflexo do momento que o país estava vivendo. O que garantiu o acesso a este tipo debate, pode haver também um interesse do jornal em inserir a criança no momento democrático vivenciado pelo país após 21 anos de ditadura militar.

A constituição era um tema recorrente na seção 1 Cz\$ de prosa/Cz\$1 de Prosa. Vivia-se um importante momento na história do país com a convocação da Assembleia Constituinte e o jornal absorve este momento em suas páginas. Nesta edição, (nº30 – 14.09.86) é um convite aos cidadãos brasileiros maiores de 21 anos irem votar pela mudança do país. Explicando que antes não era um direito de todos e que é crucial esta participação neste momento o jornal discute o tema com as crianças. Na seção, não deixa de incluir também o seu leitor: “Você, que é jovem, deve conversar com seus pais sobre a importância do voto nas próximas eleições”. Considerando que o jovem leitor tem voz com seus pais e que sua opinião e incentivo é fator que pode mudar na escolha deles irem votar ou não. Ao lado há um trecho extraído da Campanha da Fraternidade de 1985, sobre a fome, sobre o sofrimento de quem passa fome e as injustiças. A escolha do texto é importante, é uma maneira de chamar a atenção para as desigualdades enfrentadas pela falta de políticas públicas.

#### **Imagem 2:** A Constituição e momento de voto

<sup>7</sup> Entrevista concedida por Maria das Graças a autora, no dia 5 de agosto de 2020, por meio e telefone



Fonte: O Progressinho (1986)

## Conclusão

O Progressinho foi um importante produto cultural para as crianças da cidade, no entanto priorizou por conteúdos de entretenimento a informação, corroborando com que já é apontando pela literatura do tema. Todavia, esta indicação não exclui a importância da análise do material, uma vez que, só recentemente foi estudado academicamente, da sua importância para a história do jornalismo na cidade e do seu registro dado a situação do documento atualmente que não está em bom estado de conservação. Também, aponta-se o esforço do jornal nos momentos em que se propuseram a trazer conteúdo informativo e opinativo que conversavam com a realidade social da época.

## Referências

- ASSUNÇÃO, Thays Silva; PINHEIRO, Roseane Arcanjo. **Jornalismo em Imperatriz-MA: os jornais impressos em tempo de mudança (1970-1989)** Revista Brasileira de História da Mídia. v.1, n.2, jul./dez. 2012.
- ARROYO, Gabriela Vanni. **Jornalismo infantil no jornal impresso: um estudo dos suplementos Folhinha e JC Criança.** 2017. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social-Jornalismo) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2017. p.1-219
- ALVES, Januária Cristina; RAMO, Regina Maria. **O Jornal Infantil: Crítica e Produzir.** Comunicação e Educação. São Paulo. n.2. jan/abril. 1995. p. 106-115.
- DORRETO, Juliana. **Jornalismo para a infância: uma proposta de definição.** C-Legenda – Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual. [S.L.], n.30, p.59-72. ago. 2014. ISSN 1519-0617.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003. p.165-172

SARDIGLIA, Larissa Grabinski Saldanha Brocker. **Qualidade no Jornalismo Infantil**: Estudo do Programa TV Piá da Tv Brasil. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015. p. 1-131

# MEMÓRIA, HISTORIOGRAFIA DA MÍDIA; DEBATES EMERGENTES NA COMUNICAÇÃO

Coordenação: Professor Tiago  
Coutinho Parente



**Anais do VI ALCAR Nordeste**  
Universidade Federal do Cariri



# RESSIGNIFICANDO MEMÓRIAS: ANÁLISE DE COMENTÁRIOS EM NOTÍCIAS ANTIGAS PUBLICADAS NO YOUTUBE

**Antônio Carlos Santiago Freitas<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Maranhão

**Antonio Rennan de Sousa Oliveira<sup>2</sup>**

Universidade Federal do Maranhão

**Roseane Arcanjo Pinheiro<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Maranhão

**Wanderson Rodrigues de Souza<sup>4</sup>**

Universidade Federal do Maranhão

## Resumo

Este estudo analisa os comentários e reações do público nos dois vídeos jornalísticos mais acessados do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, no site YouTube. O canal selecionado promove o compartilhamento de matérias jornalísticas antigas na internet. A pesquisa busca captar elementos de memórias que despertam o interesse nos sujeitos e nas comunidades virtuais, a partir do consumo de notícias antigas. Combinando análise documental com a análise de conteúdo, classifica-se os comentários empreendidos nas publicações “Combatendo a Aids – Anos 80” e “Record em Notícias (Jornal da Tosse) - 29/12/1995”, a partir das seguintes categorias: 1) Informações gerais sobre o vídeo; 2) Identificação do autor; 3) Tema do comentário; 4) Posicionamento; 5) Palavras mais comuns citadas. Os resultados obtidos apontam para a pluralidade de percepções e memórias que são geradas por meio da interação dos usuários.

**Palavras-chave:** Memória; Jornalismo; Comentários; YouTube; Análise de Conteúdo.

## Introdução

A mídia ocupa uma importante função no processo de seleção dos assuntos que ganham caráter público, contribuindo, a partir dos relatos dos acontecimentos jornalísticos que compõem o cotidiano, com o modo que os grupos sociais formam opiniões. Narrar o cotidiano é promover recortes do tempo presente, o tempo da ação humana. De acordo com Franciscato (2005), o tempo presente não é apenas uma característica, mas uma marca que define a produção

---

1 Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. E-mail: carlosguerreiros@gmail.com

2 Aluno do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo (UFMA), campus Imperatriz. E-mail: rennanoliveira098@gmail.com

3 Professora adjunta do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da UFMA Imperatriz. Doutora em Comunicação pela PUCRS. E-mail: roseane.ap@ufma.br

4 Aluno do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo (UFMA), campus Imperatriz. E-mail: wanderson.jornal@gmail.com

noticiosa. “A temporalidade dá uma forma cultural ao principal produto jornalístico, a notícia, tornando-a reconhecível e estabelecendo os seus limites de sentido, atuação e existência social” (FRANCISCATO, 2005, p. 3).

Assim, o jornalismo configura-se como uma prática que se volta para a produção de relatos sobre eventos do tempo presente, sendo um reforço da temporalidade social e compondo formas específicas de sociabilidade. Além de ajudar os sujeitos a se situarem no tempo, as notícias podem ser compreendidas como unidades de memória, conforme Canavilhas (2004), que podem ser resgatadas a

qualquer tempo. Nessa esteira, Ribeiro (2013, p. 77) lembra que “o jornalismo não só retrata os fatos considerados mais relevantes, mas também os registra, legando às sociedades futuras um testemunho sem igual. A mídia é um dos mais poderosos agentes de memória do nosso tempo”.

Tais colocações são fundamentais para a compreensão da memória jornalística na internet, e de um modo peculiar no site de vídeos YouTube, que abriga inúmeros canais que armazenam notícias antigas. Esses espaços são pontos catalizadores para a conformação das memórias individuais e coletivas e configuração de práticas e experiências sociais.

Dentre os canais dedicados à recuperação de vídeos jornalísticos antigos, via YouTube, destaca-se a página Pedro Janov e seu arquivo de vídeos<sup>5</sup>. O canal é administrado por Danilo Rodrigues, jornalista e fonoaudiólogo que coleciona fitas VHS, digitaliza e compartilha as imagens na internet. São programas jornalísticos e edições antigas de telejornais das emissoras de TV, como Rede Globo, SBT, Record, Bandeirantes, Cultura, Manchete e outras, recuperados e postados para o público. O canal conta com 4,9 mil usuários inscritos, 672 vídeos publicados e já obteve 876.524 visualizações, somando todo o conteúdo disponibilizado.

Dessa forma, o administrador do canal propicia elementos para uma certa memória coletiva que se perpetua mediante à cultura participativa presente na plataforma de vídeos. A memória coletiva é para Halbwachs (2013) um processo de reconstrução, no qual o fenômeno da recordação e da localização das lembranças se efetiva a partir dos contextos sociais. Esta concepção compreende a memória como as reminiscências do passado evocadas no presente por cada indivíduo dotado da capacidade de armazenar informações de acontecimentos vividos em outra época. Segundo o autor, recorreremos aos nossos testemunhos e aos testemunhos dos outros para reforçar, enfraquecer ou ainda complementar o que sabemos sobre um evento ou informação.

Recuperar conteúdo televisivo no YouTube tornou-se prática corriqueira, à medida que alimenta a necessidade de muitos usuários em rever programas, reportagens, conhecer, lembrar fatos ou personagens que figuraram momentos marcantes na história. Burgess e Green (2009) lembram que o YouTube foi fundado sem alarde, em julho em 2005, por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex funcionários do site de comércio on-line PayPal. A ideia, à princípio, era eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. O site disponibilizava uma interface bastante simples, dentro da qual o usuário podia fazer o upload<sup>6</sup>, publicar e assistir vídeos em streaming<sup>7</sup>, mesmo não tendo conhecimentos técnicos em Tecnologia da

5 Disponível em: <https://www.youtube.com/c/PedroJanoveseuArquivodeV%C3%ADdeos/videos>

6 O mesmo que carregamento; envio.

7 Streaming é o termo empregado ao modo de transmissão de áudio e vídeo, através de computadores ligados em rede. Sem a necessidade de efetuar downloads, a máquina recebe o conteúdo multimídia ao mesmo tempo em que as repassa ao

Informação (TI). O YouTube tornou-se um lugar propício para a veiculação de peças amadoras, que antes estavam limitadas a circuitos fechados, compondo os arquivos pessoais dos seus autores. O site também recebeu incontáveis uploads de apropriações de vídeos antigos e recentes, cuja produção é oriunda de terceiros, sobretudo de grandes grupos de mídia, como programas antigos de televisão gravados em aparelho de videocassete ou trechos de filmes recém-lançados, ganhando novos usos e sentidos no processo de produção e consumo audiovisual.

Henry Jenkins (2009) soube captar as transformações midiáticas e culturais que vêm ocorrendo, de modo mais acelerado, desde a última década. A “Cultura da Convergência”, título de sua obra, é descrita como um fenômeno causador de uma revolução nos modos de produção e consumo de conteúdo. O pesquisador sustenta que as formas de comunicação tendem cada vez mais a convergirem para um único meio: a internet.

A revolução digital desmitifica definitivamente o rótulo de passividade da audiência, compreensão refutada, há tempos, por inúmeros estudiosos. “A convergência incentiva a participação e a inteligência coletiva”, indica Jenkins (2009, p. 327). É neste panorama que ascende o conceito de cultura participativa, expressão que representa o modo como a sociedade contemporânea evolui produzindo conhecimento e disseminando informações e ideias, a partir dos meios digitais. Jenkins conclui que as novas ferramentas de produção e canais de distribuição derrubam barreiras no mercado de ideias, sendo este um importante fator para a promoção da cidadania. As mudanças que se sucedem com as transformações tecnológicas, portanto, fortalecem recursos para o ativismo e a crítica social nas mãos de cidadãos comuns.

Desse modo, o presente estudo visa lançar contribuições acerca dos processos de acionamento da memória coletiva mediada pelo YouTube, compreendendo os comentários dos usuários no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, tendo ainda como pano de fundo a dinâmica temporal entre passado e presente, buscar-se-á inserir nesta discussão o papel do jornalismo na produção de sentidos sobre a realidade e os acontecimentos, ao criar e recriar sociabilidades por meio de suas narrativas. Para tanto foram selecionados os dois vídeos mais populares da página: “Combatendo a Aids – Anos 80” e “Record em Notícias (Jornal da Tosse) - 29/12/1995”.

Com a segmentação do consumo, a pesquisa se justifica justamente por demandar esforços na tentativa de observar que caminhos percorre a memória coletiva, quando construída e acionada a partir das redes sociais, captando o que as comunidades virtuais se interessam, escolhem, consomem e do que se lembram.

## Metodologia

A pesquisa mapeia os comentários realizados pelos usuários nos dois vídeos jornalísticos mais visualizados no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, no YouTube, entre os dias 22 e 26 de fevereiro de 2021. A página selecionada foi criada em julho de 2020, mas, o seu administrador possui uma rotina de publicações na plataforma desde 2006. A definição do canal ocorreu a partir da percepção de que a página privilegia o resgate de conteúdos jornalísticos antigos.

Partindo para a etapa de verificação e seleção das matérias jornalísticas postadas na referida página, utilizou-se o filtro “mais populares” na biblioteca de vídeos do canal. Essa ferramenta

apresenta em ordem decrescente a relação de publicações mais visualizadas. A fase de localização desses conteúdos se enquadra na análise documental que, conforme Moreira (2011), compreende a apreciação de documentos para um determinado fim. Neste sentido, gravações magnéticas de som e vídeo e gravações digitais de áudio e imagem são consideradas fontes secundárias, constituindo conhecimento dados ou informação.

Combinando análise documental com a análise de conteúdo, propõe-se que os comentários sejam classificados, observando temas, solicitações e ângulos dos conteúdos. Conforme Bardin (1977, p. 38), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas que se presta a analisar as comunicações, cujo interesse “não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a «outras coisas»”. Assim, espera-se obter, além de dados quantitativos, interpretações sobre as práticas comunicacionais e sobre as memórias que foram acionadas a partir da interação dos usuários nas publicações. Para efeito de análise, propõe-se as seguintes categorias: 1) Informações sobre o vídeo (número total de visualizações, reações e comentários); 2) Identificação do autor (homem, mulher, não identificado etc.); 3) Tema do comentário (assunto abordado ou aspecto comentado do vídeo); 4) Posicionamento (se o comentário é positivo, negativo ou neutro); 5) Palavras mais comuns citadas (quais palavras se repetem mais nos comentários).

## Resultados e Discussão

O primeiro vídeo analisado é um documentário, intitulado “Combatendo a Aids – Anos 80”, publicado no YouTube em 2020, pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos. Foi visto mais de 2.937 vezes, possui 120 reações no botão “gostei” deste vídeo e dois “não gostei”. O conteúdo, de 35 minutos, mostra como as pessoas, na década de 1980, enxergavam a AIDS, doença causada pelo vírus HIV, que afeta a capacidade do organismo de combater infecções. Homens e mulheres supõem, no curta metragem, de como a infecção pelo HIV seria acometida.

Para compor a narrativa do vídeo, profissionais da saúde - como o médico Dráuzio Varella – foram convidados para combater a desinformação da epidemia de AIDS, que começou por volta de 1980 no Brasil, e que até 2012, registou 656.701 casos, segundo o Ministério da Saúde.

O vídeo tem 32 comentários, sendo que 56,2% são de homens, 28,1% mulheres e 15,7% não foram identificados. Pelo menos 6,2% dos comentários abordam que contrair o HIV nas décadas de 1980 era considerado uma sentença de morte declarada, já que informações a respeito do tema eram

pouco debatidas. A discussão continua e 9,3% dos internautas comentaram que a falta de proteção e cuidado nas relações sexuais foi o motivo para a epidemia da AIDS ter evoluído para uma pandemia, afetando uma grande região do planeta.

Embora o curta-metragem seja feito com a colaboração de profissionais da saúde que explicam como se daria a transmissão do HIV, na época, pelo conteúdo do vídeo, as pessoas imaginavam que o contágio seria, por exemplo, por intermédio de beijos e abraços, ações que são desmentidas na fala de Dráuzio Varella.

Nos 32 comentários analisados, termos como morte, HIV/AIDS, e Dráuzio Varella foram os mais citados. Cerca de 12,5% dos comentários fazem referência ao fim da vida, isso porque no

curta metragem, pela desinformação e a falta de acesso da época, a doença AIDS estava muito conectada à morte. O nome do médico Dráuzio Varella aparece em 31,5% nos comentários, sendo citado de forma direta e indireta. Esses comentários fazem referência aos aspectos físicos do médico, já que ele apresenta poucas mudanças na fisionomia, se comparadas as imagens do documentário com imagens do médico em 2021.

Embora a maioria dos comentários não faz referência direta ao conteúdo do vídeo analisado, 51,2% deles foram considerados neutros, por não tomar partido em uma discussão. 27% foram considerados comentários negativos, por assemelhar o conteúdo do vídeo, em 1980, como uma sentença de morte, e 21,8% foram considerados positivos, tendo em vista que o vídeo foi um grande instrumento para combater a desinformação, ainda mais por ter a participação de um médico renomado como Dráuzio Varella.

O segundo vídeo analisado tem 1.907 visualizações, 74 reações no botão gostei e nenhuma reação no “não gostei”. É intitulado de “Record em Notícias (Jornal da Tosse) - 29/12/1995” e tem 47 comentários. Durante o vídeo, são apresentadas 12 peças publicitárias nos intervalos comerciais. A duração da gravação é de 29 minutos e 30 segundos.

Antes do jornal iniciar, uma série de comerciais são exibidos, dentre eles estão comerciais da Igreja Universal, Universidade Solidária, JN telefones. Assim, os primeiros dois minutos e meio são dedicados à publicidade. O Jornal da Tosse era apresentado por Murillo Antunes, com a participação de quatro apresentadores, são eles: Gilberto Nascimento, Arnaldo Farias, Miguel Colassuono e Marcelo Gonçalves. O programa foi dividido em dois quadros, o primeiro trouxe o tema sobre o Movimento dos Sem Terra (MST), no qual os comentaristas presentes tinham que discorrer e opinar. Todos se mostraram contrários ao tema, apresentando posições negativas sobre o MST. O jornal mostra-se, portanto, político e opinativo.

No bloco seguinte, Murillo Antunes apresenta um segundo tema sobre uma polêmica envolvendo o Bispo Edir Macedo da Igreja Universal do Reino de Deus. Trata-se de um esquema de caixa dois e uma foto na Igreja Universal do Reino de Deus nos Estados Unidos. Os comentaristas avançam em defesa do bispo, mostrando-se contrários e repudiando uma notícia exibida pelo Jornal da Globo. Nesse mesmo bloco, o apresentador levanta uma discussão sobre o ano de 1996, considerado como o Ano da Verdade. Comentaristas discorrem sobre o ano de 1995 e a dificuldade que todos passaram, o ano novo seria analisado por eles como um ano de transformação econômica e mudança para a sociedade em geral.

Nos 47 comentários analisados, termos como Jornal da Tosse, Record em Notícias e Murillo Antunes foram os mais citados. Cerca de 35% citavam o Jornal da Tosse fazendo referências às particularidades do veículo, velha guarda e comentaristas, 35% citavam Record Notícias - alguns falavam sobre o formato do programa, indicando uma cópia da rádio, discutindo sobre o jornalismo político e 30% dos comentários citavam Murillo Antunes, expressando apatia com o apresentador. Os comentários eram diversos, muitos citavam outras personalidades e políticos, além de comparar com outros programas de outros estados do país. O quarto comentário é o que apresenta o maior número de respostas (somando dez respostas). Nesse comentário, o internauta avalia o programa como chato e este é respondido por outros participantes que também concordavam com a avaliação.

Os comentários analisados, embora falassem pouco dos temas tratados no vídeo, mostraram poucos números positivos e negativos, tendo maior ocorrência de um posicionamento neutro. Comentários neutros são 74,4%, enquanto positivos eram 4,6% e negativos 21%. A porcentagem

de participantes homens foi maior, contabilizando 51,6%, mulheres somam 39,9% e sexo não identificado são 8,5%. Portanto tendo a maior participação de pessoas do sexo masculino.

Com base no corpus analisado, pondera-se que o jornalismo ocupa um significativo papel no processo de rememoração, sobretudo considerando o processo de compartilhamento de vídeos antigos no YouTube. Por iniciativa própria, vários usuários do site resgatam coberturas jornalísticas do passado que foram veiculadas por emissoras de televisão. Um segundo esforço vem do público que lança suas impressões e memórias sobre determinados fragmentos de mídia dispersos na rede. Infere-se, a partir das publicações, que os temas abordados em outra época ganharam releituras pelos usuários do YouTube e foram tensionados com tempo presente, o tempo no qual os sujeitos falam e de onde estão situados.

## Conclusões

Este levantamento inicial, que faz parte de uma pesquisa em andamento no Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (JOIMP), da Universidade Federal do Maranhão, aponta que os vídeos mais comentados trazem temas polêmicos: uma pandemia de Aids nos anos 80 e um programa jornalístico ligado à Igreja Universal, que aborda o MST e critica a emissora concorrente, a Rede Globo. De forma geral, os comentários foram feitos pelo público masculino e outro destaque é a não participação direta da maior parte deles nos debates propiciados pelos programas. Uma parte dos usuários, que comentam de forma mais detalhada os materiais, destacam os participantes ou a relevância de alguns aspectos dos conteúdos postados. Outra questão apontada é a diversidade de temas que despertaram interesse dos públicos, tais como saúde, pandemia, ocupação no campo e denúncias contra a Igreja Universal. Outros desdobramentos deste estudo podem trazer uma análise mais pormenorizada da relação entre o administrador do canal, os seguidores e a organização dos programas jornalísticos postados.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed.70, 1977.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução Ricardo Giasseti. - São Paulo: Aleph, 2009.

CANAVILHAS, João Messias. **Internet como Memória. BOCC, 2004**. Disponível em: [http://bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-internet-como-memoria.html](http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-internet-como-memoria.html). Acesso em: 28 fev. 2021.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **O Jornalismo e a Reformulação da Experiência do Tempo nas Sociedades Ocidentais**. Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/147309229542103229423892634820623515117.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2021.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Tradução Beatriz Sidou. 2ª ed. - São Paulo: Ed. Centauro, 2013.

JENINKS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana L. de Alexandria. - São Paulo: Adelp, 2009.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Análise documental como método e como técnica.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **A memória e o mundo contemporâneo.** In: RIBEIRO, Ana Paula; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Org.). Entretenimento, Felicidade e Memória: forças moventes do contemporâneo. São Paulo: Anadarco, 2013.



# COBERTURA JORNALÍSTICA DA TROCA DO PISO DA CATEDRAL DE PICOS-PI: ESQUECIMENTO OU LUGAR DE MEMÓRIA?

**Thamyres Sousa de Oliveira**<sup>1</sup>

A Universidade Estadual do Piauí

**Luana de Sousa Rodrigues Moura**<sup>2</sup>

A Universidade Estadual do Piauí

**Vinícius da Silva Coutinho**<sup>3</sup>

A Universidade Estadual do Piauí

**Lia Rachel Silva Marinho Barbosa**<sup>4</sup>

A Universidade Estadual do Piauí

## Resumo

As igrejas são lugares sagrados para os fiéis, onde vários acontecimentos marcantes constroem a memória coletiva de um povo. Mudanças estruturais nesses prédios podem fazer com que haja perda na memória coletiva. O jornalismo tem o importante papel de informar sobre acontecimentos relevantes à sociedade e, assim, torna-se um lugar de certa memória sendo responsável por documentar fatos. Com base nisso, considerando a troca do piso da catedral de Picos-PI, este artigo tem como objetivo geral compreender se a Catedral de Nossa Senhora dos Remédios é considerada ou não um lugar de memória pela imprensa da região de Picos-PI. A metodologia utilizada foi composta por dois tipos de pesquisa: pesquisa bibliográfica e pesquisa documental e para analisar todo o material, a técnica de análise utilizada foi a análise de conteúdo. Fizemos reflexões embasadas por autores como Le Goff (1990) e Pierre Nora (1993). Por fim, consideramos que os veículos jornalísticos trataram a igreja como um lugar de memória e se esforçaram para que a memória presente no local não se perdesse.

**Palavras-chave:** Lugar de memória; Jornalismo; Igreja; Patrimônio Histórico.

## Introdução

“Piso da catedral: lugar de memória?”, esse é o questionamento que fundamenta essa pesquisa. Escolhemos abordar a troca do piso da Catedral de Nossa Senhora dos Remédios devido às matérias jornalísticas que surgiram em virtude da inquietação de parte da comunidade quando

---

1 Mestre em Comunicação. Professora Efetiva da Universidade Estadual do Piauí. Supervisora da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória. E-mail: thamyressousa@pcs.uespi.br

2 Estudante de Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí. Integrante da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória. E-mail: luanamoura@aluno.uespi.br

3 Estudante de Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí. Integrante da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória. E-mail: viniciuscoutinho@aluno.uespi.br

4 Estudante de Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí. E-mail: liabarbosa@aluno.uespi.br

foi anunciada a mudança do piso desta igreja. Como membros de uma liga acadêmica que estuda jornalismo e memória, nos sentimos motivados a refletir sobre a memória na produção jornalística local.

Em Picos-PI, a história da chegada da imagem de Nossa Senhora dos Remédios, na cidade, é contada de geração a geração. Hoje, a santa é considerada padroeira de Picos e reside na igreja Catedral que leva o nome de Nossa Senhora dos Remédios, em homenagem à santa. A igreja também foi considerada a segunda maravilha do estado do Piauí através de um concurso feito pelo sistema Meio Norte de Comunicação<sup>5</sup>, no ano de 2012. A Catedral onde a imagem de Nossa Senhora dos Remédios está hoje não é a mesma construída após sua chegada em Picos. Foram construídas duas igrejas consideradas catedrais, a primeira foi demolida para dar lugar a segunda, que foi construída em estilo gótico e, hoje, também passa por mudanças estruturais. Na tentativa de dar lugar ao novo, ao dito moderno, muito da memória de cidades tem sido demolida.

De acordo com os escritos de Ozildo Albano<sup>6</sup> e com o filme *Senhora dos Remédios (2010)*<sup>7</sup>, a chegada da imagem em 31 de dezembro de 1847, ela foi benta no ano seguinte (1848), mas só em 1871 foi edificada a igreja para a padroeira de Picos. A primeira igreja começou a ficar pequena para a quantidade de fiéis, e era preciso uma nova catedral para abrigar a imagem de Nossa Senhora que acomodasse a todos. Então, no ano de 1948 a nova igreja começou a ser construída. O edifício era muito maior que o anterior, seus detalhes foram feitos no estilo gótico. Naquele período em questão, a igreja católica procurava demonstrar poder através de suas grandes construções. O estilo gótico é caracterizado pelo seu grande número vitrais, três portas centrais e a presença de uma rosácea central. A segunda obra foi realizada com ajuda de toda população. A construção demorou cerca de vinte anos, muitas pessoas, de diferentes classes sociais, da cidade mobilizaram-se para ajudar a erguer o novo templo.

O piso da igreja era composto por ladrilhos, foram colocados dois tipos diferentes de ladrilhos, as laterais da igreja são iguais e a parte central diferente. Com o passar do tempo, a igreja passou por algumas reformas estruturais. Além de uma nova pintura, foram retiradas algumas partes de madeira na parte de dentro e, atualmente, a troca do seu piso com intuito de “modernização”.

As igrejas são consideradas lugares sagrados para os fiéis e são muito importantes para os fiéis e para a construção da sua fé, como Halbwachs (1968) traz em suas discussões. Desde o fim da construção da nova Catedral (1968), até a mudança do seu piso (2019) muitos fiéis tiveram momentos marcantes na igreja: casamentos, batizados, crismas, eucaristias, festejos e outras festividades que estão, anualmente, no calendário cristão, e várias memórias foram construídas naquele lugar. A mudança estrutural faz com que os fiéis, de certa forma, não reconheçam mais o lugar como antes, fazendo com que tudo que foi vivido, no mesmo ambiente presente, já não seja mais reconhecido, já que o local ficou muito diferente do que era antes. Diante de toda a história da sua construção fica a indagação se a troca do piso não seria uma descaracterização da mesma.

Assim, nascendo o questionamento acerca da memória e do esquecimento, tendo em vista a importância histórica da Catedral para a cidade de Picos, a pesquisa tem como objetivo

5 PORTAL 8. Eleitas as novas 7 Maravilhas do Piauí. Piauí, 12 de abril de 2012. Disponível em: <<https://www.portalp8.com.br/2012/04/eleitas-as-novas-7-maravilhas-do-piaui.html>>. Acesso às 13:11, em 03/06/2020.

6 ALBANO, Maria da Conceição Silva; SILVA, Albano. Picos nas anotações de Ozildo Albano. Picos – PI, 2011.

7 *Senhora dos Remédios*. Flávio Guedes. Picos: Produção Independente. YouTube, 2010. 1 filme. (93min): son. (dub.); (colorido).<<https://www.youtube.com/watch?v=1UxL1evj95I>>. Acesso às 21:12, em 02/05/2020.

geral compreender se a Catedral de Nossa Senhora dos Remédios é considerada ou não um lugar de memória pela imprensa da região de Picos e como objetivos específicos: estudar o que a literatura diz sobre a memória, o esquecimento e os lugares de Memória, em especial o Jornalismo; observar como a mídia abordou o caso da troca do piso da Catedral de Nossa Senhora dos Remédios e verificar se o piso da Catedral pode ser considerado um lugar de memória, na cidade de Picos.

## Metodologia

Para tanto, a metodologia é composta por dois tipos de pesquisa: pesquisa bibliográfica e pesquisa documental e para analisar todo o material, a técnica de análise utilizada foi a análise de conteúdo. Os procedimentos metodológicos foram feitos, inicialmente, por meio de revisões bibliográficas. De acordo com Cordeiro et. al. (2007, p. 02), “a revisão da literatura narrativa ou tradicional, quando comparada à revisão sistemática, apresenta uma temática mais aberta; dificilmente parte de uma questão específica bem definida, não exigindo um protocolo rígido para sua confecção”.

Durante a busca/seleção das matérias jornalísticas sobre a troca do piso da Catedral, foi necessária a realização de uma pesquisa documental. Sá-Silva (2009, p. 02) pontua sobre os documentos que “a riqueza de informações que deles podemos extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas”. O autor considera ainda que a pesquisa documental “possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural” (SÁ-SILVA, 2009, p. 02).

Por fim, para analisar e compreender o material documental utilizamos a análise de conteúdo. Para Bardin (1977), a análise de conteúdo consiste num conjunto de técnicas utilizadas na análise das comunicações. Moraes (1999, p. 02) explica que essa análise ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. O autor complementa ainda que a técnica fornece informações complementares ao leitor crítico de uma mensagem, seja ele linguista, psicólogo, sociólogo, educador, crítico literário, historiador ou outro. Para atender aos objetivos propostos, inicialmente, fizemos reflexões acerca da memória, do esquecimento e dos lugares de memória, embasados por autores como Le Goff (1990) e Pierre Nora (1993). Ademais, analisamos e discutimos sobre como se deu a cobertura jornalística da troca do piso da igreja, pelos portais da região de Picos.

A seleção das notícias que compõem a amostra dessas análises se deu por meio de pesquisas na ferramenta de busca disponibilizada pelo Google Chrome, através de palavras-chave. As palavras-chave da busca foram “Troca do piso”, “Catedral de Nossa Senhora dos Remédios”, “Picos-PI”. Após a busca, que foi feita no dia 27 de outubro de 2019, foram encontradas 9 publicações em portais acerca da temática em estudo. Os portais G1 Piauí, Cidade Verde, Riachão Net, Picos 40º, Folha Atual, Oito Meia e 180º publicaram uma matéria (cada um) sobre o assunto. Já o portal Grande Picos publicou duas vezes. Palacios (2010, p. 38) afirma que “nunca em tempos históricos nossa sociedade esteve tão envolvida e ocupada em processos de produção de memória; (...) bem como o jornalismo tão centralmente localizado em meio a tudo isso.” Depois disso, verificamos se a Catedral de Nossa Senhora dos Remédios foi considerada ou não um lugar de memória pela imprensa da região de Picos.

## Resultados e Discussão

Diante disso, preocupados também com esse processo de construção de certas memórias, seguem os dados, as análises e as discussões da pesquisa feita às matérias publicadas pelos veículos jornalísticos. O portal Picos 40º trouxe em sua matéria, intitulada de “Arquiteto faz análise técnica sobre o piso da Catedral de Picos”, o laudo técnico sobre o piso da Catedral. O veículo mostrou que a possibilidade de mudar o piso do local dividiu opiniões na cidade e o arquiteto entrevistado pelo portal afirmou que, em sua visão de técnico e restaurador, não deveria ser feita uma troca completa do piso. O arquiteto também disse ao portal que era preciso deixar registros e testemunhos daquilo que foi o piso um dia. Ele destacou ainda que o piso não estava em seu melhor estado, mas que era papel da população da cidade de Picos decidir sobre a troca.

Desse modo, podemos observar que a fonte utilizada pelo portal de notícias Picos 40º, o arquiteto, pode ser considerada um “senhor da memória”. Na perspectiva de Le Goff (1990), os senhores da memória são responsáveis pelas memórias que irão perdurar. Assim, o posicionamento do arquiteto, de que a troca do piso por completo não deveria acontecer, poderá ser adicionada à memória coletiva da população, já que obteve espaço no veículo jornalístico e foi acessada por diversas pessoas. Ao dar fala a este “senhor da memória”, o jornalismo, de certo modo, ofereceu espaço a uma fala científica sobre a área de construções.

Os portais Cidade Verde e Riachão Net trouxeram em suas matérias a polêmica gerada em torno da decisão de troca do piso da Igreja Matriz de Picos. Nessas matérias eles focaram no fato do Ministério Público (MP) ter sido acionado pelo Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU). A matéria fala sobre uma fiscalização no local e que o Ministério Público (MP) foi acionado. Trazer isso na matéria traz uma discussão mais profunda sobre como a obra está sendo feita na Catedral de Picos e dá margem até para um questionamento de quem é de fato o interesse dessas mudanças estruturais na igreja. Na fala do Presidente do CAU foi destacado o valor histórico do piso e ainda sobre a ação do MP e que “prefere pecar pelo excesso do que pela falta”, ressaltando que estava vendo uma preocupação e revolta dos colegas em perder parte da história. O presidente também relatou outras mudanças estruturais, e pontuou, “junto com isso vai parte da história da igreja, um dos prédios mais bonitos do Piauí”.

O G1 Piauí trouxe uma matéria voltada para polêmica do piso da Catedral de Picos e como a obra vinha dividindo as opiniões dos fiéis e entidades. Na matéria foram entrevistadas três pessoas, duas dessas pessoas – o bispo da Diocese de Picos e um Engenheiro Civil – mostraram em suas falas serem a favor da troca do piso, no entanto um representante da sociedade civil foi ouvido e se posicionou de modo contrário. A matéria do G1 mostra que um fiel foi contra a troca do piso. Ele destacou a igreja como patrimônio histórico e que achava que o piso não deveria ser mexido e sim preservado. Nessa matéria o portal teve a iniciativa de trazer a discussão sobre como a obra dividia opiniões entre a comunidade, sobretudo os fiéis, mas foi possível perceber que apesar de aparentar dar

lugar de fala para os fiéis, que são pessoas que de fato frequentam a igreja, o portal não abriu espaço suficiente para eles. Nessa matéria, por exemplo, somente um fiel opinou sobre o que ele achava e em poucas linhas. Percebemos assim a seletividade da memória em geral e da memória jornalística. Tem sempre uma parte que vai ser esquecida, menos ouvida, silenciada.

O portal Folha Atual, com a notícia intitulada “Reforma do piso da Catedral Picos acontece a portas fechadas”, destacou a geração de muita polêmica pela troca do piso e tratou sobre a não permissão do registro de imagens durante a obra, uma vez que quando a equipe foi até a igreja, a mesma encontrava-se com todas as portas fechadas. O portal apresentou ainda durante a notícia uma retransmissão intitulada “Debates”, que pontuou sobre os intensos debates sobre a troca do piso, tanto nas redes sociais quanto presencialmente. O portal frisou também sobre a decisão do Ministério Público Estadual do Piauí (MPE-PI) de ter embargado a obra e citou a igreja como patrimônio histórico. Nessa perspectiva, o pesquisador Júnior (2015, p. 247) explica que: “o patrimônio foi incorporado à esfera pública e às humanidades como forma social de afirmação política de comunidades variadas”.

Ao utilizar o MPE como fonte, observamos que o portal dá espaço a uma decisão judicial contra a troca do piso da igreja e gera ainda questionamentos nos leitores. Desse modo, a memória que obteve notoriedade e que poderá ser lembrada, posteriormente, é de que a justiça tentou impedir que um patrimônio histórico, a igreja, fosse modificado. O portal mostrou também que havia posicionamentos contrários e a favor da troca por parte da sociedade, mas o que de fato se torna um “senhor da memória” e ganha destaque na notícia é a decisão do Ministério Público. Já que a Diocese informou apenas que os fiéis já estavam cientes da mudança estrutural na igreja, mas não apresentou dados mais concretos sobre o assunto.

Já o portal Oito Meia abordou que o “MPPI recomenda que a reforma da Catedral de Picos seja paralisada: ‘risco ao patrimônio’”, destacando as denúncias recebidas pelo Conselho de Arquitetura do Piauí (CAU-PI) e a recomendação feita pela justiça do estado para que a obra fosse interrompida. Com base na ação judicial, o portal pontuou: “as mudanças estruturais no piso da catedral ocorrem sem levar em conta o valor histórico do prédio, possivelmente descaracterizando-o”. Nesse caso, temos como “senhores da memória” o CAU e novamente a Justiça. É relevante citar também que o próprio veículo jornalístico, mesmo utilizando o termo “possivelmente”, torna-se um dos “senhores da memória”, pois posicionou-se favorável à valorização histórica do monumento na cidade. Isso é muito importante para a memória, pois o próprio jornalismo se constitui como um lugar de certa memória.

Júnior (2015, p. 251) explica que “o conhecimento histórico refez a relação das sociedades com sua memória, deslocando o trinômio passado-presente-futuro”. Diante disso, o portal Oito Meia trouxe em sua matéria a Lei Municipal 2866/2017 que dispõe sobre o tombamento de edificações públicas e privadas, dentre elas a Igreja de Nossa Senhora dos Remédios (a Catedral de Picos). Em seguida, o veículo conceituou o termo ‘tombamento’ e qual o seu objetivo e destacou a necessidade de: “preservar bens de valor histórico, cultural, arquitetônico e ambiental para a população, impedindo que venham a ser destruídos ou descaracterizados”. Percebemos uma intenção do portal em não dar apenas a notícia, informar sobre a troca do piso, mas também de educar seu público para a preservação da memória e conhecimento das leis relacionadas a preservação da mesma.

O portal 180° trouxe na sua matéria a polêmica que foi gerada após o anúncio da troca do piso da Catedral de Picos. Percebemos a preocupação do portal em dar espaço de fala para a população, trazendo a insatisfação das pessoas na matéria quanto a troca do piso. Observamos que a insatisfação das pessoas não é simplesmente em trocar um piso, mas por toda a história e memória que ele representa, que marcou gerações e, por isso, o internauta expõe sua indignação e afirma que substituir o mosaico da Catedral por cerâmica é um “atentado à história”. Isso mostra ao público a importância de se preservar aquilo que faz evocar a memória

do que já se passou e lembrar que o piso da Catedral faz parte de uma história. O site optou por dar notoriedade à fala de pessoas que têm alguma relação afetiva com a igreja e que também podem contribuir para o debate sobre a memória e preservação de um espaço que as mesmas frequentam.

O portal Grande Picos, em sua matéria sobre “Conselho de Arquitetura e Urbanismo do PI poderá acionar MP contra mudanças na Catedral de Picos”, mostra como o (CAU/ PI) quer agir acerca da troca do piso da Catedral e o presidente do Conselho, Wellington Camarço, em sua fala ao portal, diz que estão preocupados com a preservação do patrimônio histórico e cultural do nosso estado e fala da sua responsabilidade de agir quando algo está sendo executado de maneira exagerada ou precipitada. A fala do presidente da CAU/PI reforça que a substituição do piso é um equívoco, visto que é um patrimônio histórico, pois pertence a história da cidade e a memória coletiva do povo. O fato do Conselho não ser a favor das mudanças, um órgão que ocupa um lugar de poder, no que se refere a questões de patrimônio, faz com que a opinião do público seja formada também a partir desse contexto.

## Conclusões

Diante das discussões, consideramos que o piso da igreja foi tratado como um lugar de memória pelos portais da região de Picos-PI. Prova disso, foram as utilizações de fontes que, em sua maioria, levaram em consideração os valores históricos presentes no local, como por exemplo, o arquiteto, a lei municipal de proteção ao patrimônio, as ações judiciais para tentar impedir que a obra acontecesse. Esses, juntamente com o próprio jornalismo, que já detém um certo lugar de memória, constituem os “senhores da memória” do episódio da troca do piso. Por isso, fica a sensação de que houve esforços para que aquela memória não fosse perdida.

Percebemos que na construção da maioria das matérias houve uma preocupação em trazer informações sobre a importância do prédio da Catedral e seu valor histórico e cultural na cidade. Alguns portais usaram termos exaltando o prédio da Igreja de Picos. Além disso, na maioria das matérias, os portais optaram por utilizar representantes de órgãos públicos para falar sobre as mudanças estruturais e não deram muito espaço aos padres e fiéis, que são as pessoas que frequentam de fato a igreja. Desconsiderar a fala desses personagens caracteriza-se um silenciamento, diretamente ligado ao esquecimento.

## Referências

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

CORDEIRO, Alexander Magno; OLIVEIRA, G. M.; RENTERÍA, J. M.; GUIMARÃES, C. A. **Revisão sistemática: uma revisão narrativa**. Rev. Col. Bras. Cir. vol.34 nº.6. Rio de Janeiro Nov./Dec. 2007.

HALBWACHS, Maurice. **La mémoire collective**. Paris: Presses Universitaires France, 1968.

JÚNIOR, Francisco das Chagas F. Santiago. **Dos Lugares de Memória ao Patrimônio: emergência e transformação da ‘Problemática Dos Lugares’**. Projeto História, São Paulo, n. 52, pp. 245-279, Jan.- Abr. 2015.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: UNICAMP, 1990.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História, São Paulo, dez. 1993.

PALACIOS, Marcos. **Convergência e memória: jornalismo, contexto e história**. Matrizes (revista da USP) Ano 4 – No 1 jul./dez. 2010 - São Paulo - Brasil – p. 37-50

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais Ano I - Número I - julho de 2009 <[www.rbhcs.com](http://www.rbhcs.com)> ISSN: 2175-3423.



# CAMINHOS DO CORAÇÃO: UMA ANÁLISE DA TRADIÇÃO RELIGIOSA A PARTIR DE PAUL RICOEUR

**Jailson Dias de Oliveira**<sup>1</sup>

Universidade Federal do Piauí

**Ana Regina Barros Rêgo Leal**<sup>2</sup>

Universidade Federal do Piauí

## Resumo

No presente trabalho analisaremos a interpretação possível a partir de textos específicos da revista Caminhos do Coração, produzida em 2017 para celebrar os 120 anos do Apostolado da Oração da Igreja do Sagrado Coração de Jesus de Picos. Por se tratar de uma das festas religiosas mais antigas da cidade, decidimos analisar a produção textual à luz de Paul Ricoeur, recorrendo aos seus conceitos de tradição, tradições e tradicionalidades. A partir de então busca-se entender a construção dessa tradição religiosa baseando-se no que é escrito na publicação, que toma como base as histórias de pessoas dedicadas ao apostolado e a celebração festiva realizada sempre no mês de junho. Publicações específicas e comemorativas como essa revista sempre existiram na história da imprensa do Piauí, desse modo podemos observar a narrativa e como se dá o fortalecimento de uma tradição, uma ideologia que é repassada para as gerações posteriores e se mostra eivada de autoridade histórica.

**Palavras-chave:** Caminhos; Coração; Ricoeur; Revista; Tradição.

## Introdução

A interpretação surge como um dos grandes problemas da atualidade, uma vez que as pessoas não tem buscado de fato entender aquilo que os outros expressam, mas tem formado os próprios conceitos baseando-se no que compreendem, e muitas vezes entendem mal, originando daí conflitos evitáveis. A interpretação, portanto, não é algo simples, é uma arte, como diria Schleiermacher (APUD HAUBERT; PRELLWITZ, 2018), uma vez que o entendimento de um enunciado exige esforço intelectual. Se a produção de um texto demanda uma significativa capacidade de criação por arte do autor, algo semelhante se pode esperar de quem terá acesso a obra, e aqui podemos fazer referência não apenas ao que está no papel, mas às mais diversas produções artísticas humanas.

---

1 Jornalista formado pela Universidade Estadual do Piauí (UESPI) e historiador formado pela Universidade Federal do Piauí. Professor de jornalismo do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – Faculdade R.S.Á. Mestrando em Comunicação Social UFPI. E-mail: jailsondias2@hotmail.com.

2 Jornalista pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) com estágio de doutorado na Universidade Aberta de Barcelona (UAB)-Barcelona. Pós-doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). E-mail: anareginarego@gmail.com

Como forma de conclusão da disciplina especial do Mestrado em Comunicação da UFPI, Tópicos Especiais em Jornalismo II, ministrada pela Profa. Dra. Ana Regina Rêgo, que tratou sobre a hermenêutica em Paul Ricoeur, buscou-se elaborar um estudo que tem os conceitos de tradição, tradições e tradicionalidades presentes na obra desse autor a partir da revista Caminhos do Coração, produzida pelo Apostolado da Oração da Igreja do Sagrado Coração de Jesus de Picos - PI que celebrou os 120 anos da devoção ao Sagrado Coração de Jesus no ano de 2027. A festividade principal acontece no mês de junho, concentrando pessoas de toda a região, devotas do Sagrado Coração de Jesus.

Assim, decidiu-se por analisar a revista produzida pelo Apostolado em parceria com acadêmicos de jornalismo da Faculdade R.Sá e da Universidade Estadual do Piauí (UESPI) – Campus Professor Antônio de Barros Araújo, juntamente com jornalistas profissionais. Por uma questão de intencionalidade escolheu-se alguns textos específicos, por entender também que eles foram os que melhor se dispunham para o propósito deste trabalho. Escolheu-se o capítulo da página 07: Apostolado de Picos 120 anos, um caminho com Jesus em disponibilidade apostólica; o capítulo da página 17: Igreja do Coração de Jesus de Picos – Capital do Mel; e o capítulo da página 25: Herança de fé – carisma do Apostolado da Oração passado por gerações.

Uma análise textual previa já havia sido realizada com o sentido de escolher quais as reportagens que melhor se enquadrariam na proposta deste artigo, entendendo-se que os textos mencionados acima eram os mais indicados, pois a partir deles é possível estudar as narrativas e as tradicionalidades em Ricoeur. Sabe-se que inúmeras tradições são construídas com o fim de legitimar o poder e até garantir que as pessoas não se manifestem, aceitando o “status quo de dominação”, daí que é importante fazer o esforço para analisar as narrativas e esse passado e a partir de então entender o seu sentido.

## **Historiografia da Imprensa Piauiense e Narrativa**

Uma breve análise da historiografia piauiense nos permite entender que ao longo dos quase 200 anos desde o surgimento do primeiro jornal, inúmeras foram as publicações lançadas para celebrar datas comemorativas ou apenas homenagear determinadas personalidades consideradas importantes em sua época (RÊGO, 2001). Publicações como essas geralmente possuíam uma única edição. A imprensa piauiense do século XIX era fortemente voltada para a legitimação de grupos de poder, uma vez que mínimo era o número de pessoas que sabiam ler e escrever (SAÍD, 2000).

A política piauiense oitocentista, por exemplo, era marcada pelos grupos de poder formados por famílias, muitas das quais possuem representantes até hoje nos círculos políticos. Dessa forma, controlar a produção de sentidos, ainda que para um grupo limitado de leitores, era assegurar o poder, que se manifesta nas esferas mais variadas da sociedade (FOUCAULT, 2019). A publicação estudada, bem como outras lançadas pela Igreja Católica e demais religiões, pode ser considerada uma forma de legitimação de poder, uma vez que enfatiza a crença dos fiéis no miraculoso e nos dogmas da instituição. Portanto, há a intenção de legitimar o poder religioso, tornando os seguidores componentes do exército de fé.

A revista Caminhos do Coração servirá como fonte de estudo para inúmeros pesquisadores, como já está em análise nesse trabalho específico, contudo, esse estudo acadêmico não é

acrítico, destacando-se o autor que serve como base para a sua análise, Paul Ricoeur, que trata sobre a continuidade e do fato da tradição ser algo que está em movimento.

1) a tradição não se refere ao passado como um tempo ido, acabado ou finalizado, mas ao processo narrativo de construção de um determinado passado como referência para a organização de determinados setores, coletividades ou grupos de um presente; 2) a tradição é fundamentalmente narrativa, porque trata de um modo de compreensão e representação do passado, o que faz caber ao analista dar conta do processo de produção de sentidos sobre o passado como parte de um processo de interpretação e disputa e 3) a tradição se dá também como um processo de recepção (ou, mais precisamente, de reconhecimento), uma vez que só pode ser tradicional num determinado campo ou em relação a uma dada experiência aquilo que é tanto reconhecido como legitimado como tal; é daí que advém a autoridade da tradição, mas também as disputas e embates pelo sentido de tradicional (LEAL; SACRAMENTO; 2019, p.27).

Fica claro para Ricoeur que a tradição está em movimento, não é algo estático nem fica parada no tempo sendo passada rigorosamente para as gerações posteriores, ela vai se modificando com o passar dos anos à medida que mais pessoas lhe vão tendo acesso. Essas narrativas não interessam a todos, mas a certo grupo cabendo a nós a correta interpretação de tais eventos, estudando-os, questionando essa autoridade que é dada a tradição. Portanto, as narrativas vão sendo construídas e nos permitem questionar a sua origem, temporalidade e duração.

## **Caminhos do Coração**

Decidimos aqui falar um pouco sobre a revista Caminhos do Coração, tratando sobre as informações mais gerais a respeito da publicação para que se possa recorrer a interpretação dos capítulos específicos a serem estudados. Como dito anteriormente a revista é uma publicação comemorativa, alusiva aos 120 anos do Apostolado da Oração.

Logo na primeira página da revista, por trás da capa, há uma foto do Papa Francisco I, a quem publicação faz referência constante, seguido do sumário da publicação, onde podem ser contadas oito reportagens ou textos. O editorial é assinado pela professora aposentada da UFPI de Picos, Maria Oneide Fialho Rocha, vindo à sequência o expediente.

Deve-se destacar que a capa da revista é uma representação da Igreja do Sagrado Coração de Jesus envolto em uma fita de cor vermelha, usada pelos integrantes do apostolado, com um crucifixo. É importante mencionar que a diagramação é leve, fazendo uso de muitas fotografias, o que torna a leitura agradável. No total a publicação tem 39 páginas, encerrando com mais uma fotografia do Papa Francisco I.

Quanto ao texto, é opinativo e bastante parcial a favor do significado do apostolado, com inúmeros adjetivos e uso de uma linguagem religiosa, com palavras de caráter cristão. Isso distancia do aspecto jornalístico, uma vez que não há objetividade, e sim o império da subjetividade. As reportagens não são assinadas, de forma que não torna possível saber quem as produziu.

No editorial, a professora Oneide Rocha aponta o que o leitor vai encontrar ao longo da publicação:

São testemunhos daqueles e daquelas que vivenciaram a devoção ao Coração de Jesus no seu tempo, a qual foi passada de geração a geração, por intermédio da vivência cristã das famílias picoenses. São testemunhos profundamente humanos, que transcendem o tempo, embalados pela saudade, pelos sentimentos, pelas lembranças de família e principalmente por uma profunda fé e religiosidade, expressando sonhos que não se realizam, graças alcançadas, milagres que transformam vidas, que se entregam em amor, doação, com gestos concretos, no meio do povo (ROCHA, 2017, p. 04).

O texto da professora Oneide é extremamente apaixonado, de alguém que entende ser a publicação a verdade de fatos concretos, destacando inclusive os milagres inspirados na fé. Ela também atribui veracidade às falas utilizadas para a redação dos textos às quais são baseadas em memórias das pessoas mais velhas que vivenciaram a tradição das festividades do Sagrado Coração de Jesus.

## Metadologia

Ao invés de esmiuçar toda a publicação, decidiu-se pela escolha de três capítulos específicos cujo conteúdo apresenta falas e trechos referentes a história e tradições do apostolado. Os capítulos estudados são os das páginas: 07: “Apostolado de Picos 120 anos, um caminho com Jesus em disponibilidade apostólica”; 17: “Igrejinha Coração de Jesus de Picos – Capital do Mel”; capítulo 25: “Herança de fé – carisma do Apostolado da Oração passada por gerações”, cujos títulos nos permitem compreender que a historicidade e tradição do apostolado estão em pauta, pois nestes capítulos serão levantadas questões como a história da igreja, e a suposta imutabilidade dos eventos e como eles veem acontecendo desde o nascimento do apostolado em 1897.

A própria palavra “herança”, no título da página 25, mostra que a ideia é de algo que tem sido deixado pelos ancestrais e tem sido dado seguimento pelas gerações subsequentes, como se não houvesse alteração. Isso vai de encontro ao que diz Ricoeur quando explicita que a ideia de que a tradição está em construção, não é estática, ela permanece em mudança.

## A Revista Que Tenta Vender Uma Verdade

Ao dispor dos conteúdos analisados na revista Caminhos do Coração percebe-se que a ideia de uma verdade é sempre estabelecida em seus textos, e que os participantes e todos que vivenciam a devoção estão sujeitos ao passado, a sua autoridade se faz presente pela ideologia. Aqui podemos invocar Ricoeur (1994) quando diz que essa disputa em torno da verdade nos trás questionamentos éticos, com muito cuidado para não se cair em relativismos ou questionamentos fáceis e simplórios.

Na página sete a revista trata sobre a fundação do Apostolado e como este fato aconteceu, as informações foram extraídas do livro de atas da organização, cuja disponibilização foi possível pelo Museu Ozildo Albano de Picos. Trata-se nessa e nas páginas posteriores também das motivações para o uso da fita vermelha, uma das principais simbologias da entidade: “A fita, que os membros do apostolado usam, é sinal de pertença e entrega daqueles e daquelas que foram

chamados/as para servir ao Sagrado Coração de Jesus. A cor vermelha representa o sangue e a vida de doação plena que o Senhor Jesus entregou por cada um de nós” (p. 08).

Nesse caso, utiliza-se da ideologia cristã, uma tradição milenar que, apesar dos inúmeros questionamentos sofridos nos últimos anos, é ainda muito forte no mundo ocidental e no nosso meio, no Sertão do Piauí. Jesus, fundador do Cristianismo, desperta a força e o transcendental nas pessoas. Pode-se entender que através da presença do seu nome é possível dotar de autoridade um evento, reforçar-se através de uma ideologia religiosa manifesta através de rituais. Contudo essa crítica às ideologias já vem sendo apontada.

Ricoeur (APUD LEAL; SACRAMENTO, 2019), alerta para os perigos de cair em uma verdade transcendental e que se pretende, portanto inquestionável. Assim se trata a religião, como algo que está dito e não pode ser alterado, por mais que parem dúvidas sobre as origens de um evento e a sequência que este teve ao longo o tempo.

O subtítulo “Apostolado da Oração: um século de doação a Deus – 1897/1997” trata sobre a fundação e surgimento do apostolado. “Em 03 de dezembro de 1897 nascia o Apostolado da Oração na cidade de Picos. Quem poderia imaginar que 100 anos depois seria programada uma grande comemoração para o jubileu daquele rupo de homens e mulheres que perseveraram na fé e na missão evangelizadora?” (p. 09). Assim, há uma admiração sobre o tempo de duração e existência da organização percebida através da linguagem utilizada pelo autor do texto. O trabalho ganha um tom religioso e advocatício ao comemorar os 100 anos da tradição, fugindo assim da linguagem jornalística.

No capítulo da página 16: “Igrejinha Coração de Jesus de Picos – Capital do Mel”, narra-se a história oficial da igreja e a sua fundação, além do início dos festejos. “Os festejos do Sagrado Coração de Jesus iniciaram-se na Igreja em 1925, mesmo com a capela em reforma, essa somente concluída em 1930. A belíssima estrutura da igreja após a reforma é a mesma dos dias atuais” (p.18). Através do texto, cuja linguagem é repleta de adjetivos, também é possível descobrir que o prédio mais antigo da cidade de Picos já foi alterado, não conservando mais a sua estrutura de quando foi construído entre 1827-1830, o que pode levar o leitor a mais questionamentos sobre a tradição, nesse caso em monumentos históricos, e se as mesmas tradições do apostolado não teriam sido modificadas com o passar dos anos.

Ao adotar essa postura de reforçar uma tradição a revista nos permite entender que somos apenas herdeiros do passado, e não inovadores. Há aqui uma crítica das tradições, uma vez que elas justificam o status quo dominante, servindo muitas vezes apenas como forma de controle. Ricoeur (APUD EUGÊNIO, 2004) trata dessa questão.

Mas, ao ser tomada no sentido de “as tradições”, a noção de tradição significa que jamais somos inteiramente inovadores, uma vez que somos sempre herdeiros. Para Ricoeur, essa condição se acha essencialmente ligada à estrutura de linguagem da comunicação em geral, bem como da transmissão dos conteúdos passados em particular (EUGÊNIO, 165, 2004).

O último capítulo que decidimos estudar é intitulado: “Um coração que pulsa forte pelo apostolado da oração”, e narra de forma bastante poética a trajetória de Maria Domini Leopoldo Lélis. Na época da publicação da revista ela estava na presidência do apostolado há 29 anos, tendo assumido o cargo em 1978 depois do falecimento da sua predecessora. A revista aponta que excetuando duas ex-presidentes, todas que assumiram o cargo permaneceram nele até a

morte, mas dona Miriam, como é conhecida em Picos, viria a se afastar da presidência em 2018, após questões internas.

O capítulo que lhe é dedicado está repleto de imagens suas e da história de quando assumiu a direção do apostolado. Esse capítulo faz uma verdadeira defesa da tradição do apostolado, através das falas da Dona Miriam, que narra com as suas palavras a tradição dessa instituição.

O terceiro sentido do termo “tradição” evocado por Ricoeur procede de uma passagem da consideração das tradições à “apologia da tradição”, colocando em confronto a “hermenêutica das tradições” e a “crítica das ideologias”. Com isso, a noção de tradição seria mais bem aproximada à de “eficiência da história”, bem como de seu correlato, a saber, “nosso ser-afetado-por essa eficiência” (EUGÊNIO, 166, 2004).

Assim, pode-se entender, através de Ricoeur, que há uma verdadeira defesa das tradições, destacando as pessoas que delas fazem parte, vivenciam e, quem sabe, as alteram com o passar do tempo. Talvez, aquele que ajude a organizar tais acontecimentos sempre irá trata-los como verdadeiros e imutáveis, sendo responsáveis pela continuidade de tais eventos da forma como os mesmos foram iniciados.

## Considerações finais

Através desse estudo analisou-se a revista Caminhos do Coração, produzida pelo Apostolado da Oração de Picos em alusão aos 120 anos de sua fundação, à luz dos conceitos de tradição, tradições e tradicionalidades em Paul Ricoeur. Constatou-se que a publicação busca ao longo de suas páginas imprimir que as práticas vivenciadas nos festejos do Sagrado Coração de Jesus, promovidos pelos apostolado são antigas e imutáveis, não sofrendo mudanças com a passagem dos anos. A ideia de verdade se faz presente em toda a revista, com destaque para os capítulos analisados, que, a exemplo de publicações religiosas, buscar reforçar a importância da instituição e o poder junto aos fieis. Assim, através de Ricoeur podemos entender que é importante analisar tais conceitos de passado com muita cautela, destacando que a mudança é inerente às práticas humanas, e que as tradições estão se construindo com o tempo. Aceitar que algo está pronto e acabado, retira a nossa possibilidade de inovadores.

## Referências

EUGÊNIO, Maria Marlene. **O tempo da história em Paul Ricoeur**. 2004. Dissertação (Mestrado) - UFMG/FAFICH, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 10 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Loyola, 2019a.

HAUBERT, Laura Elizia; PRELLWITZ, Klaus Penna; **Apontamentos sobre a hermenêutica de Friedrich Schleiermacher**. CONTEXTURA, Belo Horizonte, no 13, dez. de 2018, p. 39-48.

LEAL, Bruno Sousa; SACRAMENTO, Igor. **A tradição como problema nos estudos de comunicação: reflexões a partir de Williams e Ricoeur**. Galaxia (São Paulo, online), ISSN 1982-2553, Especial 1 - Comunicação e Historicidades, 2019, p. 22-33.

ORAÇÃO, Apostolado. **CAMINHOS DO CORAÇÃO**. Picos, 2017.

RÊGO, Ana Regina Barros Leal. **Imprensa piauiense: atuação política no século XIX**. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 2001.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa (Tomo 1)**. Tradução Constança Marcondes César – Campinas, São Paulo: Papyrus, 1994.

SAID, Gustavo Fortes. **Comunicações no Piauí**. Teresina: APL, 2001.



# CIDADE E MEMÓRIA: A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO URBANO PELOS CINEMAS DE RUA DE JUIZ DE FORA/MG

**Christina Ferraz Musse<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Theresa Medeiros<sup>2</sup>**

Universidade Federal de Juiz de Fora

## Resumo

Este trabalho tem o objetivo de apresentar a investigação realizada pelo Grupo de Pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade e Memória – Comcime – sobre as sociabilidades que foram criadas, na cidade de Juiz de Fora, Sudeste de Minas Gerais, a partir do hábito dos juiz-foranos de frequentarem cinemas de rua. A cidade tem uma grande tradição cinematográfica, e as memórias de seus habitantes são povoadas pelas lembranças das idas ao cinema. Até mesmo as gerações mais jovens guardam referências desta prática tão familiar às audiências cinematográficas do século XX, paulatinamente substituídas pela frequência aos cinemas localizados em centros comerciais, e, mais recentemente, pelos hábitos de consumo de filmes através dos canais da web e pelo streaming. Na tentativa de rememorar essas histórias, o Grupo de Pesquisa tem realizado a gravação de depoimentos de antigos frequentadores e empregados dos cinemas, depois, transformados em webdocs veiculados em canal do YouTube. Também é mantido um perfil no Instagram (@cinemasderuajf). Os pesquisadores estão construindo um site que vai mostrar as rotas, que os usuários devem fazer na cidade para localizar e conhecer os prédios onde os cinemas funcionavam. A pesquisa trabalha com a Metodologia de História Oral desenvolvida pelo Museu da Pessoa, de São Paulo, a partir do trabalho de Paul Thompson. O referencial teórico traz autores como Talitha Ferraz, sobre New Cinema History; Katharina Niemeyer, sobre Nostalgia; Andreas Huyssen, sobre memória; Juremir Machado da Silva sobre imaginário, e Janice Caiafa, sobre cidade.

**Palavras-chave:** Cinemas de rua; audiência; imaginário; memória; nostalgia

## Introdução

Juiz de Fora, cidade de cerca de 570 mil habitantes, no Sudeste de Minas Gerais, reúne inúmeras expressões artísticas que a singularizam no cenário nacional, em especial a intensa produção audiovisual. Inegavelmente, há uma tradição. Juiz de Fora foi a primeira cidade mineira a

---

1 Professora titular do Departamento de Técnicas Profissionais e Conteúdos Estratégicos da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); professora permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFJF; líder do Grupo de Pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade e Memória – Comcime. Endereço eletrônico: cferrazmusse@gmail.com

2 Professora adjunta do Departamento de Métodos Aplicados e Práticas Laboratoriais da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); professora permanente do Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da UFJF; vice-líder do Grupo de Pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade e Memória – Comcime. Endereço eletrônico: theresa.medeiros@gmail.com .

presenciar uma exibição cinematográfica, ainda no século XIX<sup>3</sup>. Logo, o cinema se transformou numa fonte de lazer para a população. (MUSSE, 2008).

Talvez a grande produção audiovisual da cidade deva um tributo ao legado de João Carriço (1886/1959), o instigante cineasta e documentarista que, de 1930 a 1950, registrou em seus mais de 200 cinejornais o cotidiano da cidade. Em seus rolos de filmes ficaram gravadas cenas que fazem parte do imaginário do centro urbano: as visitas do ex-presidente Getúlio Vargas à fazenda São Matheus, a primeira transmissão ao vivo de TV em Juiz de Fora, as batalhas de confete nos carnavais de rua, as procissões, as corridas de automóveis, os jogos de futebol... Esse olhar privilegiado sobre o espaço urbano parece ter contaminado outras pessoas. (SIRIMARCO, 2005; MEDEIROS, 2008).

Mesmo assim, em Juiz de Fora, existe, aparentemente, um hiato na produção de sons e imagens nos últimos 50 anos. Se, até 1956, a Carriço Film, produtora de cinejornais e documentários, realizou dezenas de obras, após os anos 1960, o cenário é bem diferente, tanto em volume de produções quanto em número de profissionais envolvidos no ofício. Mas a paixão pela sétima arte permanece presente no dia-a-dia da cidade. Os cinéfilos criam, em 1957, o Centro de Estudos Cinematográficos (CEC), que vai promover debates, cursos e projeção de filmes, até mesmo ajudando a organizar dois grandes festivais que ocorrem em Juiz de Fora, em meados dos anos 1960. (ARANTES; MUSSE, 2014).

Situada no interior, fora do contexto das grandes capitais, Juiz de Fora é mesmo assim um centro de exibição do que de mais inovador aparece nas telas. Para tanto, jovens cinéfilos não poupam esforços, e conseguem trazer para a cidade, novidades como “Hiroshima, mon amour”, filme de Alain Resnais, que é exibido aqui, quase que simultaneamente aos grandes centros. No comportamento desses jovens, havia a rebeldia típica daqueles que procuram não se submeter aos padrões de comportamento vigentes, ditados pela moral católica que, na cidade, expressava seu pensamento através de uma curiosa classificação de filmes, que era publicada em jornais como “Lar Católico”<sup>4</sup> e revistas como “A Torre de Marfim”<sup>5</sup>.

Entre o grupo de artistas e intelectuais interessados em discutir e pensar o cinema e a produção simbólica daqueles conturbados anos de 1960 e 1970, destacaram-se estudantes, jornalistas, críticos, professores, artistas plásticos, como os fundadores da Galeria de Arte Celina, um foco de resistência à repressão da ditadura militar; cineastas amadores, que documentaram a vida familiar, o dia-a-dia da cidade e eventos variados em ingênuas, mas, às vezes, até arrojadas imagens em película Super 8. (COSTA, 2017).

Ao mesmo tempo, curiosamente, as maneiras de perceber e de interpretar o filme e o audiovisual mudaram completamente. A cidade que abrigou dezenas de cinemas de rua, frequentados pela burguesia, como o Cine-Theatro Central, ou pelo operariado, como o Cine Popular (MARQUES;

3 A primeira sessão de cinema no Brasil ocorreu na tarde do dia 8 de julho de 1896, em uma loja da rua Ouvidor, no Rio de Janeiro. Em Minas Gerais, a sessão que inaugurou o cinema aconteceu em Juiz de Fora, no dia 23 de julho de 1897, poucos meses antes da transferência da capital para Belo Horizonte. Na nova capital, a primeira exibição se deu em 10 de julho de 1898. (Disponível em: [http://www.lapamultishow.com.br/acasa\\_cinemaNew.php](http://www.lapamultishow.com.br/acasa_cinemaNew.php) - acesso em fev. 2021).

4 Sobre o jornal “Lar Católico” ver mais informações em PEREZ; Luiza Quinet Ramos; MUSSE, Christina Ferraz. “Lar Católico: a Igreja e a função pedagógica da imprensa”. Anais do III Encontro Regional Sudeste de História da Mídia, Rio de Janeiro, 2014.

5 Sobre a revista “A Torre de Marfim”, ver mais informações em BRUM, Alessandra Souza Melett. “A Igreja Católica e o cinema: o caso da revista ‘A Torre de Marfim’”. Anais do XIX Encontro Regional de História. Juiz de Fora, 28 a 31 jul. 2014.

ARMOND; MUSSE, 2018); que teve pequenas salas destinadas à programação alternativa, como o Cine Paraíso; que criou o hábito de assistir aos filmes nos bairros distantes, como Benfica, e até mesmo em áreas rurais, com o Cinema da Floresta, viu desaparecerem todos os espaços destinados à projeção e situados em vias públicas. O último cinema de rua de Juiz de Fora com estas características, o Cinearte Palace, na esquina das ruas Halfeld e Batista de Oliveira, no Centro, fez sua última sessão de cinema em junho do ano de 2017. Mesmo com várias manifestações contra o fechamento, o prédio, já vendido a um investidor particular, embora tombado, nunca mais exibirá filmes, atualmente, abriga a filial de uma loja de departamentos. Todas as outras salas da cidade estão localizadas em prédios comerciais<sup>6</sup>, ou no interior de instituições públicas, como a Universidade Federal, e que, neste último caso, não são exclusivamente destinadas à projeção de filmes.

Certamente, para muitas gerações, a ida ao cinema significou mais do que simplesmente assistir aos sucessos de bilheteria. (MARQUES; MUSSE, 2019). O cinema foi o propulsor de inúmeras formas de sociabilidade e também de uma explosão de subjetividades. (CRUZ; FERRAZ, 2018). O cinema cunhou hábitos, comportamentos, e instituiu novas formas de viver no espaço urbano. Esta é a principal questão que é trabalhada na nossa pesquisa, em que pretendemos não apenas elaborar uma cartografia dos cinemas de rua de Juiz de Fora, mas também, através das entrevistas de história de vida, entender como se dava a relação dos espectadores com a narrativa cinematográfica.

## Metodologia

A pesquisa faz o mapeamento dos espaços onde as salas de cinema funcionaram, identifica e caracteriza as antigas construções que abrigaram os cinemas, e mostra como esses espaços estão ocupados hoje. Pretende-se reconstruir imaginariamente os trajetos urbanos utilizados por aqueles que tinham o hábito de frequentar as salas e como esses trajetos configuraram uma forma singular de ocupação do espaço público.

A pesquisa em seu aspecto macro-estrutural já resultou em inúmeros artigos científicos, capítulos de livros, monografias de conclusão de curso, quatro dissertações de mestrado defendidas, e dois livros: “Memórias do Cineclubismo: a trajetória do CEC – Centro de Estudos Cinematográficos de Juiz de Fora”, publicado em 2014, e “Os cinemas de rua de Juiz de Fora: memórias do Cinema São Luiz”, lançado em 2017.

O produto de maior alcance público resultante da pesquisa é o canal do YouTube “Cinemas de Rua de Juiz de Fora” (<https://www.youtube.com/channel/UC11mhvrELqyFny1xyC4ysVQ/featured>), que exibe episódios da série de audiovisuais produzidos pelos bolsistas sobre os cinemas da cidade. O canal tem 123 inscritos e dez vídeos veiculados. Um dos episódios já alcançou 1,9 mil visualizações. Em 2019, três episódios novos foram editados e veiculados no canal do YouTube: Cine Paraíso, Cine São Luiz e Cinema Popular. (YA YA; BALDUTTI; MUSSE, 2017). Em 2020, foi veiculado o episódio sobre o Cinema Excelsior. Dois episódios estão acabando de

<sup>6</sup> As salas de cinema de Juiz de Fora estão funcionando atualmente no Shopping Alameda (Cinemais), no bairro Alto dos Passos; no shopping Santa Cruz (DuoCine Santa Cruz), no Centro, e no Independência Shopping (UCI Kinoplex), no bairro Cascatinha. Há exibições de filmes e vídeos em espaços públicos como o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas, da Prefeitura de Juiz de Fora, no Centro; no Museu de Arte Murilo Mendes e no Memorial Itamar Franco, da UFJF, também no Centro; no Museu Ferroviário, na Praça da Estação; na loja Planet Music, no Alto dos Passos; e no Campus da UFJF, no bairro Martelos.

ser editados: Cine Veneza e Cine Rex. O projeto tem um perfil no Instagram @cinemasderuajf, com 436 seguidores, e uma fanpage no Facebook, “Cinema de Rua”, com 225 seguidores.

A metodologia utilizada envolve a pesquisa documental em acervos de texto e imagem, públicos e privados, em especial, hemerotecas, além da realização de entrevistas em profundidade com personagens que participaram da história recente da cidade (THOMPSON, 2002), no que se refere ao hábito de frequentar cinemas de rua, no período proposto, de 1950 até 2017.

A investigação contempla alguns eixos privilegiados:

- Identificação dos cinemas em atividade na cidade de Juiz de Fora no período de 1950 a 2017;
- Elaboração de uma cartografia, em que são localizados os endereços de funcionamento dos cinemas, com base em mapas, e também a identificação dos prédios, onde funcionavam as salas de exibição por meio de fotografias, películas, fitas magnéticas e outros suportes;
- Identificação e registro fotográfico e audiovisual da destinação atual dos velhos prédios ou das novas construções que os substituíram;
- Confecção de pequenas séries audiovisuais (webdocs) a serem exibidas na internet, mostrando a diferente ocupação do espaço urbano, a partir dos trajetos usados por aqueles que frequentavam os cinemas, e também evidenciando as transformações da cidade, a partir da demolição de prédios, da sua reforma ou da conservação;
- Propiciar, através das webseries, a discussão sobre o destino dado aos espaços de cultura no município de Juiz de Fora;
- Divulgar as webseries em especial junto a um público mais jovem, de escolas de primeiro e segundo graus, para promover a conscientização da necessidade de uma agenda de defesa do patrimônio público, em especial, dos bens culturais.

## Resultados e Discussão

Espera-se que a investigação proposta possa resultar em material científico capaz de revitalizar a história cultural recente de Juiz de Fora, levando à sua preservação, e também ao desenvolvimento de políticas públicas que permitam a conservação da memória dos cinemas de rua, como lugar de encontro e de construção de relações de pertencimento com a cidade. Através da investigação do tema, pretende-se também produzir artigos científicos, a serem apresentados em Congressos, Seminários e outros eventos, além da publicação dos resultados em revistas científicas.

No ano de 2015, foi feito um amplo levantamento dos gêneros fílmicos exibidos nos cinemas de Juiz de Fora, através de pesquisa nos arquivos dos jornais “Diário Mercantil” e “Tribuna de Minas”, cujo resultado foi divulgado em artigos apresentados em congressos regionais e nacionais, além de textos veiculados no blog “Comunicação, Cidade e Memória”( <http://www.pesquisafacom.org.br>).

No primeiro semestre de 2016, iniciou-se a pesquisa iconográfica e a gravação de imagens dos lugares onde os cinemas de rua de Juiz de Fora funcionavam. No mês de maio de 2016,

começaram a ser veiculados, no Canal do YouTube, os episódios de uma webserie sobre o tema ( <https://www.youtube.com/channel/UC11mhvrELqyFny1xyC4ysVQ>). O trabalho, em 2016, ganhou o prêmio de melhor “Projeto de Iniciação Científica”, na Área de Ciências Sociais Aplicadas, no Seminário de IC da UFJF. Até o final de 2017, foram lançados cinco episódios da série. Em 2018, o projeto ganhou o prêmio “ Amigo do Patrimônio”, da Prefeitura de Juiz de Fora.

A coordenação do projeto tem o propósito de continuar a gravação dos episódios da webserie, aumentar a produção de conteúdos para as redes sociais, e deseja também fazer um curta-metragem sobre a temática, a partir da edição da grande quantidade de material bruto gravado. Atualmente, dois novos episódios estão sendo finalizados para exibição no YouTube. Uma das vertentes futuras do projeto é também a confecção de um website, que está em fase de elaboração, a partir de financiamento obtido junto à Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage – Funalfa - da Prefeitura de Juiz de Fora. Esta é uma forma prática de dar conta do interesse que existe, em Juiz de Fora, pela memória, e que reflete, de certa forma, nos inúmeros canais e perfis nas redes sociais que tratam do tema e que, em síntese, refletem um sintoma de nosso tempo, o desejo de memória. (HUYSEN, 2000).

## Conclusão

A pesquisa sobre as sociabilidades resultantes da ida ao cinema de rua tem resultado em vários produtos bibliográficos e técnicos que revelam a importância da rememoração e da reflexão dessas questões para os estudos do audiovisual, da memória e do imaginário (SILVA, 2003). O hábito de ir ao cinema foi um dos mais importantes na conformação das sociabilidades urbanas no século XX. Os filmes fazem parte do imaginário de toda a população mundial. A maneira de assisti-los é que mudou. E, no caso de nossa investigação, é isso o que nos interessa interpretar. Na nossa opinião, a mudança do dispositivo tem influenciado de forma direta a maneira como ocupamos e vivemos o espaço público, cada vez mais reduzido ao espaço privado, e doméstico (se pensarmos em termos de crise sanitária). Quando deixamos de percorrer as ruas do mundo real, de sentir os cheiros que delas exalam, de esbarrar em outros que não são como nós (CAIAFA, 2007) de assistir aos filmes, todos juntos, em um espaço que mais parece um palácio, estamos reconfigurando nossa sensibilidade e nossa maneira de sentir a cidade e o mundo, elaborando, de certa forma, uma nostalgia, que não precisa ser vista apenas como uma espécie de saudade, mas como motor de mudança. (NIEMEYER, 2018).

## Referência

ARANTES, Haydée Sant’Ana; MUSSE, Christina Ferraz. **Memórias do cineclubismo: a trajetória do CEC – Centro de Estudos Cinematográficos de Juiz de Fora**. São Paulo: Nankin; Juiz de Fora: Funalfa, 2014.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. **Cinema e memórias: os relatos de experiência cineclubista do Centro de Estudos Cinematográficos de Juiz de Fora (CEC) na construção de sociabilidades**. In: BRUM, Alessandra; MELO, Luís alberto Rocha; PUCCINI, Sérgio. Cinema em Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG: Editora UFJF, 2017.

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades: ensaios e etnografias**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007.

COSTA, Maria de Oliveira Barra. **Juventude e cinema nos anos 1970: a I Mostra de Juiz de Fora de Cinema Super 8**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Juiz de Fora: UFJF, 2017.

CRUZ, Lúcia Santa; FERRAZ, Talitha (orgs.). **Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

MARQUES, Valéria Fabri; MUSSE, Christina Ferraz. Entre vestígios e ruínas: imaginários e memórias do Cine-Theatro ParaTodos. **Anais do XII Encontro Nacional de História da Mídia**. Natal: UFRN, 2019.

FERRAZ, Talitha. **A segunda Cinelândia carioca**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2012.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

MARQUES, Valéria Fabri Carneiro; ARMOND, Vívian Maria Oliveira; MUSSE, Christina Ferraz. **“Do povo para o povo”: Cine Teatro Popular como marco da história de Juiz de Fora**. Anais do V Encontro Regional Sudeste de História da Mídia. Belo Horizonte, MG: 2018.

\_\_\_\_\_. **Cine ParaTodos: imaginários e memórias do cinema no bairro Borboleta**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Juiz de Fora: UFJF, 2019.

\_\_\_\_\_; MUSSE, Christina Ferraz. Entre vestígios e ruínas: imaginários e memórias do Cine-Theatro ParaTodos. **Anais do XII Encontro Nacional de História da Mídia**. Natal: UFRN, 2019.

MEDEIROS, Adriano. **Cinejornalismo brasileiro – uma visão através das lentes da Carriço Film**. Juiz de Fora, MG: Funalfa, 2008.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora**. São Paulo: Nankin; Juiz de Fora, MG: Funalfa, 2008.

\_\_\_\_\_; FAÚLA, Gilberto; HENRIQUES, Rosali. **Cinemas de rua de Juiz de Fora: memórias do Cinema São Luiz**. Juiz de Fora: Funalfa, 2017.

NIEMEYER, Katharina. **O poder da nostalgia: sobre o papel e o lugar da mídia e da comunicação (acadêmicos) em estudos sobre nostalgia**. In: CRUZ, Lúcia Santa; FERRAZ, Talitha (orgs.). **Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018. pp. 29-45.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003. SIRIMARCO, Martha. **João Carriço o amigo do povo**. Juiz de Fora: Funalfa, 2005. THOMPSON, Paul. **A voz do passado – história oral**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

YA YA, Hsu; BALDUTTI, Carla; MUSSE, Christina Ferraz. **Cinema Paraíso: imaginário urbano no cinema de rua de Juiz de Fora**. Anais do XII Encontro Nacional de História da Mídia. Natal: UFRN, 2019.



# O VÍRUS DO IPIRANGA?: MEMES E GOVERNO BOLSONARO NA PANDEMIA DO COVID-19

**Carlos Felipe de Oliveira Souza**<sup>1</sup>

Universidade Federal do Cariri

**Wesley Guilherme Idelfoncio de Vasconcelos**<sup>2</sup>

Universidade Federal do Cariri

**Tiago Coutinho Parente**<sup>3</sup>

Universidade Federal do Cariri

## Resumo

Este trabalho analisa a atuação do Governo Federal brasileiro na pandemia do Covid-19, observando como foram suas ações políticas, e como elas foram transmitidas e documentadas por meio de memes. Os memes, utilizados no estudo como elementos comunicativos e políticos, contribuem para entender a história e servem de fonte para compreensão do tempo presente.

**Palavras-chave:** Cinemas de rua; audiência; imaginário; memória; nostalgia

## Introdução

Este artigo parte da pesquisa de iniciação científica intitulada “Narrativas midiáticas e datas comemorativas: disputas políticas de como se lembra o passado”, vinculada à Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação da Universidade Federal do Cariri. O projeto, com duração de três anos, estuda a presença, na atual conjuntura brasileira, de uma narrativa colonizadora sobre as comemorações de datas consagradas na história nacional. Tivemos como foco o dia 7 de Setembro, e como ele é comemorado e registrado, durante o governo Bolsonaro.

Nas redes sociais, foi comum encontrar imagens, textos, vídeos e memes sobre a data, relacionando-a com o presidente Bolsonaro. Na coleta de nosso material de análise, encontramos o meme “o vírus do Ipiranga”. A imagem chamava o presidente de vírus, uma alusão ao coronavírus, e remete ao primeiro verso do hino nacional, “ouviram do Ipiranga”. A imagem foi desenvolvida em um plot twist, um dia após o primeiro pronunciamento de Jair Bolsonaro no qual ele disse: “No meu caso particular, e pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado

---

1 Estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista PIBIC pela Pró-Reitoria de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação (PRPI/UFCA); email: oliveira.felipe@aluno.ufca.edu.br

2 Estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri e licenciando em História pela Universidade UNOPAR. Bolsista PIBIC pela Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico; email: wesley.vasconcelos@ufca.edu.br

3 Professor do curso de Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri. Doutor em Memória Social pela Unirio. Pesquisador da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PRPI/UFCA); email: tiago.coutinho@ufca.edu.br

pele vírus não precisaria me preocupar. Nada sentiria ou seria quando muito acometido de uma gripezinha ou resfriadinho”.



Imagem relativa ao plot twist após pronunciamento

A partir desse meme, percebemos a possibilidade de análise da relação do 07 de setembro com o coronavírus e foi tomado notas dos registros da postura do atual presidente diante da pandemia, sejam eles pronunciamentos, matérias, fotos, vídeos, mas, principalmente, os memes. O presidente, de forma negacionista, incita várias vezes que o coronavírus não existe, além de incentivar aglomerações e não uso da máscara, Sua postura gerou nas redes sociais mais de uma vez o apelido conotativo de “vírus”. Assim, fluímos a pesquisa para enxergar como a pandemia influencia o governo e como o governo influencia a pandemia, e são retratados e documentados por meio dos memes.

Na era da Internet, é comum notar o quão rápido as informações rondam através de sites, plataformas e redes sociais. Santos, Colacicque e Carvalho (2016) dizem que, pela característica “amadora”, no que se refere aos recursos tecnológicos envolvidos nas produções dos memes, eles acabam viabilizando a autoria dos usuários de internet, que podem, eles próprios, criar e compartilhar suas próprias versões do meme, o que também contribui para uma replicação mais numerosa e efetiva das mensagens que acabam veiculando com o meme. Além disso, os autores ainda afirmam que “os memes são também formas de narrativas do cotidiano que, por meio do humor, permitem aos internautas ressignificarem e reinterpretarem os ambientes e acontecimentos que os cercam” (SANTOS; COLACIQUE; CARVALHO; 2016, p. 20)

Fóruns de debates são criados a todo instante e quaisquer pessoas possuem acesso a elas, notícias internacionais são repassadas e comentadas em instantes por meio das mídias digitais, pessoas se conectam ao redor do globo com apenas um toque na tela, sem necessidade de papel e caneta. O mesmo ocorre com os memes, que são vistos e repassados num piscar de olhos, seja por pessoas de direita, de esquerda, bolsonaristas ou petistas.



Eu depois de fazer três abdominais na academia:

Meme sobre “porte de atleta”, após pronunciamento oficial.

Tendo seu início no dia 16 de março de 2020, a quarentena no país fechou escolas, esvaziou ruas e afastou pessoas. É evidente a potência do Covid-19, sendo representada pelos números de hospitalizados e de 2,5 milhões de mortos mundialmente (CNN, 2021), e que se trata de um assunto que deve ser levado à sério, principalmente por um líder político, com investimentos em pesquisas e com reforços nas medidas protetivas da OMS (Organização Nacional de Saúde). Pelo fato do isolamento social ser uma medida preventiva, o uso das tecnologias ampliou durante a pandemia, gerando também o fenômeno denominado pela OMS como infodemia: “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (OPAS, 2020). Nesse contexto, o presidente Bolsonaro ampliou o contexto da desinformação no Brasil, questionou jornalistas, espalhou fake news, dificultando que orientações confiáveis sejam encontradas pela população com pouca informação.

A partir da ideia do “hino nacional”, presente do meme citado, podemos refletir a postura de soberania nacional do presidente brasileiro durante a pandemia. Apesar de se dizer extremamente nacionalista, a política do governo federal atual se inspira e se espelha no governo estado unidense e em seu ex-presidente, Donald Trump. Trump se posicionava a favor do uso do medicamento “Cloroquina”, advinda de uma das maiores empresas produtoras do remédio, Sanofi, por ser um de seus investidores. Logo após o incentivo do uso da medicação pelo presidente norte americano, Bolsonaro também demonstrou interesse em sua aplicação, mesmo sem haver resultados científicos positivos para o enfrentamento do Coronavírus.

Assim, memes sobre os dois presidentes eram fáceis de se encontrar nas redes sociais, incitando um certo tipo de paixão ou submissão vinda de Jair para Donald. Essa relação não se inicia em tempos pandêmicos, numa exposição que ocorreu em Porto Alegre, em setembro de 2019, “Independência em risco” essa submissão já estava representada. A exposição foi cancelada poucas horas após sua estreia, por conta de suas ideias apresentadas.



A esquerda: Charge censurada da exposição “Independência em Risco”. A direita: alusão à cloroquina e à submissão do Bolsonaro com o Trump.

Outro episódio da postura marcante do presidente aconteceu quando ele decidiu oferecer Cloroquina a uma ema que habita o Palácio do Planalto, e a mesma o atacou. Em instantes,

o ato se tornou motivo de satirização nas redes, com uma produção em massa de memes. Segue um deles:



Meme sobre ema que bicou o Bolsonaro após o mesmo oferecer cloroquina

## Metodologia

A metodologia deste artigo é mista, com elementos característicos da pesquisa bibliográfica, explicativa e também usando parte da metodologia de análise de conteúdos de memes proposta por Chagas (2017). Creswell e Plano Clark (2011) definem métodos mistos como um procedimento de coleta, análise e combinação de técnicas qualitativas e quantitativas em uma mesma pesquisa. A justificativa dessa abordagem multimetodica é que a interação entre elas oferece melhores possibilidades analíticas.

Em relação ao objetivo do estudo, pode-se considerar que a pesquisa tem caráter exploratório e explicativo, e dessa forma, proporciona uma maior profundidade no conhecimento do que foi exposto, com o uso de memes, tornando-o explícito. Desse modo, diversas pesquisas realizadas nas áreas da comunicação, política e história possibilitaram a produção desse produto acadêmico, a partir de trabalhos interdisciplinares em sua diversidade de formatos, a partir de palavras-chave para pesquisa como “memes”, “cloroquina”, “Coronavírus”, “Bolsonaro”, entre outras.

Com o direcionamento realizado em reuniões de grupo de pesquisa, promovido pelo projeto que idealiza este artigo, foi possível fluir nos temas abordados e se aprofundar na pesquisa, com estudos diversos em política e memória. Para o artigo, também nos voltamos para uma pesquisa relacionada ao Coronavírus, analisando-a por uma perspectiva de gênero, já que “o confinamento é um local de reprodução da violência masculina e para muitas mulheres e crianças” (ROQUETA,2020).

Bem como a questão das lutas de classe, sobre a qual Davis (2020) discorre sobre essa questão ao dizer que

o surto expôs instantaneamente a divisão de classes na saúde americana. Aqueles com bons planos de saúde que também podem trabalhar ou ensinar de casa estão confortavelmente isolados, desde que sigam salvaguardas prudentes. Os funcionários públicos e outros grupos de trabalhadores sindicalizados com cobertura decente terão de fazer escolhas difíceis entre renda e

proteção. Enquanto isso, milhões de trabalhadores com baixos salários, trabalhadores rurais, desempregados e sem teto estão sendo jogados aos lobos. (p. 09)

Aprofundando o estudo sobre memes, foi visto de forma mais literal, “a palavra ‘meme’ deriva do grego “mimema”, e significa ‘aquilo que é imitado’, termo que Dawkins abreviou para poder rimar com ‘gene’” (SHIFMAN; 2020; p.80). A origem do termo vem de sua característica facilmente replicável, como os genes, que passam pelos processos de variação, competição, seleção e retenção. A todo momento na internet uma grande diversidade de memes compete pela atenção dos seus usuários. Contudo, a disseminação bem-sucedida só acontece com os memes que estejam adaptados ao seu ambiente sociocultural, ao passo que outros se tornam extintos com o passar do tempo (SHIFMAN, 2020).

Desse modo, para a análise, se leva em consideração a composição do meme, quem são os personagens que aparecem, os usos das palavras, as referências externas e seus posicionamentos. Além disso, traz-se a discussão acerca do meme enquanto agente histórico e também documental, tendo em conta o fato de que todo o documento é ao mesmo tempo verdadeiro e falso, trata-se de pôr à luz as condições de produção e de mostrar em que medida o documento é instrumento de um poder (LE GOFF, 1996, p. 13).

## Resultados e Discussão

Uma das maiores interferências do atual governo brasileiro é sobre a narrativa histórica brasileira. Por possuir elementos colonizadores, o país acaba tendendo a uma submissão pela política imperialista dos Estados Unidos. Relacionando isso à pandemia do Coronavírus, pode-se citar o caso já comentado do apoio do presidente Jair ao uso da Cloroquina, mesmo sem confirmação científica de efeito. É indiscutível que ações estatais como essa irão ser repercutidas nos anos futuros, assim como ações do passado estão no presente.

Quando o meme é analisado enquanto documento histórico, torna-se possível pensar seus usos para a replicação de informação e de desinformação, além da forma de como a história recente passa a ser construída. Os memes, geralmente associados ao humor e à sátira, são direcionados tanto à disseminação de discursos de ódio e notícias falsas, quanto à possibilidade de uma leitura crítica da realidade histórica. O que está em jogo é: de que forma essa história vem sendo construída em um contexto de infodemia? Como o presente está sendo formado e compreendido com uma espécie de memetização da realidade pelas redes sociais?

O que está em disputa é como a história do Brasil está sendo/será contada, e os memes fazem parte dessa história, principalmente pelo seu potencial de alcançar diversos públicos. Seus conteúdos políticos são os mesmos vistos em jornais televisivos, mas que navegam por meios que outros não alcançam. No entanto, sua disseminação é tão rápida quanto o seu desaparecimento, por isso, não sabemos se irão ficar para o futuro, mas com certeza, eles contribuem para a compreensão do tempo presente. Daí a importância de pesquisá-los.

## Conclusões

Os inúmeros casos relacionados ao governo brasileiro e o Coronavírus são apenas um exemplo de um episódio importante e recente na história da política do país, que contempla o debate do nacionalismo reforçado pelo governo Bolsonaro.

Os casos servem também para se pensar o meme em sua complexidade, inicialmente enquanto um elemento de informação e também desinformação que pode ser replicado rapidamente e em grande quantidade e variedade. Essa replicação faz com que a mensagem chegue a uma grande quantidade de receptores, como visto, e acaba sendo uma forma de se narrar acontecimentos.

Dos genes inicialmente propostos pela biologia, passando por sua ascensão no Twitter e os seus usos políticos, o meme acaba sendo um elemento de estudo que possui muitas vertentes e desdobramentos, enquanto documento histórico, meio de comunicação instantânea, ou simplesmente de informação/desinformação. Sua caracterização enquanto material documental para o registro histórico acaba colocando em pauta debates inter e transdisciplinares, cruzando campos para uma compreensão mais completa de sua complexidade.

## Referências

BOLSONARO, Jair. **Pronunciamento do presidente da República, Jair Bolsonaro (24/03/2020)**. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=VI\\_DYb-XaAE](https://www.youtube.com/watch?v=VI_DYb-XaAE)>. Acesso em 26 fev. 2021.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda Alcântara; RIOS, Daniel; MAGALHÃES, Dandara. **A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 173-196, jan./abr. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>

CRESWELL, J.; PLANO CLARK, V. L. apud PARANHOS, Ranulfo; et al. **Uma introdução aos métodos mistos**. Revista Sociologias, Porto Alegre, ano 18, n° 42, mai/ago 2016, p. 384-411. Disponível em: < <https://www.scielo.br/pdf/soc/v18n42/1517-4522-soc-18-42-00384.pdf>> Acesso em 19 fev. 2021.

DAVIS, Mike. **A Crise do Coronavírus é um monstro alimentado pelo Capitalismo**. In: BADIOU, Alain et al. Coronavírus e a Luta de Classes. Terra Sem Amos. Brasil, 2020. P. 05-12.

LE GOFF, Jacques. Documento/Monumento. In: LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. 4.ed. Campinas: Unicamp, 1996.

ROQUETA, Marta, et al: **Coronavírus, gênero e a luta de classes**. Terra sem Amos: Brasil, 2020. 40p. 1. Ecologia 2. Ciências Sociais 3. Luta de Classes. 4. Gênero. I. Marta Roqueta. II. Paola Ruiz-Huerta. III. Paula Moreno. IV. Iván H. Ayala. V. Diana Carolina Alfonso. VI. Rebecca Gordon. VII. Tithi Bhattacharya. VIII. Título.

SANTOS, Edméa; COLACIQUE, Rachel; CARVALHO, Felipe da Silva Ponte. **A autoria visual na internet: o que dizem os memes?**. Quaestio. v. 18, n. 1. p. 135-157. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/quaestio/article/download/2570/2168/5112>>. Acesso em 23 fev. 2021.

SHIFMAN, Limor. Uma biografia telegráfica de um encrenqueiro conceitual. In: CHAGAS, Viktor (org). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Edufba: Salvador, 2020. p. 79-80.

Defensor da cloroquina, Trump tem participação em fabricante do medicamento. **Notícias UOL**, São Paulo, 07 de abril de 2020. Coronavírus. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2020/04/07/defensor-da-cloroquina-trump-tem-participacao-em-fabricante-do-medicamento.htm>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

OPAS. ENTENDA A INFODEMIA E A DESINFORMAÇÃO NA LUTA CONTRA A COVID-19. Disponível em <[https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic\\_por.pdf?sequence=14](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14)> . Acesso em: 25 abr. 2021.

