

ORGANIZAÇÃO

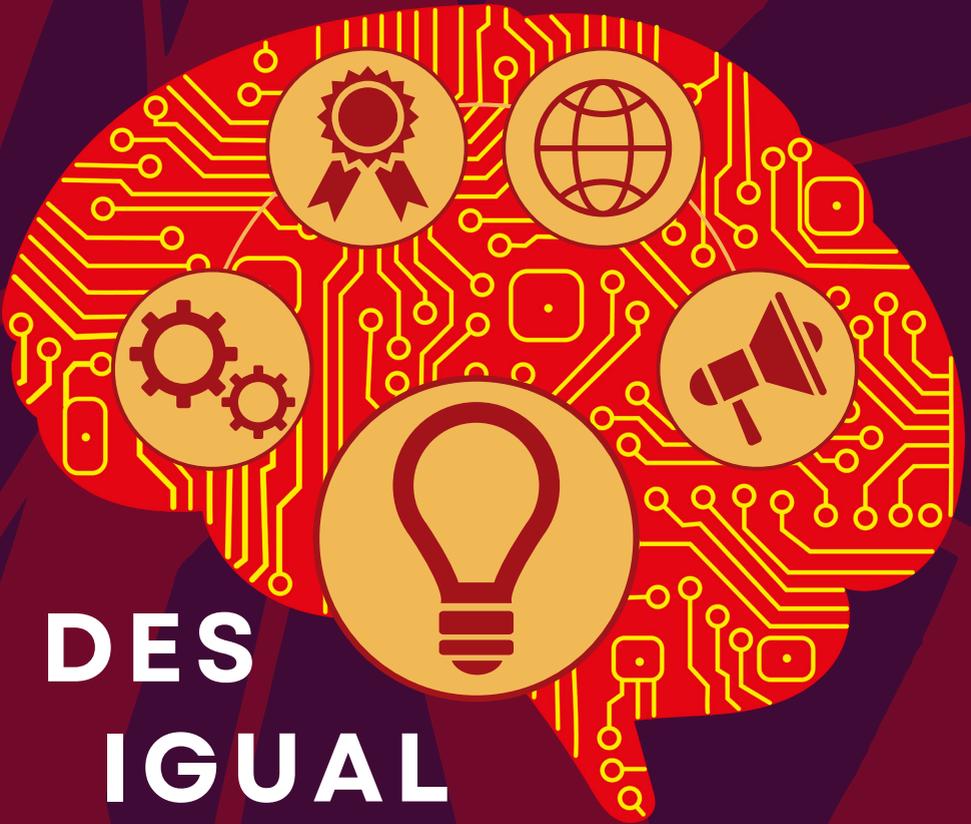
JULIANA TEIXEIRA

LUAN M. SANTANA

ANA KAROLINA CARVALHO

LANNA ALENCAR

LUZIÁRIO SILVA



**DES
IGUAL
DADES
TECNOLÓGICAS**

**E INOVAÇÕES EMERGENTES
NO JORNALISMO DIGITAL**

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Teixeira
Luan M. Santana
Ana Karolina Carvalho
Lanna Alencar
Luziário Silva
(Organizadores)

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Teresina – Piauí
2022

DESIGUALDADES TECNOLÓGICAS E INOVAÇÕES EMERGENTES NO JORNALISMO DIGITA

2022. Copyright dos autores

Organizadores

Juliana Fernandes Teixeira
Luan Matheus Santana
Ana Karolina Carvalho
Lanna Artemízia
Luziário Silva

Capa

Ana Karolina Carvalho
Lanna Artemízia

Projeto gráfico e diagramação

Eduardo Freire

Revisão

Luan Matheus Santana
Luziário Silva

Coordenação Editorial

Juliana Fernandes Teixeira

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

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital [livro eletrônico] /
organização Juliana Fernandes Teixeira... [et al.]. -- 1. ed. -- Teresina, PI : Ed. dos Autores, 2022.

HTML.

Outros organizadores : Luan M. Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Alencar, Luziário Silva.

Vários autores.

Bibliografia.

ISBN 978-65-00-42428-7

1. Comunicação digital 2. Igualdade educacional 3. Inovação tecnológica 4. Marketing digital 5. Mídia social 6. Redes sociais on-line I. Teixeira, Juliana Fernandes. II. Santana, Luan M. III. Carvalho, Ana Karolina. IV. Alencar, Lanna. V. Silva, Luziário.

22-106321

CDD-303.4833

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação digital hipermídia : Sociologia

303.4833

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Sumário

APRESENTAÇÃO	9
1. A importância da democratização da comunicação na era digital Eula D.T. CABRAL	11
2. Desigualdades tecnológicas e desafios em tempos de pandemia: reflexões a partir da experiência de educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela Ohana Luize Alves LIMA	22
3. Comunicação popular e o cotidiano de luta pela cidade: Lagoas do Norte pra quem? Sarah FONTENELLE Luan Matheus SANTANA	37
4. Representação da negritude latino-americana na programação da Televisión del Sur - teleSUR Domingos de ALMEIDA Adilson CABRAL	54
5. A cultura do cancelamento dentro das redes sociais digitais e o impacto no reality show Big Brother Brasil Aline SOUSA Lanna ALENCAR Juliana TEIXEIRA	69
6. A produção de notícia digital como uma nova forma de narrar os acontecimentos: o uso das mídias sociais digitais pelo portal jornalístico G1 Mayara da Costa SILVA	85
7. Robôs nas eleições de 2020: estudo de caso de uma notícia publicada no Portal G1 Laura Rayssa de Andrade CABRAL	97
8. Pandemia e desigualdade tecnológica: uma análise das consequências do pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro do dia 24 de março de 2020 às pessoas sem acesso às tecnologias de comunicação Laura Moura de ANDRADE	107

- 9. “Top Vacinas Hot 100”: Infotainment e a cobertura jornalística sobre a vacina CoronaVac no perfil BCharts**
Ana Karolina de CARVALHO
Juliana TEIXEIRA _____ 110
- 10. “Funk da Vacina”: uma análise do compartilhamento/propagação da música de Mc Fioti nas redes sociais digitais e no webjornalismo dos portais UOL e G1**
Ana Paula Lima LEAL
Cristiane Portela de CARVALHO _____ 133

Apresentação

O grupo de pesquisas JOII¹, da Universidade Federal do Piauí, realizou em maio de 2021 o I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), discutindo essas temáticas que são seu tripé de atuação. O encontro reuniu pesquisadores, professores e profissionais da área da Comunicação e do Jornalismo, nas cinco regiões do Brasil e em outros países como Espanha, Portugal, Argentina e Bolívia.

O CIJOII teve início na manhã do dia 24 de maio, com a mesa redonda “Convergências e contrastes digitais: modos de pensar um jornalismo inovador”, que reuniu palestras de pesquisadores de quatro países: Elias Machado (Universidade Federal de Santa Catarina - Brasil); Ainara Larrondo (Universidad del País Vasco - Espanha); Erick Torrico (Universidad Andina Simón Bolívar - Bolívia) e Sônia Sá (Universidade da Beira Interior - Portugal).

A manhã do dia seguinte, 25 de maio, também contou com uma mesa de debate. A segunda discussão, porém, foi mais voltada à prática da profissão, com convidados de meios consagrados na área do Jornalismo alternativo e independente, como La Garganta Poderosa e Emergentes Comunicación (Argentina), Fumaça (Portugal), Ocorre Diário, Mídia Ninja e The Intercept (Brasil). Tivemos a honra de ouvir as falas de Júlio Pereyra, Majo Giovo, Margarida David, Sarah Fontenelle, Raíssa Galvão e Nayara Felizardo, representando estes meios, respectivamente. Ambas as mesas de discussão foram transmitidas ao vivo pelo Youtube, onde se encontram atualmente disponíveis para livre acesso.

Nas tardes desses dois dias, foram realizados, ainda, grupos de discussão de trabalhos partindo de quatro diferentes eixos temáticos: 1) Democratização da Comunicação; 2) Transmídia; 3) Desigualdades Tecnológicas e Redes Sociais; e 4) Decolonialidade e Inovação no Jornalismo. Nesses grupos foram apresentados mais de 20 trabalhos, de pesquisadores de diferentes partes do Brasil, como das universidades federais de Santa Catarina, de Rondônia, da Paraíba e do Ceará,

1 O Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Inovação e Igualdade (JOII) surgiu em maio de 2020 com o objetivo de empreender investigações direcionadas para o campo das tecnologias da inovação em jornalismo no Piauí. O tripé jornalismo, inovação e igualdade guia suas ações e produções científicas e humanas. Para mais informações, acessar nosso instagram @joi.ufpi ou nosso site www.joiufpi.com.br.

apenas para citar alguns exemplos. Ao todo, o CIJOII contou com 128 participantes, entre professores e estudantes de graduação e pós-graduação.

Foi a partir desses grupos de debate que selecionamos os dez trabalhos que apresentamos no presente e-book: “Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital”. Os textos se destacaram por discutirem desde questões referentes à democratização da comunicação na era digital até o fenômeno da circulação de memes nas redes sociais. Entre os autores contamos com pesquisadores em diferentes níveis de formação, indo de professores doutores a estudantes de graduação, mestrado e doutorado. Nossa intenção é evidenciar que o compromisso com a inovação e a igualdade vai além do nome do grupo de pesquisa, mas contempla nossas práticas de investigação a curto e longo prazos, sobretudo quando consideramos a comunicação e o jornalismo.

Os Organizadores
Teresina, Janeiro de 2022

A importância da democratização da comunicação na era digital¹

Eula D.T. CABRAL²

Resumo: O objetivo da pesquisa é mostrar a importância da democratização da comunicação diante da concentração da mídia e como é encarada pela sociedade, políticos e empresários na era digital. A partir de pesquisas bibliográficas e documentais, chegou-se às seguintes conclusões: nos estudos sobre democratização da comunicação deve-se entender as questões sociais, culturais, políticas, econômicas e tecnológicas; a legislação brasileira, principalmente a Constituição Federal, deve ser mantida nas análises junto com a sociedade, mostrando a importância da busca do conhecimento para que se tenha base sólida sobre a temática; as iniciativas dos governos, sociedade civil e empresariado, as estratégias dos conglomerados midiáticos e o posicionamento de organismos internacionais, como a Unesco, devem ser encarados com seriedade nas pesquisas científicas para que o direito à comunicação se torne realidade para a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação, da Cultura e da Informação; Concentração da Mídia; Democratização da Comunicação.

1. Cenário midiático brasileiro: concentração x democratização da mídia?

A comunicação na era digital é um desafio que vem sendo encarado pela sociedade, pelos governos e pelos empresários nos últimos anos. Observa-se que as novas tecnologias invadem os lares e atingem cada cidadão sob os ângulos sociais, culturais, econômicos, políticos e midiáticos.

Em 2020 com a disseminação do coronavírus, a maioria da população se viu obrigada a ficar dentro de casa estudando e trabalhando. Mas, como exercer suas atividades e, ao mesmo tempo, sua cidadania, se a digitalização da comunicação, ao mesmo tempo em que traz vantagens, apresenta inúmeros problemas e difi-

1 Artigo apresentado no GT 3 - Democratização da Comunicação do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 **Eula D.T.Cabral** é Doutora e Mestre em Comunicação Social. Professora do Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos da Fundação Casa de Rui Barbosa. E-mail: euladtcpesquisa@gmail.com.

culdades para os que não têm conhecimento e nem condições financeiras para pagar pelo acesso e pelos dispositivos?

Observou-se que, nos últimos anos, informações falsas vêm sendo difundidas pelas redes sociais e pelos meios de comunicação e as dificuldades de governos, empresas e da sociedade civil para desmascarar o que é errado e mostrar o que é verdadeiro. Ao mesmo tempo, detectou-se que se tornava fundamental que as instituições de ensino, de pesquisa e, principalmente, as públicas tivessem repositórios com documentos acessíveis à sociedade, assim como plataformas e portais que ajudassem o cidadão a viver nessa nova era digital.

Por outro lado, não se pode ignorar que o brasileiro é um consumidor midiático. No Brasil, a televisão aberta e o rádio chegam em mais de 90% das residências. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), em sua publicação *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua*, que analisou o tema Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC, apenas 3,7% dos domicílios brasileiros não possuem televisão, ou seja, a TV aberta está presente em 96,3% deles. Quanto à TV por assinatura, de acordo com os dados apresentados no site Teleco³, atinge 14,9 milhões de assinantes.

Os registros da *PNAD Contínua* (IBGE, 2021) detectaram que no Brasil 30,4% domicílios têm TV por assinatura. Em relação à telefonia, identificou que o móvel celular estava em 94% dos domicílios e o fixo convencional, em 24,4% dos lares. No que tange à internet, verificou-se que era utilizada em 82,7% dos domicílios permanentes, sendo o celular o equipamento mais usado para navegar na rede (98,6%). O grupo que mais acessava a internet era formado por jovens de 20 a 24 anos (92,7%). Em relação ao gênero, o feminino supera o masculino com 79,3%, acessando a internet em qualquer local. Quanto à finalidade de uso, 95,7% utilizam para enviar ou receber mensagens.

Mesmo com números interessantes de acesso e uso, não se pode ignorar o fato que os dados são de 2019, época em que o coronavírus não era realidade. As pessoas utilizavam a internet nas praças, shoppings, escolas e trabalho. Porém, com o grande número de mortes e o contágio da doença, a população precisou ficar em casa, sendo que muitos perderam o emprego. Como continuar na era digital se não se tem dinheiro para garantir a navegação nesta onda tecnológica? Como navegar na rede, estudar e trabalhar se não é possível pagar pelo acesso? Um pacote de dados custa em média R\$30 e não consegue durar uma semana, pois todos precisam estudar e/ou trabalhar remotamente. Como democratizar?

É importante ressaltar que, mesmo que a convergência tecnológica exista na mídia, existe separação nas legislações. A área de radiodifusão brasileira é separada das telecomunicações. São setores distintos, com legislações dife-

3 TELECO. Estatísticas do Brasil - Geral. Assinantes/conexões - TV por assinatura. 2020. **Teleco**. Disponível em <<https://www.teleco.com.br/estatis.asp>>. Acesso em 25 abr.2021.

renciadas. No caso da radiodifusão, o modelo que vem sendo sustentado pelo governo e pelo mercado é formado por emissoras de rádio e TV de grupos privados brasileiros comandados por políticos, famílias e igrejas. Grupos midiáticos públicos e estatais não interessam. São deixados de lado, ignorando o artigo 223 da Constituição Federal de 1988 que registra que “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o **princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal**” (grifo nosso). Por que os outros sistemas (público e estatal) são ignorados e somente o privado tem espaço na mídia brasileira?

O governo federal, mesmo sendo responsável pelas emissoras de rádio e TV, prefere ignorar sua Carta maior e deixar que o mercado domine a área midiática. Dispositivos legais simplesmente não são cumpridos, resultando em falta de diversidade e de pluralidade do conteúdo exibido no país. Grupos de mídia mantêm seu poderio e exercem influência sobre a elaboração de políticas em suas áreas de atuação. Por que será que as rádios comunitárias, que são feitas por membros da comunidade, são fechadas e as de políticos (vinculadas aos grandes grupos de mídia) são mantidas?

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 54, registra que deputados e senadores não podem ter nenhuma relação com empresas concessionárias de serviço público. Ou seja, emissoras de rádio e TV. Concessões públicas que necessitam de permissão, renovação e aprovação do Poder Executivo e do Congresso Nacional, conforme registrado no artigo 223. Logo, como explicar que políticos possam ser proprietários de emissoras de rádio e TV no Brasil que, além de tudo, são vinculadas aos grupos privados?

Ao analisar o quadro midiático brasileiro, observa-se que na área de radiodifusão, cinco conglomerados nacionais atingem quase 100% do território brasileiro. São eles: Rede Globo, SBT, Bandeirantes, Record e Rede TV!. Estão em mais de 97% dos 5.570 municípios, conforme se pode verificar no Quadro 1. É interessante observar, ainda, que a Rede Globo não é mais a primeira em relação à abrangência dos lares com televisão. Porém, ainda se mantém como a que tem a maior audiência nacional. Mas, será que esse poderio será mantido diante da digitalização? Que tipo de programação conseguirá conquistar a audiência brasileira? O fato é que as pessoas continuam assistindo TV aberta (que é gratuita), mesmo com o aparecimento das multitelas e com as possibilidades do *streaming*.

De acordo com o Mídia Dados 2019⁴, a Rede TV! está em 5.560 municípios, atingindo 99,82% do total, e 97,39% dos lares com TV com 155 emissoras. Em segundo lugar aparece a Rede Globo em 5.477 cidades brasileiras, ou seja,

4 Mídia Dados 2019. Disponível em <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acesso em 3 mar.2020.

em 98,33%, atingindo 97,25% dos domicílios com televisão com 122 emissoras. Em terceiro lugar aparece a Record com 88,20% ou 4.913 municípios, atingindo 94,57% dos domicílios com TV com 51 geradoras e 57 retransmissoras. Em quarto lugar, vem o SBT com 87,92%, conquistando 4.897 municípios e 94,41% de domicílios com televisão através de suas 110 emissoras. Em quinto lugar aparece a Bandeirantes com 63,95%, em 3.562 municípios, e 88,15% dos domicílios com televisão com 24 geradoras e 77 retransmissoras.

Quadro 1 – Poderio da TV aberta no Brasil

Grupo midiático	Municípios		Domicílios com TV		Geradoras	Geradoras + retransmissoras
	Quant.	%	Quant.	%		
Rede TV!	5.560	99,82	68.644.315	97,39	5	155
Rede Globo	5.477	98,33	68.544.116	97,25	122	122
Record	4.913	88,20	66.655.075	94,57	51	108
SBT	4.897	87,92	66.539.742	94,41	45	110
Band	3.562	63,95	62.131.624	88,15	24	101
BRASIL	5.570	100,00	70.480.479	100,00	247	596

Fonte: Mídia Dados 2019 e Eula Cabral (2020).

Observa-se que, mesmo com problemas financeiros, os conglomerados de mídia vêm a radiodifusão como um negócio interessante no Brasil. Com a pandemia do coronavírus, a televisão e o rádio voltaram a cair no gosto da população, pois são gratuitos e trazem conteúdos “diversificados” para a população. A TV aberta e o rádio estão em mais de 90% dos lares brasileiros através de cinco conglomerados nacionais privados. No que tange à área radiofônica, em pesquisas feitas até 2018, dentre os nacionais, SBT e Rede TV! não registravam emissoras de rádio. No caso dos grupos regionais, somente o Grupo Zahran. A Record apresentava o maior número de emissoras: 67 emissoras de rádio, da Rede Aleluia, atingindo 75% do território nacional. Chegam e são fundamentais em lugares onde a comunicação entre as pessoas ainda é mediada pela tecnologia radiofônica, como comunidades ribeirinhas que não sabem ler e precisam entrar em contato com membros da família que precisaram ir trabalhar em outros lugares.

Cinco grupos chegam em todos os lugares onde tem energia elétrica. Eles concentram as emissoras de rádio e televisão em todo o território brasileiro. Domínio midiático que vem sendo estudado pela academia desde a Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945), pois interferem no conteúdo que é passado para a população, pois a mensagem sempre terá como objetivo persuadir as pessoas a aceitarem determinadas ideias.

De acordo com Ignacio Ramonet (2013, p.52), a concentração de conglomerados na área da mídia impressa se dá “para ganhar influência, para ter um projeto ideológico, um projeto dominante”. Para Ramonet (2013), “os conglomerados midiáticos são grandes atores do mercado, e, ao mesmo tempo, sua missão é difundir ideologias disfarçadas de informação”.

Paulo Faustino (2013, p.415) verifica que é fundamental estudar a concentração midiática porque “é necessário avaliar se afeta o pluralismo da informação ou comporta benefícios para a sociedade”. Pois, para muitos pesquisadores, “a concentração dos Media pode reduzir a informação a pontos de vistas dominantes e, por conseguinte, constituir uma ameaça para os interesses da sociedade”. Além disso, “a concentração da propriedade dos Media pode ser prejudicial para a sociedade não só por causa da ameaça ao pluralismo e à Democracia mas também porque estes movimentos (de concentração empresarial) podem afetar a forma como a indústria dos Media está habilitada para gerir os recursos disponíveis”.

No caso da América Latina, principalmente no Brasil, pesquisas sobre os efeitos da concentração midiática vêm sendo desenvolvidas nos programas de pós-graduação e em grupos de pesquisa como o de Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), registrado no CNPq e que vem atuando desde 2017 na Fundação Casa de Rui Barbosa. O grupo EPCC faz pesquisas, eventos, podcasts e ebooks junto com pesquisadores de instituições de ensino e pesquisa nacionais e internacionais para que a sociedade tenha acesso ao conhecimento e entenda a importância da democratização da comunicação, da cultura e da informação⁵.

De acordo com os pesquisadores norte-americanos Jonh Sinclair e Joseph Straubhaar, a América Latina é fortemente influenciada pela TV (aberta e gratuita), concentrada nas mãos de poucos grupos. Para Guillermo Mastrini e Martín Becerra (2003), isso acontece porque a “región de marcada disparidad en el acceso como lo es Latinoamérica, una deserción por parte del Estado de una de sus primeras obligaciones, que es garantizar la equidad”. Ou seja, os governos latinos ignoram a concentração midiática e não permitem que haja democratização.

No caso do Brasil, não se pode ignorar o fato que os conglomerados nacionais afiliam os principais grupos regionais e locais para chegarem em todos os municípios, terem audiência e investimentos na área publicitária. Eles controlam a programação exibida, permitindo que menos de 10% do conteúdo seja produzido e exibido localmente. Também interferem nas chefias de cada afiliada. Esse processo é de conhecimento do governo federal, que não ignora a existência e organização de redes de televisão no país e como se unem e podem abranger todo o país.

A concentração da mídia nas mãos de poucos conglomerados no Brasil é considerada ilegal. De acordo com o parágrafo quinto do artigo 220 da Constituição

5 O material científico produzido pelo grupo EPCC está disponível no site <https://pesquisaicfrb.wixsite.com/epcc>

Federal de 1988, “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Então, por que há concentração midiática no Brasil? Porque não há cumprimento das normas legais, não se cumpre o período para a troca legal de proprietários e não existem restrições para a formação de redes nacionais e regionais. Esses descumprimentos podem ser constatados na legislação brasileira, principalmente no Capítulo V da atual Constituição (1988).

Além da concentração na área de radiodifusão, que atinge quase 100% do território nacional, e feita por proprietários brasileiros, na de telecomunicações o agravante é que todos os proprietários são estrangeiros e têm nas mãos tecnologias digitais que interferem diretamente no cotidiano da sociedade. São eles: Vivo; Oi; Claro; Tim e SKY. No caso, os grupos Vivo, Oi e Claro atuam na área de telefonia fixa e celular, banda larga e TV por assinatura. Tim não atua na telefonia fixa e nem na TV por assinatura e SKY só atua na banda larga e TV por assinatura.

Não se pode ignorar que “as novas tecnologias vêm alterar o modo de ver o planeta”, como destacou o pesquisador francês Armand Mattelart (2000, p.120). Algo totalmente estratégico para os grupos de mídia. Como verificou John Thompson (1995), o surgimento e desenvolvimento das indústrias de mídia são processos históricos que acompanharam o aparecimento das sociedades modernas. A evolução tecnológica fez com que os meios de comunicação passassem por transformações que atingiram também a produção e a distribuição de conteúdo, focando abrangências diferenciadas de público.

Não há como negar que o cenário midiático brasileiro é interessante para os grupos de radiodifusão e de telecomunicações, que se concentram em poucos grupos dominando todo o território brasileiro. Porém, essa concentração pode restringir o mercado, evitando que a mídia seja democrática, não promovendo diversidade cultural e nem pluralismo de conteúdo.

2. Democratizar a comunicação na era digital

Como democratizar a comunicação no Brasil diante da concentração midiática privada? É possível mudar a realidade, mesmo vivendo na era da digitalização?

É fato que o poderio midiático é fundamental para imposição de ideologias em qualquer sociedade. Como negar a história e a utilização dos meios de comunicação por líderes políticos? Como ignorar o uso errado, como feito por Goebbels, em prol do regime nazista? Ou o uso das redes sociais, nos últimos anos, para influenciar eleitores em campanhas presidenciais?

No Brasil, os meios de comunicação foram utilizados para integrar o país pelos militares. A televisão e o rádio chegaram em todo o território brasileiro porque era a forma que o governo tinha de verificar se o país todo estava sob o domínio dos brasileiros. A comunicação sempre foi utilizada estrategicamente. Não é possível ignorar nem mascarar a realidade.

Durante o governo Lula, os pesquisadores, junto com ativistas que defendem a democratização da mídia brasileira, esperavam que algo mudasse no cenário midiático, uma vez que a democratização da comunicação também era defendida pelo PT e partidos que acompanhavam a campanha petista. Mas, pouco se fez. Mesmo com a mobilização nacional e a realização da I Conferência Nacional de Comunicação, em 2009, o governo não sustentou as propostas feitas pela sociedade civil. As rádios comunitárias continuaram sofrendo opressão e sob uma legislação equivocada e os grupos privados continuaram ignorando o capítulo V (artigos 220 a 224) da Constituição Federal de 1988. E a sociedade até hoje não consegue usufruir uma programação diversificada e com qualidade e nem tem acesso gratuito à internet para estudar em casa. Como mudar tal realidade e democratizar a comunicação?

Democratizar a comunicação, de acordo com Adilson Cabral Filho e Eula Cabral (2005), é uma histórica bandeira de luta dos movimentos sociais no Brasil. Preocupação de organizações sociais em suas atuações diárias, que leva em consideração as necessidades da reformulação de políticas públicas, considera a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além de implementar meios de alcance local e comunitário.

Desde os anos 90, do século XX, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) sustentava que a luta pela democratização da comunicação no Brasil resulta de uma iniciativa que se vincula “aos esforços para uma reestruturação da sociedade brasileira, com o estabelecimento de garantias para o acesso a serviços públicos, ao trabalho e a condições de vida dignas para todos os brasileiros” (BASES..., 1994). Murilo César Ramos (2000, p. 93) registra que esta luta depende da mobilização de uma “opinião pública dotada do poder de tomar decisões e dar consequências a essas decisões, a partir, por exemplo, de conselhos populares e organizações produtivas em que predominem a propriedade cooperativa ou outras formas de autogestão”.

Para o FNDC, é preciso “democratizar a comunicação para a democratização da sociedade”, estabelecendo a necessidade de tornar a comunicação mais democrática como condição prévia à democratização da sociedade, cumprindo um duplo papel de ressaltar o papel potencializador da comunicação nas lutas específicas dos diversos movimentos sociais e as particularidades da comunicação como temática própria, dentro de um sistema restritivo e excludente, que inibe uma efetiva participação no seu processo de produção (CABRAL FILHO; CABRAL, 2005).

Cees Hamelink (in MELO; SATHLER, 2005, p. 144) sustenta que a democratização da comunicação é um direito, defendido pela UNESCO desde 1994, onde “o direito a comunicar é percebido por seus protagonistas como mais fundamental do que o direito à informação, como atualmente disposto pelas leis internacionais”. O redimensionamento do artigo 19, a partir dos diversos debates

que se seguiram, proporcionou o surgimento da Plataforma para os Direitos da Comunicação, um agrupamento de ONGs formado em 1996, em Londres, que por sua vez, em 2001, fundou a Campanha CRIS, sigla que significa, em português, Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação.

Marcos Alberto Bitelli (2004, p.168) sustenta que há “o interesse tão grande da sociedade e do Estado por ela organizado diante desses direitos (de informar e ser informado), pois somente uma pessoa humana ‘conscient’ poderá ter satisfeito o atendimento desse princípio fundamental”. É um ato de cidadania. Logo, a comunicação é um direito e um dever de todo(a)s.

Se, por um lado, democratizar a comunicação significa recobrar o que esta atividade tem de vital, ou seja, reivindicar a dimensão original de diálogo e horizontalidade da comunicação, a ideia de lutar pelo direito humano à comunicação está diretamente relacionada à mobilização tanto daqueles que buscam exercê-la mais diretamente na prática - ativistas e jornalistas, por exemplo - como expandir esse direito àqueles que têm competência para tanto, ou seja, à sociedade como um todo (CABRAL FILHO, CABRAL, 2005).

Todos entendem a importância da comunicação para a sociedade, mas é preciso que compreendam como funciona e o que a legislação determina sobre a mídia no país. Pois, se houver conhecimento, a mobilização em prol da democratização da comunicação no Brasil resultará em muitos espaços a se conquistar por parte dos movimentos sociais, no tocante ao envolvimento pleno e não hierárquico das pessoas e organizações. John Holloway (2003, p. 50) registra que “a existência do poder-fazer como poder-sobre significa que a imensa maioria dos fazedores são convertidos em objetos do fazer” e esse não é privilégio somente das relações capitalistas, mas também algo que os movimentos sociais necessitam enfrentar e superar.

Entendendo a comunicação como direito humano, será possível verificar como a concentração pode interferir na sociedade, como as pessoas poderão reagir e exigir que haja democratização na mídia brasileira. E aí, ir mais longe. Entender as mudanças tecnológicas e seu impacto na sociedade a partir dos estudos de Adilson Cabral (2015, 2019) que analisa a importância da digitalização da comunicação e sua apropriação; Michael Wolff (2015) que verifica a televisão como nova diante da era digital; Laurindo Leal Filho (2006) que analisa o controle e a reação do telespectador brasileiro; Octavio Pieranti (2011) que estuda a atuação do Estado brasileiro diante das comunicações; dentre outros.

Othon Jambeiro (2000, p.15) relembra que “o Estado continua com forte presença em todos os processos regulatórios da região, mas é crescente o poder dos conglomerados de mídia nacionais e internacionais na regulamentação, operação e programação do setor”. Como observou Venício Lima (2012, p.34), “a democracia brasileira será a grande vencedora quando o debate sobre as con-

cessões de rádio e TV conseguir romper o bloqueio da grande mídia e alcançar a maioria da população”.

Diante disso, para que haja democratização da comunicação na era digital é de vital importância analisar o cenário, verificar como a mídia interfere na seleção de informações e opiniões e como consegue evitar que a democratização da comunicação e a diversidade cultural se tornem reais. Como verificou Dênis de Moraes (2016, p.115), “a opinião pública é induzida ao convencimento de que só tem relevância social aquilo que se expõe em telas e monitores” e “o que se manifesta à margem da grande mídia parece condenado ao esquecimento ou a uma repercussão de baixa densidade”. Ou seja, a academia precisa ocupar os espaços, pesquisar mais e levar à sociedade o conhecimento, pois todo(a)s precisam entender que a comunicação é um direito de todo(a)s ontem, hoje e continuará sendo também amanhã.

3. Referências bibliográficas

- BASES de um programa para a democratização da Comunicação no Brasil. **FNDC**. 1994. Disponível em: http://www.fndc.org.br/doc_historico/data/programa.doc. Acesso em: 13 dez. 2004.
- BECERRA, Martín, MASTRINI, Guilherme. La concentración infocomunicacional em América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; **Observacom**, 2017. Disponível em <<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5a200e0e93ac2.pdf>>. Acesso em 25 abr.2021.
- BITELLI, Marcos Alberto S. **O direito da comunicação e da comunicação social**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 13 mai.2019.
- CABRAL, Adilson. V. **Centro de mídia independente: os primórdios do ativismo digital no Brasil**. Curitiba: Appris, 2019.
- CABRAL, Adilson. V. **Nossa TV Digital: o cenário internacional da apropriação social da TV**. 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2015.
- CABRAL, Eula D.T. (org). **Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020. Disponível em <<https://pesquisaicfrb.wixsite.com/epcc/pesquisas>>. Acesso em 25 abr.2021.
- CABRAL, Eula D.T. (Org.). **Desafios das políticas de comunicação**. São Cristóvão: ULEPICC-Brasil, 2019. Disponível em <<https://pesquisaicfrb.wixsite.com/epcc/contato>>. Acesso em 25 abr.2021.
- CABRAL, Eula D.T. Brasil midiático, para quem? In: CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula. (Org.). **Comunicação, Cultura, Informação e Democracia: tensões e contradições**. Porto (Portugal): Media XXI, 2016, p. 133-147.

- CABRAL, Eula D.T. Mídia concentrada no Brasil: até quando? **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. V.13, n.24. Disponível em <<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/725>>. Acesso em 25 abr.2021.
- CABRAL, Eula D.T. (org). **Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020. Disponível em <<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc/pesquisas>>. Acesso em 25 abr.2021.
- CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados**. Rio de Janeiro: FCRB, 2020. Disponível em <<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc/pesquisas>>. Acesso em 25 abr.2021.
- CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula D.T. A contribuição da apropriação social das TICs para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. In: **Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura**, 2005, Salvador. Disponível em <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/AdilsonCabral.pdf>>. Acesso em 25 abr.2021.
- FAUSTINO, Paulo. **Pluralismo dos Media e Indicadores de Mercado e Grupos Empresariais em Portugal e na Europa**. Lisboa: MediaXXI, 2013.
- HOLLOWAY, John. **Mudar o mundo sem mudar o poder**. São Paulo, Viramundo, 2003.
- JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: UFBA, 2000.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus, 2006.
- LIMA, Venício A de. **Política de comunicações: um balanço dos governos Lula (2003-2010)**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.
- MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000.
- MELO, José Marques de e SATHLER, Luciano. **Direitos à comunicação na sociedade da informação (orgs)**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2005.
- MÍDIA DADOS 2019. Disponível em <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acesso em 3 mar.2020.
- MORAES, Dênis de. **Crítica da Mídia & Hegemonia Cultural**. RJ: Mauad X, Faperj, 2016.
- PIERANTI, Octávio P. **O Estado e as comunicações no Brasil: construção e reconstrução da Administração Pública**. Brasília-DF: Abras/Lecotec, 2011
- PNAD. Tecnologia da Informação e da Comunicação 2019. **IBGE**, 2021. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf>. Acesso em 25 abr.2021.
- RAMONET, Ignacio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? IN: MORAES, Dênis de, SERRANO, Pascual & RAMONET, Igná-

Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação. Tradução: Karina Patrício. São Paulo: BOITEMPO; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

STRAUBHAAR, Joseph, LaROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia.** Tradução José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** Teoria social crítica na era dos meios de comunicação. Petrópolis: Vozes, 1995.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão:** o triunfo da velha mídia na era digital. São Paulo: Globo, 2015.

Desigualdades tecnológicas e desafios em tempos de pandemia: reflexões a partir da experiência de educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela¹

Ohana Luize Alves LIMA²

Resumo: Este trabalho objetiva contribuir com as discussões a respeito de desafios enfrentados diante do cenário imposto pela pandemia da Covid-19 que, dentre diversos aspectos, colocou aos educadores a necessidade de desenvolver estratégias para o trabalho em face do contexto vivenciado por escolas destinadas à população do campo. Os desafios contemporâneos da prática educativa e as dinâmicas sociais articuladas a partir da experiência de trabalho levam em consideração as desigualdades tecnológicas. É analisada a experiência de educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela (EFASA), localizada no município de Pedro II, norte do Piauí. Os educadores descrevem os esforços para diversificar os recursos utilizados nas aulas, o desafio na realização da educação contextualizada com a realidade das comunidades, ao mesmo tempo em que afirmam excesso de trabalho e um extremo cansaço.

Palavras-chave: Tecnologias; Desigualdades; Educação do campo; Pedagogia da alternância; Pandemia da Covid-19.

Introdução

Este trabalho parte de uma inclinação interdisciplinar entre aspectos da educação e da comunicação, em uma posição reflexiva das dinâmicas sociais contemporâneas que se constituem em paradigmas do século XXI, estruturados em relações históricas, econômicas, políticas e culturais do Brasil, em especial do espaço rural.

O marco temporal a partir da pandemia da Covid-19 é visto no Brasil como um caso a ser analisado sobre diversos aspectos. Levando em consideração a edu-

1 Artigo apresentado no GT 2 Desigualdade Tecnológica e Redes Sociais do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Mestranda do PPGCOM – UFPI na linha de pesquisa Mídia e Produção de Subjetividades. E-mail: ohanaluize@gmail.com.

ção do campo, é imperativa a necessidade de observar experiências diversas e debater as fortes marcas de desigualdade presentes na vivência deste momento.

As transmissões tecnológicas de informações e dados se mostram parte da sociedade contemporânea e podem ser usadas para o desenvolvimento social, controle e/ou reverberação de ideologias. Notadamente “a internet constitui a face visível das novas tecnologias de transmissão da informação e de comunicação global” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.45). Dentro da categoria entendida como das novas tecnologias estão: “tecnologias de consumo (sons e imagens), porque sua utilização, seja em plano individual, seja em âmbito coletivo, afeta, estimulando ou inibindo, a capacidade que todo receptor (destinatário de uma mensagem) possui de produzir sentidos (informações orientadas), assim como sua disposição de os partilhar” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.42).

O campo e suas populações são diversos, e seus sujeitos são historicamente subalternizadas devido às desigualdades sociais e econômicas que também refletem em como as transformações na educação e na comunicação chegam nesses espaços. Esses movimentos de transformação cultural e comunicacional, a exemplo do que tem sido registrado na experiência pandêmica, se dão de maneira global, influenciando as práticas locais, incluindo a realidade das escolas do campo.

No ano de 2020, em manifestação pública sobre a crise da pandemia de Covid-19, o Fórum Nacional de Educação do Campo (FONEC) destacou que a população do campo é “constituída de uma pluralidade de contextos socioculturais definidos pelas diversidades econômicas, geográficas, climáticas e culturais, entre outras, que são próprias deste país de dimensões continentais” (FONEC, 2020, p.8). O documento ainda ressalta que “os impactos da pandemia revelam um quadro dramático em escala global, assinalando no Brasil nosso ingresso no período mais crítico, de duração e consequências ainda imprevisíveis” (FONEC, 2020, p.2).

A respeito do alcance das tecnologias no território nacional, a pesquisa TIC Domicílio 2019³ revelou que 28% das residências não possuem internet. A ferramenta mais utilizada é o celular, sendo que no espaço rural a exclusividade do dispositivo como meio de acesso à internet é de 79%. No entanto, o percentual total de usuários de internet na zona rural brasileira é de 53%, pouco mais da metade, enquanto na zona urbana os números chegam a 77% da população, o que ainda assim significa que quase um terço de brasileiros não acessam a rede. Como a pesquisa refere-se ao ano de 2019, até então 33% dos usuários realizavam atividades de trabalho pela internet, o que certamente deve ter sido modificado.

De acordo com dados do Coletivo Intervezes, associação brasileira que trabalha em defesa da efetivação do direito humano à comunicação, o empoderamento

3 Pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), que compõe o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br), responsável por projetos do Comitê Gestor da Internet do Brasil (Cgi.br).

digital é um dos desafios nacionais no tocante ao exercício de um descentramento do direito de acesso aos meios digitais, diversidade, liberdades de expressão, e por um ambiente na internet que promova mais justiça social e democratização. As desigualdades se expressam também pela falta de políticas públicas de ampliação da rede de maneira democrática e “o próprio governo reconhece que tal concentração se dá por motivos comerciais das empresas, que focam a oferta da infraestrutura em regiões ricas e mais populosas” (INTERVOZES, 2018, p.3).

Diante dessa problematização, questionamos como tais desafios se manifestam na experiência de trabalho de educadores, a notar na educação do campo. Para isso, analisamos os conteúdos de reflexões a partir da experiência de educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela (EFASA), localizada no município de Pedro II, norte do Piauí. Foram seis educadores respondentes de questionário aplicado via plataforma Google Forms de forma voluntária. É diante deste cenário que este trabalho pretende contribuir com as discussões a respeito de desafios enfrentados na educação do campo.

2. Para compreender o contexto de trabalho dos educadores

As propostas pedagógicas de educação do campo se inserem dentro do contexto agrário nacional. Diversos movimentos sociais reivindicam desde meados da década de 1980 os projetos de educação contextualizada ao meio rural, debatendo valores, projetos e objetivos de modo a garantir maior protagonismo aos sujeitos do campo com:

Uma educação que tem a identidade dos povos do campo, com seus interesses e sua cultura, tem compromisso político com a história desse segmento que sempre esteve sob as ordens dos detentores do capital representado pelo agronegócio, e também, com as transformações sociais, econômicas, políticas e culturais das populações do campo. (LIMA; SILVA, 2016, p.120)

Para ser coerente à realidade do povo do campo, uma proposta pedagógica precisa ser pensada na observação de que é a partir da vida que se constitui uma educação capaz de atender aos anseios de dignidade e que motive, desde às gerações mais jovens, a defesa das forças amparadas nos saberes construídos historicamente, em meio às contradições e reconstruções próprias da vida em sociedade. A pedagogia da alternância surge dentro dessa perspectiva.

É na França da década de 1930 onde são registradas as primeiras experiências no modelo da pedagogia da alternância. Inspirados no sindicalismo, nas intervenções sociais da Igreja Católica e nas organizações religiosas de juventudes, “associada à situação de abandono dos agricultores franceses, que emergiu uma cooperação das famílias em torno de um projeto educativo para seus filhos, o que,

de certo modo, representava, também, um projeto visando o desenvolvimento da região” (SOBREIRA; SILVA, 2014, p.216).

Além dos aspectos culturais e cotidianos envolvidos no processo histórico da pedagogia da alternância, o trabalho é outra categoria necessária, tendo em vista a articulação entre a vida concreta e a produção do conhecimento com objetivo de melhorar as condições de existência, baseada em princípios tais quais sejam “uma alternativa de formação escolar baseada na necessidade dos jovens e, portanto, uma formação ligada à vida; a família como elemento propulsor e incentivador deste processo formativo; uma dinâmica de formação que alterna os tempos e os espaços educativos” (SOBREIRA; SILVA, 2014, p.214).

Estes jovens aos quais se referem vivem em contextos específicos de formação familiar, participação e engajamento em movimentos sociais, renda, nível educacional, acesso a emprego e diferentes níveis de acesso aos dispositivos midiáticos dentro das chamadas novas tecnologias. “Por isso, antes de tudo, é necessário considerar, que o mundo rural, ao qual esse jovem pertence, é heterogêneo, multifacetado e multidimensional, necessitando ser entendido em sua especificidade” (PAULO, 2010, p.57). Não é um olhar considerando um mundo isolado, mas de um mundo inter-relacionado, múltiplo, em plena construção.

Cabe a compreensão sociológica de que juventude é uma categoria social construída a partir dos sentidos históricos, culturais, políticos e discursivos. “A juventude não é, com efeito, socialmente homogênea. Na verdade, a juventude aparece socialmente dividida em função dos seus interesses, das suas origens sociais, das suas perspectivas e aspirações” (PAIS, 1990, p.149).

Pierre Bourdieu (2003), ao afirmar que “a juventude é só uma palavra”, destaca também o papel da escola na apresentação de símbolos e reprodução de modelos de apreensão do mundo que agora concorrem com outros, na medida em que as demandas mudam de uma geração para outra, bem como acompanham as lutas em torno do exercício de poder na sociedade. Outros autores como Castro (2012), ao tratar sobre características das juventudes do campo, entendem que o termo juventude aciona “formas de classificação que implicam relações entre pessoas e entre classes sociais, relações familiares e relações de poder” (CASTRO, 2012, p.441).

No Brasil, registra-se que as práticas de pedagogia da alternância iniciam no ano de 1969 a partir do estado do Espírito Santo, na região Sudeste do país. Um momento de forte repressão aos diversos movimentos sociais e ao campo progressista da política, aliados da classe trabalhadora por ocasião da ditadura militar. Nesse contexto se destaca a atuação também de setores da Igreja Católica, filiados à Teologia da Libertação - influente na América Latina, das Comunidades Eclesiais de Base e de diversas associações atuantes em defesa dos povos subalternizados e perseguidos pelo Estado, seja por meio da criminalização ou da negação de direitos.

Sobreira e Silva (2014) ressaltam a importância da experiência, do método e da teoria desenvolvida por Paulo Freire no Brasil para o modelo de pedagogia da alternância que se distribuiu pelo país a partir dos:

Princípios de interação teoria e prática, de valorização da experiência como ponto de partida no processo de construção do conhecimento, de necessidade de problematização do contexto social, de busca e valorização do diálogo e do desenvolvimento da consciência crítica contribuíram significativamente para a consolidação da pedagogia da alternância na perspectiva construída pelas EFAs no Brasil. (SOBREIRA; SILVA, 2014, p.222).

A respeito da metodologia da Pedagogia da Alternância Gnoatto, Ramos, Piacessi e Bernartt (2006,p.3), afirmam que a mesma “surge como uma possibilidade, através de uma educação voltada para o desenvolvimento agrário, contribuindo para diminuir o fluxo migratório dos jovens do meio rural para o meio urbano, e ao mesmo tempo proporcionar uma educação integral” (GNOATTO; RAMOS; PIACESKI; BERNARTT, 2006, p.3).

3. Desafios contemporâneos e espaço rural

A população rural no Brasil vem sendo definida de diferentes maneiras e a partir dos diversos campos de estudos. Após a segunda metade do século XX, as definições mais comuns sobre o campesinato se encaminham para “uma complexificação da categoria, que passou a ser vista não mais como um bloco único, mas como um conjunto que continha subdivisões, como as de campesinato rico, médio e pobre” (GRYNSZPAN, 2010, p.74).

Em maior ou menor velocidade, os espaços não-urbanos, enquanto territórios, vão sendo alcançados pelas mudanças de paradigmas sociais. O espaço rural ou campo, no contexto brasileiro, é atravessado pelos processos de novas produções de sentidos e reconfiguração de práticas sociais. Adentram aqui as questões das tecnologias de comunicação e de como esta se insere no cenário de desigualdade social, histórico e econômico que dicotomiza as noções e as realidades entre campo e cidade.

Destaca-se que “antes de tudo, o acesso às novas tecnologias está longe de ser igualitário ou de conduzir a uma igualdade real” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.45), ou seja, a transformação pretendida depende de diversos fatores da conjuntura social, tais como econômicos e culturais.

É possível observar, ainda, que o mercado capitalista global agrega para si os valores dos sistemas de troca e compartilhamento de informações, onde “multiplicam-se as vozes, flexibiliza-se a ordem sem devoção pelos peritos ou pela cultura dominante” (CANCLINI, 2008, p.15). Surgem, então, as necessidades de entender os impactos das chamadas novas tecnologias nas subjetividades humanas

e na construção dos processos, aqui a saber os educacionais, que vão conformando práticas, dando novas formas de se relacionar com a mídia e seus dispositivos e envolvendo as formas de comunicação em novas perspectivas de investigação.

Ao teorizar sobre uma Cibercultura, Lévy (1999) colocava os processos migratórios como parte da realidade onde “a mobilidade das atividades econômicas e a das populações fazem parte da mesma forte tendência histórica à desterritorialização: elas não são mutuamente substituíveis” (LÉVY, 1999, p. 191). Assim, os instrumentos do ciberespaço apresentavam as competências técnicas para contribuir com processos mais igualitários na comunicação entre os territórios geográficos. Tudo isso com dependência de outros fatores que acabaram, ao longo dos anos, por se mostrarem mais determinantes.

No entanto, em aspectos teóricos, o grande salto foi pensar a cibercultura como algo que:

Simplemente não é controlável porque, na maior parte do tempo, diversos atores, diversos projetos, diversas interpretações estão em conflito. A aceleração da mudança, a virtualização, a universalização sem fechamento são tendências de fundo, muito provavelmente irreversíveis, que devemos integrar a todos os nossos raciocínios e todas as nossas decisões. (LÉVY, 1999, p.202)

Do desenvolvimento no campo teórico comunicacional é que emerge o conceito de midiatização. É posto que “não há consenso entre os vários autores a respeito de quando se pode falar de uma sociedade ‘mediatizada’ ou ‘em midiatização’, mas certamente isso tem a ver com o fato de as mídias ocuparem lugar central nas experiências cotidianas” (MARTINO, 2015, p. 235).

Entende Sodré (2010) que a midiatização relativiza as fronteiras entre realidades sociais e históricas, de maneira que “a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social do sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais” (SODRÉ, 2010, p.28). A partir desse movimento, empreende-se a compreensão de tecnocultura como “instância de produção de bens simbólicos ou culturais, marcando a implantação de uma nova ordem social pelos dispositivos tecnológicos” (SODRÉ, 2010, p. 7).

Dessa forma, em articulação com inclinações teóricas à comunicação, percebe-se que os meios não mais apenas medeiam as representações, eles estão no “funcionamento da sociedade - de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação - estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia” (NETO, 2008, p.92). A midiatização coloca uma referência aos modos de ser naquilo que já se compreendia como sociedade em rede (CASTELLS, 2020) e onde os fluxos discursivos e os modos de enunciação já não passam por fora das mídias no que diz respeito às transformações sociais.

“Convém lembrar, ainda, a necessidade de ver a escola do homem do campo como um fenômeno importante diante do processo de globalização” (LOPES, 2015, p.33). Mas a posição dessas escolas frente ao processo de globalização é de demarcação dos pontos de encontro e do estabelecimento de importantes diferenças. Não se trata de aceitar uma homogeneização, mas de entender que os avanços tecnológicos e a própria comunicação são direitos.

Giddens (2002), ao que chama modernidade reflexiva, explica que apesar de nesta fase global os estilos de vida serem variados e as formas de escolhas ampliadas, múltiplas, as oportunidades não se ofertam em igualdade. Mais do que isso, as diferenças se manifestam como parte da estrutura social.

Um projeto de educação do campo é um projeto de identificação com a população camponesa. Para Hall (2006, p.13), “somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente”. Como uma das consequências da globalização, surgem as novas identidades marcadas pela fragmentação e desintegração, mas onde também se observam movimentos de resistências.

No entanto, não se trata de uma visão apocalíptica para a diluição total das identidades locais, em contraposição às identidades globais somente pela inserção das tecnologias no cotidiano da população do campo. Hall (2006, p.77) constrói três pontos para a compreensão das novas identidades: que há interesse pela diferença e pela alteridade; a globalização é um fenômeno desigual; por ser um aspecto mais visto no Ocidente, a globalização se manifesta diferente nas periferias do mundo, onde o campo está inserido.

É preciso ainda notar o funcionamento de um sistema de comunicação em redes, sabendo que “redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 2020, p.40). A chance de mobilidade nesse acesso “proporciona, ao mesmo tempo, interação interna e deslocalização, conhecimentos e novas dúvidas” (CANCLINI, 2008, p.52).

4. Contexto pandêmico e tecnologias: dados da experiência na EFASA

Com a proposta de refletir sobre os desafios da prática educativa em escolas do campo, especificamente com os educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela (EFASA), realizamos uma pesquisa por meio da aplicação de questionários que geraram dados sobre o período da pandemia relativos ao ano de 2020 na escola. Foi elaborado formulário com finalidade acadêmica e científica, garantindo sigilo de identidade aos respondentes. Por meio da plataforma Google Forms, foi apresentada a intencionalidade de vislumbrar e contribuir com as reflexões sobre esse período, que atravessa o mundo todo por conta da pandemia de Covid-19 e que modificou as realidades em diversos contextos, incluindo a educação e a educação do campo.

O questionário foi composto de 19 perguntas fechadas e 4 perguntas abertas. A distribuição seguiu a seguinte ordem: perfil, experiências anteriores e trabalho no contexto pandêmico. Inspiramo-nos nas propostas de análise de conteúdo de Bardin (2016), que define um ordenamento dos trabalhos seguindo a fase de organização dos dados, exploração do material em categorias e, por fim, o tratamento das informações para resultados em face da teorização adotada e da problemática de pesquisa.

Sobre o perfil dos educadores no tocante à faixa etária, são jovens e em início da fase adulta, se considerarmos a categoria jovem até 29 anos (CASTRO, 2012); em idade são 57,1% entre 30 e 35 anos e 28,6% até 29 anos, e nenhum acima de 40 anos. Existe equidade de gênero, entre feminino e masculino, com 57,1% masculino e 42,9% feminino. A dedicação dos educadores ao tempo na escola é alta, tendo 71,4% trabalhado como docentes apenas na EFASA, enquanto 28,6% não trabalham apenas na escola.

Foram observadas as poucas experiências anteriores dos educadores com formatos de aulas e atividades que, necessariamente, precisassem da mediação tecnológica e uma parte dos educadores não utilizavam de recursos tecnológicos em todas as aulas ou atividades. O percentual de educadores que afirmaram não ter experiências anteriores com modalidades de ensino remoto ou à distância antes da pandemia foi de 71,4%, e apenas 28,6% possuíam. Esse dado aponta para uma insegurança desses educadores com o uso de recursos tecnológicos em suas aulas e que o período foi desafiador para o desenvolvimento de novas habilidades e demandando uma formação específica, como é possível observar nos gráficos que seguem (Figura 1; Figura 2; Figura 3).

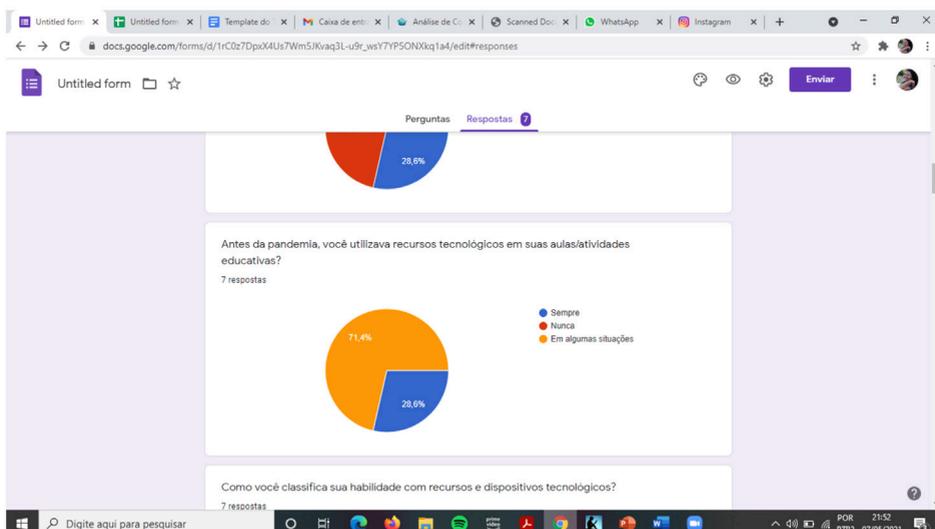


Figura 1: Utilização de recursos tecnológicos nas aulas. Fonte: produção própria

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

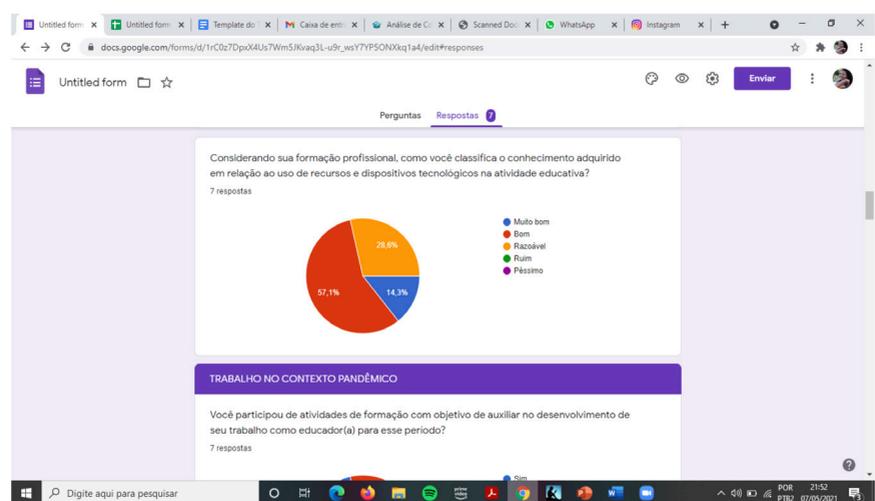
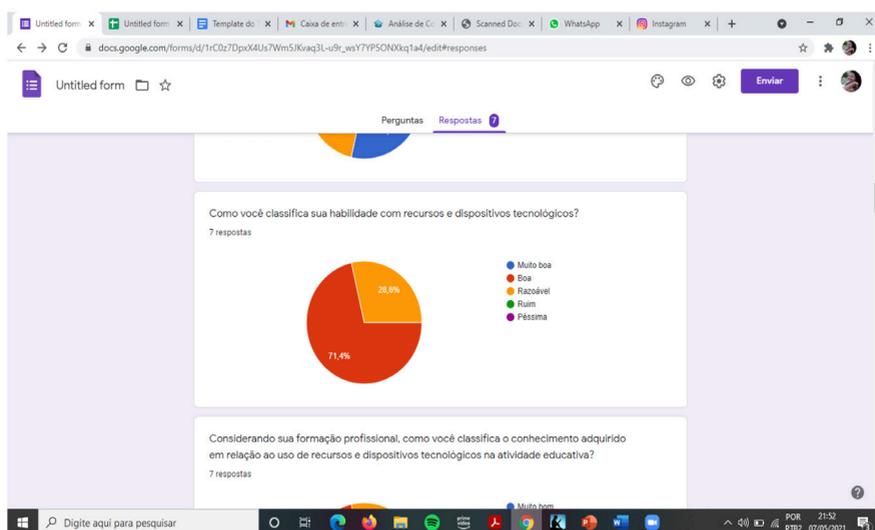


Figura 3: Formação para utilização dos recursos tecnológicos. Fonte: produção própria

Em relação aos meios de acesso, somente um dos educadores afirmou não utilizar o smartphone ou celular pessoal para o trabalho. As mesmas respostas seguiram em relação ao uso de notebook ou computador. No entanto, todos afirmaram utilizar tablets para a atividade docente, sendo que todos os dispositivos são de uso e propriedade particular. A conexão utilizada para o desenvolvimento das atividades de trabalho é via banda larga para 71,4% dos educadores e de outro tipo (não definido) para 28,6%. Sobre os dispositivos de acesso à internet, 57,1% deles afirma ter que dividir os mesmos com outras pessoas da família ou de sua

casa. Os educadores também avaliaram a importância dos recursos tecnológicos no desenvolvimento da prática educativa. O gráfico abaixo demonstra essa avaliação (Figura 4).

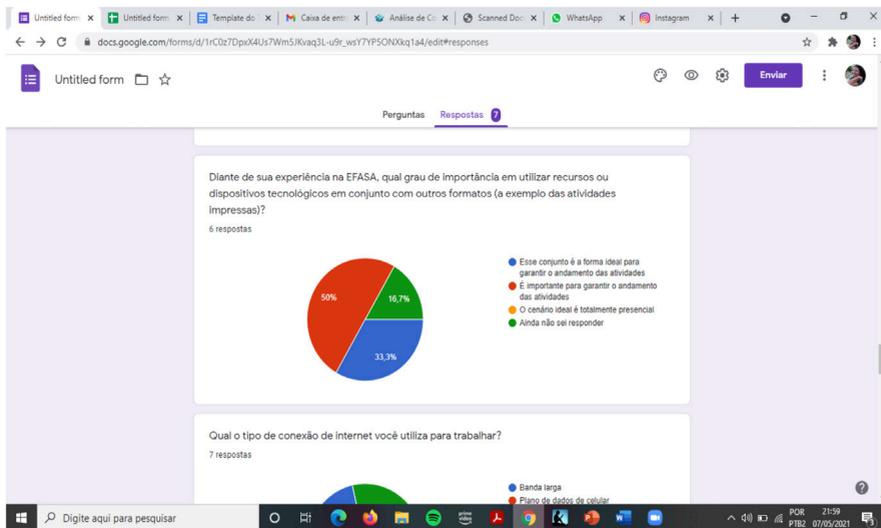


Figura 4: Grau de importância dos dispositivos tecnológicos. Fonte: produção própria

A autoavaliação no desenvolvimento dos educadores aponta, no entanto, que a participação de estudantes não tem sido satisfatória nas aulas e atividades, o que é possível inferir devido às dificuldades de acesso à conexão nas comunidades onde a maior parte dos jovens estudantes residem exatamente em zonas rurais. A inferência é possível a partir dos dados nos gráficos que seguem (Figura 5; Figura 6).

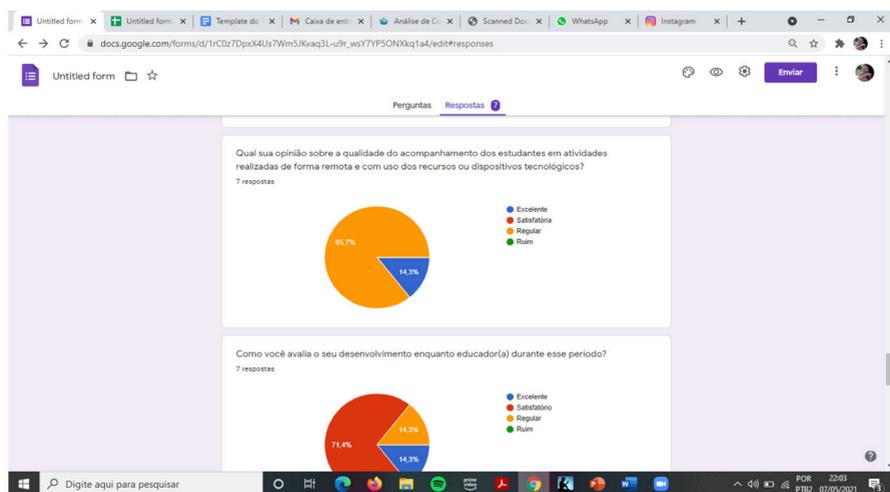


Figura 5: Acompanhamento dos estudantes no período. Fonte: produção própria

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

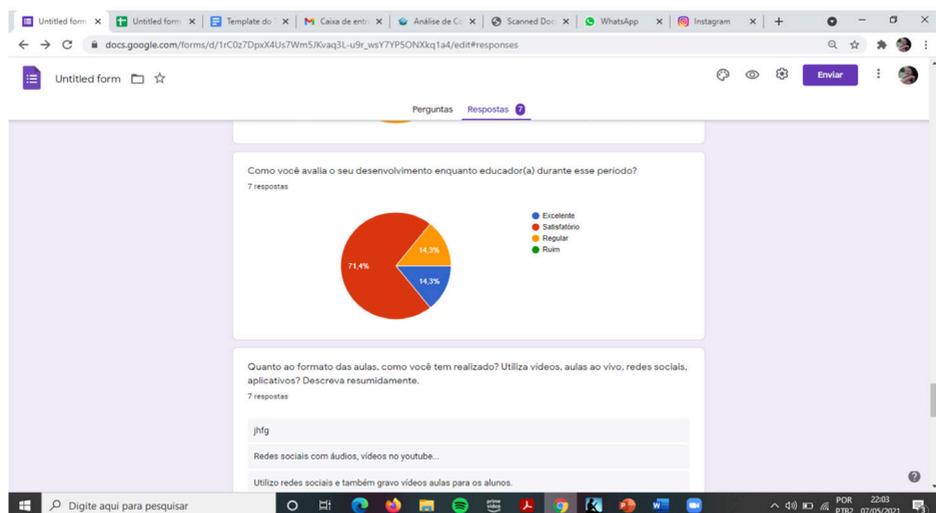


Figura 6: Autoavaliação dos educadores. Fonte: produção própria

Os educadores descrevem os esforços em tentar diversificar os recursos utilizados nas aulas, ao mesmo tempo em que destacam o excesso de trabalho e um extremo cansaço. Elaboramos um quadro com as respostas dadas a três questões abertas do questionário, não considerando apenas a questão sobre a cidade onde residem, que entrou na identificação do perfil dos educadores. O quadro foi elaborado (Tabela 1) para visualização dos dados, em que foram mantidas as palavras descritas pelos respondentes.

QUESTÕES ABERTAS			
Respostas dos educadores	Quanto ao formato das aulas, como você tem realizado? Utiliza vídeos, aulas ao vivo, redes sociais, aplicativos? Descreva resumidamente.	Descreva, relacionando com sua atividade profissional, seu estado de bem estar geral (físico, mental), considerando a vivência desse período.	Qual sua percepção sobre os desafios em relação ao trabalho de educadores(as) e uso de recursos e dispositivos tecnológicos no contexto da pedagogia da alternância?
1	“Redes sociais com áudios, vídeos no YouTube...”	“Trabalhando muito, com sobrecarga mental e por vezes físico (muito tempo sentado...)”	“Ainda viável, considerando a metodologia da pedagogia da alternância em acompanhar os alunos e alunas em suas atividades nas comunidades. Em um cenário atípico e penso que na normalidade também, é complicado pensar em ofertar a educação com recurso que poucas pessoas a dispõem.”

Desigualdades tecnológicas e desafios em tempos de pandemia: reflexões a partir da experiência de educadores da Escola Família Agrícola Santa Ângela • Ohana Luize Alves Lima

2	“Utilizo redes sociais e também gravo vídeos aulas para os alunos.”	“Um pouco puxado, porém dá pra levar de maneira adequada, e em relação ao psicológico um pouco esgotado.”	“Manter o compromisso e responsabilidade para enfrentar os desafios da pedagogia da alternância.”
3	“Produzo todo o material em PDF e gravo vídeos que são disponibilizados no YouTube e disponibilizo para eles via grupos de Whatsapp e pela plataforma Classroom”	“Sinto muita falta das atividades presenciais, mas tenho conseguido; meu estado é de estar bem mas querendo uma melhora”	“Na pedagogia da alternância é muito mais desafiador, pois trabalhamos com alunos que normalmente têm uma péssima base, que mal sabem ler e escrever quando chegam ao ensino médio. Ademais nossos instrumentos de pedagogia da alternância ficam totalmente prejudicados. E é bem difícil qualquer recurso e dispositivo tecnológico superar essas dificuldades, pois nossos alunos em sua maioria não têm acesso regular a tecnologia e internet”
4	“Utilizo whatsapp e Google classroom, atividades impressas para enviar conteúdo e também gravo pequenos vídeos com revisões e compartilho via YouTube. Devido ao difícil acesso dos alunos optei por não fazer videochamadas.”	“Um pouco cansado, especialmente quanto às cobranças referentes a diário e planos de aula.”	“O desafio na educação do campo se dá justamente no acesso, a grande parte dos alunos vive na zona rural das cidades, onde a internet não chega com qualidade e dificulta a própria distribuição de material físico para os mesmos. Além disso, um dos pontos centrais da pedagogia da alternância é o contato, o diálogo e a construção coletiva do saber e das práticas escolares, o que foi em grande parte inviabilizado pela pandemia.”
5	“Vídeos/aulas ao vivo/ Aplicativos”	“Ambos cansados!”	“Desafiador!”
6	“No começo da pandemia comecei com aulas pelo aplicativo Zoom (só que a Internet dos alunos não ajudava), vídeos, PDF, power point e também trabalho pelo WhatsApp.”	“Muito cansativo esse período. Posso dizer que estou trabalhando muito mais.”	“Muito difícil na nossa realidade, pois temos poucos alunos com acesso a Internet e quando tem é somente por dados móveis.”

Tabela 1: Questões abertas. Fonte: produção própria

5. Considerações finais

Mesmo destinado ao universo de uma única instituição e grupo de educadores, considera-se que este artigo possa contribuir com as reflexões surgidas nesse período da história, fazendo os recortes regionais necessários situados nas interfaces entre comunicação, educação e desigualdades tecnológicas.

O recorte temporal sobre o qual demarcamos já consta para os anais da história da contemporaneidade sobre diversos aspectos desafiadores notadamente marcados pela forte presença das tecnologias, dos dispositivos móveis, das atividades remotas, da hibridização dos espaços e dos tempos e da fragmentação das temporalidades que se expõem, abrindo ainda mais as fragilidades das desigualdades sociais e econômicas de países como o Brasil e de espaços territoriais à margem dos grandes centros de exercício do poder, onde se encontram as regiões e as populações do campo.

É possível perceber que, para estes educadores, a utilização de recursos tecnológicos em contexto de pedagogia da alternância é mais desafiadora do que em outros modelos de educação. Isso, poderíamos dizer, se dá pelo perfil da formação profissional, da realidade local, da adaptação aos processos de alteração nas dinâmicas tecnológicas. Há ainda que se destacar o desafio advindo da necessidade de inserção das tecnologias, mesmo diante do cenário desigual, na realização de uma educação contextualizada com as comunidades. Este último desafio faz parte de um contexto bem maior de discussões demarcadas em períodos bem anteriores ao tempo pandêmico e que não cessa a partir dele.

6. Referências bibliográficas

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003.
- CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 21ª ed., 2020.
- CASTRO, Elisa Guaraná. **Juventude do campo**. In: CALDART, Roseli Salet; PEREIRA, Isabel Brasil; ALENTEJANO, Paulo; FRIGOTTO, Gaudêncio (organizadores). **Dicionário da Educação do Campo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Expressão Popular, 2012, p. 439-446.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, CGI.BR -. **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil : TIC kids online Brasil 2018**. ICT kids online Brazil 2018 / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019.
- FONEC, Fórum Nacional de Educação do Campo. **Direito à Educação em tempos de pandemia: Defender a Vida é mais do que reorganizar o calendário escolar**. Brasil, 2020. Disponível em: < <http://www.anfope.org.br/wp-content/>

uploads/2020/04/Carta-do-FONEC-Articula%C3%A7%C3%B5es-Comit%C3%AAs-e-F%C3%B3runs-estaduais-de-Ed-do-Campo-e-Apoiadores-ao-CNE.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2021.

- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- FUNDAÇÃO SANTA ÂNGELA - ESCOLA FAMÍLIA AGRÍCOLA SANTA ÂNGELA. **Proposta Político Pedagógica da Escola Família Agrícola Santa Ângela**. Pedro II-PI, 2019.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- GNOATTO, Almir; RAMOS, Antonio; PIACESKI, Celso Eduardo Pereira; BERNARTT, Enelde. **Pedagogia da Alternância**: uma proposta de educação e desenvolvimento no campo. In: 44º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), 2006, Fortaleza-CE.
- GRYNSZPAN, Mario. **Campesinato**. In: MOTTA, Márcia. **Dicionário da terra**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. 72-75.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- INTERVOZES. **Direito à comunicação e internet: empoderamento digital como garantia deste direito no ambiente online**. Brasília (DF), 2018.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LIMA, Elmo de Souza; SILVA, Maria Suleuda Pereira da. **Prática educativa no contexto da educação do campo**: as possibilidades de transformação social. In: **Educação do campo: reflexões políticas e teórico-metodológicas**. Organização Elmo de Souza Lima e Keylla Rejane Almeida Melo. Teresina: EDUFPI, 2016.
- LOPES, Sergio Luiz. **Os desafios do professor do campo na contemporaneidade**. In: LOPES, Sérgio Luiz (org.). **Práticas educativas na educação do campo: desafios e perspectivas na contemporaneidade**. Boa Vista : Editora da UFRR, 2015. P 25-48.
- MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes e redes. Petropólis, Vozes: 2015.
- NETO, Antônio Fausto. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **MATRIZES**, São Paulo, nº 2, abril, 2008.
- PAIS, José Machado. **A construção sociológica da juventude** – alguns contributos. *Análise Social*, v. 105-106, jan./dez. 1990, p. 139-165.
- PAULO, Maria de Assunção Lima de. **As construções das identidades de jovens rurais na relação com o meio urbano em um pequeno município**. Tese (Doutorado em Sociologia) – UFPE. Recife, 2010.
- POLISTCHUCK, Ilana; Aluizio Ramos Trinta. **Teorias da comunicação**: o pensamento e a prática do jornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemízia, Luze Silva - Organizadores

SOBREIRA, Milene Francisca Coelho; SILVA, Lourdes Helena da. Vida e construção do conhecimento na Pedagogia da Alternância. **Revista Eletrônica de Educação**, v. 8, n. 2, p. 212-227, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura**: a comunicação e seus produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 5ª ed., 2010.

Comunicação popular e o cotidiano de lutas pela cidade: Lagoas do Norte pra quem? ¹

Sarah Fontenelle SANTOS²

Luan Matheus SANTANA³

Resumo: A esperança é diária na comunicação transpassada por saberes e práticas comunitárias. Este trabalho tem por objetivo refletir sobre os processos comunicativos das pessoas atingidas pelo Programa Lagoas do Norte (PLN), zona norte da capital de Teresina, onde espreita o medo por desapropriação por conta de um programa urbanístico com financiamento do Banco Mundial. Assim, perpetra-se a comunicação popular em defesa do direito à cidade (HARVEY, 2013; LEFEBVRE, 2001). Destacamos para a análise a editoria *Esperanças*, presente no portal Ocorre Diário, uma plataforma de comunicação popular e colaborativa. Como método de análise fazemos uso da pesquisa-ação, onde pesquisadores mergulham na ação cotidiana deste fazer comunicativo que se inspira nos modos de fazer tradicionais e ancestrais, não podendo ter outra vertente que não as estratégias sensíveis (SODRÉ, 2006), aliados à perspectiva de Modos de Fazer (SANTANA, 2001). **Palavras-chave:** Comunicação popular; Direito à cidade; Programa Lagoas do Norte; Boa Esperança.

Introdução

A cidade, este complexo de interações, conflitos e tensões, configura-se também como celeiro de experimentações e vivências. A experimentação-utopia, segundo Lefebvre (2001), é uma forma de construirmos uma cidade de direitos, para além das negações que vivenciamos cotidianamente. É assim que a comunidade da Avenida Boa Esperança (Teresina-PI-BR), nosso contexto de estudo para este trabalho, experimenta e vive elaborações para uma cidade coletiva em defesa de seu território. Do mesmo modo, experimenta a criação-vivência de uma comunicação que urge no sensível (SODRÉ, 2006), nos afetos comunitários e nos saberes

1 Artigo apresentado no GT 4 - Decolonialidade e Inovação em Jornalismo do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: fontenellesarah@gmail.com.

3 Doutorando em Comunicação na Universidade Federal do Ceará. E-mail: luammatheus@gmail.com.

ancestrais. Na luta contra as desapropriações do Programa Lagoas do Norte, a comunidade Boa Esperança, localizada na capital do Piauí, Teresina, nos ensina a sentipensar (FALS BORDA, 2009) outra comunicação possível colaborativamente com a Plataforma de Comunicação Popular Ocorre Diário.

A Comunidade da Boa Esperança construiu (e ainda constrói) suas histórias de vida na margem do rio Parnaíba que se encontra com o rio Poti. Autoafirmando-se como afropindorâmica, com ancestralidade indígena e quilombola. Hoje, a campanha “Demarca Esperança” reivindica a demarcação enquanto quilombo urbano. Seus saberes são guardados pela oralidade, patrimônio e a vida comunitária.

Dessa forma, a comunidade vem criando seus próprios instrumentos comunicativos, recontando suas histórias e refazendo um trajeto de apagamento promovido pela branquitude (CARONE & BENTO, 2002), pela mídia convencional/hegemônica e pelo capital. Fazemos uma opção que rompe com as algemas teóricas, imputadas por ideologias históricas, sob as quais se fundamentam as principais escolas científicas (inclusive as da comunicação), voltadas quase que unicamente às teorias nortenas (TORRE, 2018). Frente a isso, dialogamos neste trabalho uma concepção teórica que enxerga a comunicação como lugar de re-humanização (VILLANUEVA, 2018), emancipação (FREIRE, 1987), libertação e construção coletiva.

Optamos por procedimentos que mesclam elementos sistemáticos às experiências da vida cotidiana, nos afetos e no sensível guiados pela transmetodologia (MALDONADO, 2002). Segundo o autor, “a dimensão sensitiva e emotiva de nossos afazeres de pesquisa têm um papel crucial na construção dos objetos de conhecimento, sem paixão o pouco que aflora resulta enfadonho e repetitivo” (MALDONADO, 2002, p. 8).

Os “*modos de ser*” como uma ferramenta transmetodológica de pesquisa vem sendo proposto por Santana (2021) a partir de uma aproximação teórica (transdisciplinar) entre o conceito de modos de vida e cotidiano (GUERRA, 1993), associado aos conceitos de produtos jornalísticos e conteúdo (BARDIN, 2011). Uma ferramenta que:

[...] nos instiga a pensar a comunicação para além do seu caráter instrumental (como comumente é visto na mídia hegemônica/convenção) e colocá-la em um lugar de centralidade dos processos, como parte da essência do próprio ser humano (o direito de dizer sua palavra) (SANTANA, 2021, p. 67)

Por essa perspectiva, é possível enxergar a comunicação alternativa, comunitária e popular para além do conteúdo, percebendo também como o cotidiano influencia nos seus processos comunicacionais. Para este artigo, iremos analisar a editoria “Esperança”, do Portal Ocorre Diário, que traz, exclusivamente, conteúdos

sobre a Comunidade da Boa Esperança. Para tanto, catalogamos os 35 conteúdos publicados na editoria, identificamos categorias comuns entre eles e separamos em categorias, a partir dos direcionamentos de Bardin (2011). Esse processo nos permitiu fazer inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p.47).

2. O cotidiano de luta pela cidade

Segundo levantamentos da Secretaria de Planejamento da Prefeitura Municipal de Teresina (Caracterização Socioeconômica da área das Lagoas do Norte), a área total do Programa Lagoas do Norte tem “aproximadamente 1.198 ha, compreende os 13 bairros da zona norte da cidade que estão sob influência direta das lagoas e onde vivem mais de 92 mil pessoas” (SEMPPLAN, 2012). Deste total, uma população de 10.558 habitantes reside no Bairro São Joaquim, que abriga a comunidade da Avenida Boa Esperança, nosso ponto de conexão para construção deste trabalho.

Encontrando-se entre belezas naturais dos rios e das lagoas, a Zona Norte é também considerada o berço da cidade de Teresina, pois abriga uma população que ergueu a cidade, celeiro da cultura popular. Casas de santo (em sua maioria de Umbanda), Brincadeiras do Bumba meu Boi (o que dá nome a um importante aparelho cultural local, Teatro do Boi), capoeira, blocos de carnaval, lendas, *harpers*, rezadeiras, vazanteiros e vazanteiras (pessoas que fazem plantio nas vazantes do rio), artesãos e artesãs do barro (pela abundância que caracteriza o local), dentre tantas outras manifestações e patrimônios materiais e imateriais, compõem a diversidade local. Segundo Silva (apud CARMO; CARVALHO, 2016), há na região norte cerca de 210 casas de culto religioso afro-brasileiro, porém este dado é subnotificado, devido às poucas pesquisas.

Neste cenário, o Programa Lagoas do Norte (PLN), que se autodeclara um programa urbanístico e de melhoramento urbano (TERESINA, 2014), desponta não como uma solução, mas como uma ameaça ao território. Explicamos o porquê. Relegando a últimos planos a territorialidade ancestral da população da região, o PLN propõe a remoção de milhares de famílias para locais mais distantes do centro da cidade. Somente para a ampliação da Avenida Boa Esperança, parte da segunda fase do PLN, apontava-se a remoção de mais de 1.588 imóveis (TERESINA, 2014), em um cenário onde é comum em uma mesma casa morar duas ou mais famílias. É justamente a partir da resistência destas famílias em permanecer em seu território que despontam caminhos comunicativos que se desdobram em afetos de esperanças.

Na defesa do território, a comunidade da Avenida Boa Esperança reivindica seu direito à memória e histórias de vida. Muitas das famílias residem ali há mais de 50 anos, construíram suas casas comunitariamente e travaram muitas lutas por

aparelhos sociais, tais como escola, creche e até direito à água encanada. Moradores e moradoras lembram sobre os ancestrais, primeiro indígenas (IPHAN, 2014) e depois, população de ex-escravizados que encontravam na zona norte abrigo. Este fato pode justificar a presença da maior parte dos terreiros de santo da capital Teresina (CARMO; CARVALHO, 2016). Em sua dissertação, Carmo aponta uma série de ameaças de desapropriações de terreiros para expansão do PLN:

Sem ter um plano de atuação e/ou políticas de atendimento específicas que garantam direitos e que possam assistir, de modo adequado, Povos de Terreiros em possíveis situação de remoção e reassentamento, o PLN também tem afetado as culturas religiosas de origem africanas e indígenas na zona Norte, eclipsando narrativas e construindo outros cenários culturais para essas expressões de religiosidades (CARMO, 2017, p. 196).

Há uma profusão de pesquisadores e pesquisadoras que vêm apontando as violações de direitos humanos de diversas ordens, sejam elas sociais, econômicas, culturais, antropológicas, ambientais provocadas pelo PLN (REGO; VARÃO, 2017; PEREIRA, 2017; CARMO, 2017; RODRIGUES NETO; LIMA, 2018). Para este trabalho, é válido afirmar que o PLN, embora se autointitule como um programa de melhoramento urbano, social e ambiental, traz o lastro de remoções involuntárias, que vem desabrigoando muitas famílias não apenas de suas casas, mas de seus território e modos de fazer. O PLN é fruto de parceria entre a PMT, Governo Federal, Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) e Banco Mundial (BM).

É neste contexto de reExistência que a comunidade tece uma diversidade de estratégias comunicativas na ordem do sensível e das urgências de defender seus modos de vida. Desde os saberes comunitários e ancestrais vemos se desvelar uma comunicação orgânica em confluência (BISPO, 2015) com o território em defesa da cidade. Podemos citar como processos comunicativos na comunidade: cartas, páginas nas redes sociais, Museu da Resistência da Boa Esperança (físico e virtual), pichações e grafites nos muros dos moradores, performances, documentários, projetos de comunicação (tais como o Projeto de Comunicação Popular Mulheres nos Terreiros da Esperança), Boletim Esperanças, ensaios fotográficos, dentre outros.

Em um destes caminhos comunicativos citados acima é onde prospera a aliança com o coletivo que forma a Plataforma de Comunicação Popular e Colaborativa Ocorre Diário, pois do Projeto Mulheres nos Terreiros da Esperança é que nasce o portal, na luta pelo direito à cidade. Hoje, a plataforma é organizada via coletivo de comunicadores populares e pauta diversas questões, desde direitos humanos, temas socioambientais, diversidade etc., narrando o contexto piauiense.

A citada plataforma nasce no texto da luta cotidiana da Boa Esperança, aprendendo ali os valores do direito à cidade, que segundo Harvey (2013), é também a liberdade de construí-la segundo as necessidades humanas. O cotidiano, que segundo Heller (2000), não está fora da história, mas se encontra em seu centro, tem sido abalado desde que o PLN, acompanhada de seu discurso de progresso, chegou à comunidade. E é assim que as narrativas comunitárias, que não querem se perder, encontram espaço na editoria Esperanças do portal citado, para se fazer história registrada coletivamente

Para Heller (2000), “a vida cotidiana caracteriza-se pela unidade imediata de pensamento e ação” (p. 45), mas não necessariamente o pensamento cotidiano é teoria, assim como sua atividade não é por extensão a práxis. No entanto, “a vida cotidiana pode ser fonte, exemplo, ponto de partida para a teoria, como ocorreu no caso do chamado ‘*cammon sense*’; pode igualmente ter certa participação na consciência na práxis” (HELLER, 2000, p. 45). Assim, as ações cotidianas e os modos de fazer comunitário da Boa Esperança nos apontam teoria e práxis na caminhada contra-colonial latino-americana. Ensina-nos a pensar comunicação para uma cidade inclusiva e coletiva.

3. Comunicação na luta pela cidade

É preciso, pois, observar e fortalecer os projetos midiáticos alternativos e populares que contribuem para causar rupturas no monopólio da fala e pluralizar vozes, conteúdos e formas de fazer comunicação. Estes processos são tecidos na América Latina, desde os setores subalternizados, seus saberes e práticas. É este ponto que estabelecemos para sentir-pensar estes modos comunicativos. Em “por uma sociologia sentipensante para a América Latina”, Fals Borda afirma:

Ao contrário daquelas gerações centristas e acomodadas, a geração ativa e sentipensante de hoje conseguiu acumular conhecimentos e práticas superiores sobre a realidade nacional e pode agir melhor de acordo. Não tem medo de sair a campo, apesar dos perigos e mal-entendidos, e de aprender novamente com prazer e encorajamento sobre nosso ambiente especial tropical, lutando contra o tradicional colonialismo intelectual e político ante os nortistas, e redescobrimo as culturas e tradições regionais e provinciais de nossos povos de origem (FALS BORDA, 2009, p. 428).

Esse tipo de comunicação, que vem de dentro e transborda coletivamente, é o que chamamos de comunicação popular. Mas, como nos lembra Círcia Peruzzo (2009), também pode ser chamada de comunicação comunitária, alternativa, radical, contra-hegemônica. As nomenclaturas são diferentes, mas os objetivos

são semelhantes. No fundo, trata-se de um tipo de comunicação que se constitui em dinâmicas voltadas à mudança social e ampliação da cidadania. O comunicólogo chileno Fernando Reyes-Matta (2017) prefere chamar essa comunicação de alternativa. Para ele, “o alternativo é, acima de tudo, alterador. Altera o injusto, altera o opressor, altera a inércia histórica que traz dominação sufocante. Alteração marcada por uma vocação libertadora, onde são nutridas uma multiplicidade de experiências comunicativas” (p. 129, tradução nossa).

Mas ser alternativo, por si só, não basta. Acreditamos que é preciso buscar, o quanto antes e sempre que possível, os caminhos para emancipação do tradicional colonialismo intelectual nortenho, de que fala Fals Borda (2009), prezando por um pensar crítico que traz em seu bojo a força ativa para reelaborações de outros mundos. Para Quijano (2000), a colonialidade se configura como um sistema que visa a implementação de um padrão mundial de dominação capitalista. Nesse sistema, as bases centrais da exploração se concentram nos povos e sujeitos racializados (negros e indígenas), nas relações de trabalho e de gênero (QUIJANO, 2000. p. 342). Mignolo (2017) ressalta que “as opções descoloniais são um inexorável esforço analítico para entender, com o intuito de superar, a lógica da colonialidade por trás da retórica da modernidade” (MIGNOLO, 2017. p. 6).

Nestes caminhos decoloniais, tecemos criticamente a construção de uma comunicação alinhada às necessidades práticas da vida comunitária. É, portanto, uma comunicação que se pauta na dialogicidade, na horizontalidade e que se dispõe, em intersubjetividade, no diálogo entre consciências.

O diálogo não é um produto histórico, é a própria historicização. É ele, pois, o movimento constitutivo da consciência que, abrindo-se para a infinitude, vence intencionalmente as fronteiras da finitude e, incessantemente, busca reencontrar-se além de si mesma. Consciência do mundo, busca-se ela a si mesma num mundo que é comum; porque é comum esse mundo, buscar-se a si mesma é comunicar-se com o outro. O isolamento não personaliza porque não socializa. Intersubjetivando-se mais, mais densidade subjetiva ganha o sujeito (FREIRE, 1987, p. 9).

A comunicação decolonial que busca humanização (VILANUEVA, 2018) é possível apenas em ambiente onde há participação, por isso horizontal. Uma participação que busca o diálogo, portanto se faz na “consciência crítica da população”, na medida em que “fortalece o poder de reivindicação e prepara para adquirir mais poder na sociedade” (DIAZ BORDENAVE, 1983, p. 12). Para Freire (1995), a “participação é um exercício de voz, de não-silenciamento, de decisão, de direito de cidadania que se acha em relação direta, necessária, com a prática educativa-progressista” (FREIRE, 1995, p.73).

É nesse contexto de múltiplas possibilidades de produção comunicacionais que o Ocorre Diário tem se afirmado como um coletivo de comunicação alinhado ao pensamento decolonial. Em seu texto de apresentação no Portal, o grupo se define como “uma plataforma de comunicação popular e colaborativa, que ousa sonhar-fazer uma comunicação que liberte as potências emancipatórias, dialógicas, plurais e decoloniais da informação”⁴. O coletivo tem suas origens em 2016, a partir da criação da Flores.Ser Comunicação Coletiva, um espaço de assessoria aos movimentos de arte, cultura e outros movimentos sociais.

Em 2018, o Ocorre nasce “oficialmente” como um portal de notícias e também com presença nas redes sociais, e hoje é composto por jornalistas, fotógrafos, comunitários, arquitetos, artistas e colaboradores tantos, “cartografando os afetos de quem tá no corre diário dessa vida, porque não nos sujeitamos ao imobilismo que o jornalismo nos impõe com suas factuaisidades, objetivismos e distanciamentos”⁵.

4 - Esperanças: confluências de saberes nas estratégias comunicativas

A editoria Esperanças existe desde 2018, tendo sido a primeira a ser alimentada dentro do portal Ocorre Diário, com o material de pós-produção do Projeto de Comunicação Popular Mulheres nos Terreiros da Esperança, onde foram catalogados, até o momento de conclusão deste artigo, 35 produtos comunicacionais. Para fins de análise, organizamos os 35 itens em 4 categorias⁶: 1) Saberes confluentes (jornalistas populares e comunidade); 2) Vozes da comunidade (de criação da comunidade); 3) Opinião e Ciência Popular (textos escritos por pesquisadores e apoiadores da comunidade); e 4) Ações coletivas (resultado de ações de oficinas na comunidade).

Como critério para a categorização, observamos elementos comuns entre os conteúdos, que vão desde gêneros jornalísticos até os modos de fazer. Um entre-laçar transmetodológico (MALDONADO, 2002) que nos possibilita ir além do instrumentalismo e nos lança em uma análise desde as estratégias sensíveis (SODRÉ, 2006), onde reverberam os afetos, o cotidiano e os modos de vida.

Desde o processo de pesquisa (PERUZZO, 2016), é possível observar que o modo de produção colaborativo entre Ocorre Diário e comunidade da Boa Esperança abunda em uma comunicação criadora, pois o modo de produção se reinventa no desenrolar dos processos.

4 Disponível aqui: <https://ocorrediarario.com/o-corre-e-diario/>

5 Disponível aqui: <https://ocorrediarario.com/o-corre-e-diario/>

6 Os produtos comunicacionais presentes nas 4 categorias citadas podem ser visualizados na Tabela 1.

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

Categoria 1 - Saberes confluentes(Comunidade e Jornalistas Populares)	
Data	Título
19/04/2021	O que está por trás das cercas do Parque Lagoas do Norte?
25/01/2021	Após ampla mobilização popular, justiça concede reintegração de posse à Seu Raimundo pela segunda vez
23/01/2021	Quilombo da Boa Esperança: vazanteiro tem terreno invadido novamente por empresário em Teresina
12/01/2021	Permanência: Boa Esperança cobra promessas do Prefeito Dr. Pessoa sobre Programa Lagoas do Norte
04/12/2020	Lagoas do Norte: Banco Mundial reconhece falhas na execução do Programa; Mas ainda quer remover 1500 famílias que resistem
17/08/2020	Banho de sangue: Domingos Jorge Velho e João do Rego, há diferença? Quem é El Matador?
16/08/2020	Banho de Sangue: Ato-performance em estátua de Domingo Jorge Velho massacrando indígenas marca aniversário de Teresina
19/03/2020	Mapeando memórias e território – Fotorreportagem Lagoas do Norte Pra Quem?
14/03/2020	Lagoas do Norte: após denúncias, Banco mundial realiza Painel de inspeção nas comunidades
11/02/2020	Centro de Defesa Ferreira de Sousa entra na Rede de Assessoria Técnica Popular do Nordeste
28/12/2019	Programa Lagoas do Norte: Banco Mundial abre investigação para apurar violações do Direito à Moradia em Teresina
30/10/2019	Show da resistência acontece nesta sexta; Confirma a programação
21/10/2019	Show da Resistência abre o mês da consciência negra; Movimentos e artistas se solidarizam com os Atingidos pelo Programa Lagoas do Norte”
29/09/2019	#PintandoNossaLuta colore paredes de resistência no bairro Mafrense
19/08/2019	Engula seu bolo: povo reage aos despejos da prefeitura no aniversário de Teresina
01/04/2019	Alegria e Esperança: Confirma vazanteiro retomando sua terra
13/03/2019	Boa Esperança: senhor vazanteiro de 70 anos ganha na justiça direito a reapropriação de terreno
08/03/2019	SM: Mulheres atingidas pelo Programa Lagoas do Norte entregam carta; Prefeito não recebe as manifestantes
21/02/2019	Boa Esperança: Moradores articulam resistência contra novos ataques da prefeitura
11/01/2019	Audiência entre PMT e moradores da Boa Esperança apresenta falhas licitatórias do Programa Lagoas do Norte
07/08/2018	Segurança Pública para a vida ou para morte? Comunidade do São Joaquim discute questão

Esperanças - Vozes da Comunidade	
Data	Título da Manchete
22/03/2021	21 de março: um Manifesto na luta pela eliminação da Discriminação Racial
06/11/2020	A história sem máscaras: “Teresina sem maquiagem” entrevista historiador sobre a Zona Norte
22/10/2020	THE sem Maquiagem: Conhecimento na prática, Lúcia entrevista arquiteto sobre o direito à cidade
16/10/2020	Teresina Sem Maquiagem: Série vai até Ocupação <u>Lindalma</u> Soares e pergunta o que é direito à cidade
09/10/2020	Quem tem direito à cidade? Moradora faz uma série de reportagem sobre o tema; Acompanhe o Corre
12/11/2020	Protesto: “Chega de violência no trânsito. Av: Boa Esperança para pessoas”; manifestantes denunciam ainda descaso com iluminação pública

Esperanças - Opinião e Ciência popular	
16/08/2018	Teresina cristalina de sangue: Lagoas do norte, políticas de exclusão e o eterno retorno
24/04/2018	“A chuva é boa, os rios são a solução”
03/06/2019	Acabou-se a brincadeira? O Teatro do Boi e a estrela da gente boiadeira na mira do Lagoas do Norte

Esperanças - Ações Coletivas	
15/03/2018	A voz das avós da Boa Esperança
15/03/2018	Religando Vivências
15/03/2018	Circulando entre memórias.
15/03/2018	Construindo Circulos: Ver, ouvir e tecer.

Tabela 1 - Catalogação dos conteúdos separados por categorias

Fonte: Produção própria

Apontamos, portanto, que todas as matérias produzidas são pautas erguidas pela comunidade e como modo de dar forma a elas envolve a busca de vários métodos participativos. Por vezes, são áudios da comunidade que se transformam em textos; em outras ocasiões, é possível detectar que as reportagens são entrelaçadas por vídeos e fotografias enviadas pela comunidade; ou ainda, são escritos que completam vídeos ou vídeos que complementam escritos. É um complexo emaranhado comunicativo que se tece em rede, onde os saberes vão criando sentidos à medida que produzem um todo coletivo.

Algumas matérias também são resultado de rodas de conversas que acontecem na comunidade ou de experiências e vivências. Para exemplificar, citamos a reportagem “Mapeando Memórias e Território - Fotorreportagem Lagoas do Norte Pra Quem?”, cuja produção foi resultado de vivência na comunidade em que o objetivo era o mapeamento territorial. Ao final do evento, foi construída esta forma-comunicação tecida entre fotografia dos participantes e breves legendas. Ou ainda a reportagem “Segurança pública para a vida ou para a morte? Comunidade do São Joaquim discute questão”, resultado de uma roda de conversa que aconteceu na Avenida Boa Esperança, reunindo além dos comunitários, pesquisadores de diversas áreas e ativistas de movimentos sociais. Ambas as reportagens citadas estão na categoria 1.



A CIDADE · ESPERANÇAS

Mapeando memórias e território – Fotorreportagem Lagoas do Norte Pra Quem?

Redação Ocorre Diário 19 de março de 2020 680

Figura 1 - Print do site Ocorre Diário

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemízia, Luze Silva - Organizadores

Tendo dito estas palavras sobre o processo de produção colaborativo, dispomos a seguir um mapa, para visualizar as diferentes categorias criadas para fins de análise.



Na categoria 1 (Produção Coletiva - Comunidade e Jornalistas Populares), analisamos 21 matérias publicadas na editoria Esperança. As matérias foram publicadas entre os anos de 2019 e 2021 e apresentam características comuns entre si, quer seja nos conteúdos veiculados ou na sua estrutura de construção e produção das notícias. Nela é possível observar diferentes estratégias de produção coletiva, mas que em comum têm o envolvimento da comunidade nos processos em confluência com outros saberes que emanam dos participantes do coletivo Ocorre Diário. Nesta categoria, observamos produtos comunicativos que envolvem arte e cultura, denúncias da comunidade, anúncios de outro modelo de cidade (desde a elaboração diária da comunidade na luta pelo direito à cidade).

Já na categoria 2, em que encontramos produções realizadas de forma independente pela própria comunidade, analisamos 6 matérias, publicadas entre 2020 e 2021. Consideramos que são resultado de uma caminhada longa de troca de saberes comunicativos, por meio da qual a comunidade passa a não apenas propor pautas ou enviar material a serem construídos coletivamente, mas de produtos comunicacionais que já chegam elaborados. Nesta categoria, é possível observar produções sobre o direito à cidade, bem como o uso da entrevista como ferramenta primordial para construção desta estratégia comunicativa onde emergem saberes comunitários.

Destacamos, nesta categoria, a Série de Reportagens “Teresina Sem Maquiagem”. Com 4 episódios, a série foi criada e produzida por mulheres da comunidade. Tendo em vista que outubro é o mês das cidades, uma liderança comunitária visitou diferentes bairros da zona norte da capital entrevistando moradores sobre o que era direito à cidade, com isso, trazendo à tona uma série de violações de direitos humanos.

governo que abandona a população.

A Teresina maquiada reverbera aos quatro cantos que a gestão absolutista é um governo criança. Aqui percebemos a máscara que está por trás, Luana é uma mulher como as maioria das mulheres negras pobres, vítima do processo escravocrata e racista, sem acesso a uma creche para seu filho e para onde vai, leva a criança. É aí onde está a farsa do prefeito criança, que nega um direito básico.



Figura 2: Liderança comunitária Lúcia Oliveira, em reportagem na zona norte de Teresina

Já na categoria 3 (Opinião e Ciência Popular), analisamos 4 artigos de opinião produzidos por pesquisadores e profissionais que atuam de forma multidisciplinar na comunidade. Destacamos a potência criadora, por meio da qual diversos conhecimentos desaguam em diálogo com a comunidade, tornando saberes técnicos e científicos acessíveis, ao tempo em que advoga em defesa das causas populares. Aqui consideramos ciência popular, a construção de saberes comprometidos com as transformações sociais, tal como defende Fals Borda (2009).

Observamos que as parcerias, desde acadêmicos comprometidos, profissionais ou militantes de movimentos sociais, trazem seus acúmulos de conhecimento para reverberar as pautas da comunidade Boa Esperança. Destacamos aqui o texto do antropólogo e morador da zona norte, Lucas Pereira, intitulado “Acabou-se a brincadeira? O Teatro do Boi e a estrela da gente boiadeira na mira do Lagoas do Norte”. Lucas Pereira é um pesquisador atuante nas lutas dos atingidos pelo Programa Lagoas do Norte e no texto tece críticas aos impactos trazidos na cultura do bumba meu boi na região.

Com a reforma do Teatro - intervenção prevista no bojo de obras do Programa Lagoas do Norte e iniciada pouco depois do meu batizado no batalhão de seu Pedro - a oficina do Boi Mirim teve seu fim anunciado. Além da interrupção desta e outras atividades, as melhorias estruturais do espaço trouxeram consigo mudanças nos seus públicos. O antigo Matadouro Municipal, hoje Teatro do Boi, é uma das evidências do processo de expulsão dos pobres e atração dos ricos para a zona norte da cidade.



Cordão de caboclas do Boi Mirim Estrela do Matadouro. Foto: Chiquinho Pereira, 2009.

Figura 3 - Print do Site Ocorre Diário. Artigo de opinião sobre a exclusão da população local nos aparelhos de cultura reformados no bojo do Programa Lagoas do Norte.

E, por fim, na categoria 4 (Ações Coletivas), analisamos 4 produtos comunicacionais, que mesclam texto e vídeos, publicadas em 2018. Chamamos ações coletivas, embora todas as outras categorias tenham essa característica, devido à peculiaridade do processo aqui disposto, já que são resultados de uma série de oficinas de comunicação popular oriundas do Projeto Mulheres nos Terreiros da Esperança. Foram 17 encontros na comunidade, que contaram com cartografia de afetos, contação de histórias, exibição de vídeos e rodas de conversa. Dos encontros, surgiram memórias que foram condensadas nestes 4 produtos, sendo outros processos publicados na página do *facebook* “Lagoas do Norte Pra Quem?”.

Desta categoria, destacamos o processo de escuta, indispensável para um processo comunicativo horizontal, assim como produtos que são resultados da experiência e vivência no território e a importância de documentar memórias tão ricas. Destacamos as matérias “Religando vivências”, resultado de uma roda de conversa no terreiro de Mãe Alice, que apresenta as memórias e histórias narradas na roda de conversa. Outras oficinas foram realizadas em quintais de donas de casa que igualmente traziam histórias potentes e ancestrais, como é o caso do “Circulando entre memórias”, resultado do encontro no quintal de Dona Helena.



Figura 4 - Oficinas de comunicação popular que resultaram em produtos audiovisuais e de texto

A partir das categorias acima mencionadas, identificamos características que ligam todos os conteúdos publicados pela “editoria esperança” e que orientam a produção para um lugar de construção da comunicação popular que se faz desde o cotidiano de luta pela cidade dos integrantes do *Movimento Lagoas do Norte pra quem?*. Em relação aos conteúdos, as pautas se desenvolvem majoritariamente sobre arte/cultura e as lutas por território, dignidade e sobrevivên-

cia. Observamos quatro temáticas recorrentes entre os conteúdos analisados: 1) atividades artísticas/culturais; 2) mobilizações sociais; 3) direito à cidade; e 4) segurança pública.

Das quatro, a temática mais recorrente foi “direito à cidade”, em que a comunidade da Aveninda Boas Esperança elabora uma comunicação insurgente para denunciar inúmeras tentativas de desapropriações do seu território. Além disso, também anuncia e enuncia outro modelo de cidade, que respeite o território e sua ancestralidade. As matérias mostram casos específicos, como a do Seu Raimundo, vazanteiro (agricultor das margens do rio) que resistiu, com apoio de toda a comunidade, a uma tentativa de desapropriação das suas terras por um empresário local.

O fato foi narrado em quatro reportagens coletivas (produzidas por jornalistas populares e a comunidade), sendo as duas primeiras em 2019 (“Boa Esperança: senhor vazanteiro de 70 anos ganha na justiça direito à reapropriação de terreno” e “Alegria e Esperança: Confira vazanteiro retomando sua terra”). E outras duas em 2021 (“Quilombo da Boa Esperança: vazanteiro tem terreno invadido novamente por empresário em Teresina” e “Após ampla mobilização popular, justiça concede reintegração de posse a Seu Raimundo pela segunda vez”), onde mostra as tentativas de desapropriação, a resistência da comunidade e o desfecho, com a vitória popular. As matérias do Ocorre Diário, foram anexadas ao processo que assegurou o direito à terra do Seu Raimundo, sendo, portanto, uma importante ferramenta de potencialização das lutas comunitárias.



Figura 5 - Print do site Ocorre Diário

No que diz respeito à estrutura de construção e produção das notícias, observou-se que a construção coletiva está presente em todos os conteúdos analisados, desde a produção textual até os elementos audiovisuais. Assim, elencamos quatro características comuns aos conteúdos em questão, a saber: 1) construção coletiva; 2) participação; 3) dialogicidade; e 4) re-humanização.

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

Característica	Descrição
Construção Coletiva	Por construção coletiva, entendemos todo processo produzido por duas ou mais pessoas, seja ele apurativo, de produção textual ou audiovisual. Trabalhamos esse conceito a partir das ideias de Peruzzo (2009), que entende a coletividade como algo inerente à comunicação comunitária e popular. Assim, a construção coletiva sugere um processo comunicativo por diferentes óticas sobre o mesmo processo, de modo a ter uma melhor representação da realidade.
Participação	A participação surge neste artigo como a busca pela emancipação dos povos, compreendida como a “relativa autonomia dos grupos populares organizados em relação aos poderes do estado e das classes dominantes” (DIAZ BORDENAVE, 1983, p. 20). Participação é, portanto, mais que opinar; participação é ser parte ativa do processo comunicativo, nas dimensões afetivas (gostar de fazer parte) e instrumental (saber fazer parte).
Dialogicidade	A terceira característica segue as reflexões de Freire (1987) acerca da dialogicidade. Para o teórico, a palavra é essencialmente diálogo e o diálogo só se estabelece por meio da troca, em horizontalidade, aprendendo e ensinando ao mesmo tempo (FREIRE, 1987). Assim, a palavra, que é comunicação, é portal das consciências, é canal de re-existências, lutas e mobilizações das camadas populares. A comunicação para o diálogo é, portanto, aquela que quebra as hierarquias entre jornalistas e comunidades e estabelece, de modo horizontal, possibilidades coletivas para emancipação e liberdade.
Re-humanização	Villanueva (2018) propõe a pensar na decolonização da comunicação, concebendo a mesma como um feito sociocultural e diferenciador do ser humano. Essa chave de leitura leva o autor a afirmar a necessidade de pensar a comunicação como um processo humanizador. Segundo ele, decolonizar a comunicação é também libertá-la conceitualmente, pois a ideia predominante a reduz a um efeito transmissivo e mediado por tecnologias. Ao contrário, a comunicação em seu sentido mais amplo, argumenta Villanueva, tem dimensão dialógica, democratizante e humanizadora.

Tabela 2: Características do processo comunicativo na editoria Esperanças

Entendemos, assim, que todas as produções veiculadas na editoria Esperanças partem da coletividade como um princípio “suleador”, portanto, a construção coletiva se materializa na construção dos conteúdos, mesmo nos conteúdos de autoria individual, uma vez que estes se baseiam na luta e mobilização coletiva da comunidade.

5. Considerações finais

Embora tenham uma relação de proximidade e sua origem esteja diretamente ligada à luta da Comunidade da Avenida Boa Esperança, o Ocorre Diário se propõe a ser uma plataforma colaborativa mais ampla das lutas populares e não centra suas produções apenas na comunidade. Isso demonstra que, em primeiro lugar, a forte presença da comunidade nos conteúdos do portal é sinal de um diálogo existente entre os comunitários e os jornalistas populares, desde as

discussão e sugestão das pautas, até a execução delas; e, em segundo, reverbera uma possibilidade de participação efetiva dos comunitários, na medida em que conseguem inserir, em um meio de comunicação, suas demandas, reivindicações e ações coletivas.

O Modo de Fazer (SANTANA, 2021) desta plataforma em questão se difere dos meios tradicionais, uma vez que os comunitários agem como comunicadores populares, indagando outros moradores da comunidade, fotografando fatos e redigindo textos que são bases para a construção das notícias, sendo, portanto, mais que fontes.

Outra distinção está na participação dos jornalistas nos processos comunitários, ou seja, não se trata de uma via de mão única (comunidade para jornalistas), mas de um processo dialógico e horizontal - da comunidade para os jornalistas e dos jornalistas para a comunidade. Assim sendo, consideramos que a comunicação popular, a partir do recorte da “Editoria Esperanças” do portal Ocorre Diário, cumpre um papel de suma importância no cotidiano de luta pela cidade dos moradores da Avenida Boa Esperança, gerando processos comunicacionais autóctones, próprios da comunidade, onde o Ocorre Diário assume tanto um papel ativo no processo de produção de conteúdos e fortalecimento das lutas, como um papel colaborativo e de visibilidade das demandas e produções próprias da comunidade. Fazem isso desde a coletividade, participação e dialogicidade para fins de re-humanização.

6. Referências bibliográficas

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BISPO, Antônio dos Santos. **Colonização, quilombo: modos e significações**. Brasília: Unb, 2015.
- CARMO, Francisca Daniele Soares do. **Povos de terreiro no contexto de intervenções urbanísticas** (Territórios sociais de religiosidades de matrizes africanas na zona Norte de Teresina-PI e o Programa Lagoas do Norte – PLN). Dissertação (mestrado em sociologia) - Universidade Federal do Piauí, Teresina, Piauí, p. 317, 2017.
- CARMO, Francisca Daniele Soares; CARVALHO, Maria Dione de Moraes. **Territórios sociais de povos de Terreiros em Teresina-PI** (Consensos e dissensos no processo de intervenção urbanística do Programa Lagoas do Norte, zona Norte da cidade). Trabalho apresentado na 30ª Reunião Brasileira de Antropologia, João Pessoa-PB, agosto de 2016.
- DIAZ BORDENAVE, J. E. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Col. primeiros passos; 95).
- FALS BORDA, Orlando. **Por una sociología sentipensante para América Latina**. Clacso, 2009.

- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- GUERRA, Isabel. **Modos de vida: Novos percursos e novos conceitos**. Sociologia - Problemas e Práticas. n.13, 1993. p. 59-74.
- HARVEY, David. **A Liberdade da Cidade**: In: HARVEY, D; MARICATO, E; et al. *Cidades rebeldes*, São Paulo, Boitempo Editorial, p. 27 – 34, 2013.
- _____. **17 contradições e o fim do capitalismo**. Trad.: Rogério Bettoni.-1.ed.- São Paulo: Boitempo, 2016.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 6ª edição - São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- IPHAN. **Manifestação sobre a 2a etapa do Programa Lagoas do Norte na comunidade impactada**. Informativo Técnico no 68 de 2015. Teresina, 2014.
- LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. 2. reimpr. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicacón en la cultura**. Fónodo de cultura económica, 2002.
- MIGNOLO, Walter D. **Colonialidade - O lado mais escuro da modernidade**. v.32. n.94. Revista Brasileira De Ciências Sociais. 2017.
- NETO, Edmundo Ximenes Rodrigues; LIMA, Antônia Jesuíta. **Grandes Projetos Urbanísticos e Governança Urbana: análise do Programa Lagoas do Norte (PLN), em Teresina-PI**. Rev. Textos & Contextos (Porto Alegre), v. 17, n. 1, p. 197 - 213, jan./jul. 2018.
- PEREIRA, Lucas Coelho. **Os reis do quiabo: meio ambiente, intervenções urbanísticas e constituição do lugar entre vazanteiros do médio Parnaíba em Teresina-Piauí**, 2017.
- PERUZZO, Cicilia M.Krohling. **Epistemologia e método da pesquisa-ação**. Uma aproximação aos movimentos sociais e à comunicação. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2016, Goiânia. Anais [...]. Goiânia: Compós, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/epistemologiaem%C3%A9tododapesquisa-a%C3%A7%C3%A3o...ciciliaperuzzo.modelocompos2016._3270.pdf>. Acesso em: 24 maio 2019>
- PERUZZO, Cicilia. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Galáxia, núm. 17, junho, 2009, p. 131-146. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- QUIJANO, A. **Colonialidad del poder y clasificación social**. Journal of World-System Research. 2000.
- REYES-MATTA, F. La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En: M. Simpson (Ed.). **Comunicación Alternativa y Cambio social**. Tomo I, América Latina, 1989. 2.ed., México: Premia Editora. (apud. Lemus-Poll, M.C. La comunicación alternativa en la era digital. Procesos, prácticas y actores en el contexto de los jóvenes mexicanos. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México, diciembre de 2017).

- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política.** - Petrópolis, RJ : Vozes, 2006.
- TERESINA. PREFEITURA DO MUNICÍPIO. SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO. **Programa Lagoas do Norte: Marco de Reassentamento Involuntário das Famílias e Imóveis Afetados pela Implantação da 2ª Fase do PLN.** Teresina: SEMPLAN, 2014.
- TORRE, Alberto Efendy Maldonado Gómez de la; PIRES, Julherme José. **Epistemologias plurais: pensando as ciências da comunicação desde a América Latina.** Revista Famecos, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-18, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018: ID30108. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.30108>.
- VARÃO, Lorena Lima Moura; REGO, Natasha Karenina de Sousa. **Impactos do Programa Lagoas do Norte na Av. Boa Esperança em Teresina-PI.** XXVI Encontro Nacional do CONPEDI, Brasília, 2017.
- VILLANUEVA, Erick Rolando Torrico. **La rehumanización, sentido último de la decolonización comunicacional.** In: XIV CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 2018, Costa Rica. Anais [...]. Costa Rica: Alaic, 2018. Disponível em: <http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GI%204%20-%20ALAIC%202018_0.pdf. Acesso em: 25 maio 2019>

Representação da negritude latino-americana na programação da Televisión del Sur - teleSUR¹

Domingos de ALMEIDA²

Adilson CABRAL³

Resumo: Com este trabalho, temos como objetivo analisar a representação da negritude latino-americana na programação da Televisión del Sur – teleSUR, a partir de três edições do telejornal semanal, teleSUR Notícias em Português, no contexto temporal do movimento “vidas negras importam”. Esse movimento político antirracista saiu às ruas pautando os debates internacionais, em protesto contra o assassinato do afro-americano George Floyd, 46 anos, por policiais brancos no dia 25 de maio de 2020. Assim, objetivamos também averiguar de que forma a pauta racial repercute no jornalismo da emissora a nível regional nesse período. Utilizamos na metodologia a abordagem analítica da Análise de Discurso francesa e na fundamentação teórica recorremos a Hall (2008), Segato (2010), Eagleton (1997), Fanon (1968-2008), Quijano (1995), Andrews (2007) entre outros, que nos dão suporte para tecer as discussões especializadas sobre esse tema.

Palavras-chave: Negritude; Racismo; Telejornalismo; teleSUR; América Latina.

1. Introdução

Duerme, duerme, negrito. Que tu mama está en el campo negrito. Duerme, duerme, mobila. Que tu mama está en el campo, mobila. Te va traer codornices. Para ti. Te va a traer rica fruta. Para ti. Te va a traer carne de cerdo. Para ti. Te va a traer muchas cosas. Para ti. (**Mercedes Sosa – Duerme negrito**).

1 Artigo apresentado no GT4 - Decolonialidade e Inovação em Jornalismo do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Doutorando do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: domingosaa@id.uff.br.

3 Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMEESP, com pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE (Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência). Email: acabral@comunicacao.pro.br.

Em 2020 chegamos à primeira metade da Década Internacional de Afrodescendentes (2015-2024), proclamada pela Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), com o tema “Reconhecimento, Justiça e Desenvolvimento” como forma de reconhecer que “os povos afrodescendentes representam um grupo distinto cujos direitos humanos precisam ser promovidos e protegidos” (ONU, 2020). De acordo com este documento, os Estados devem assegurar e promover “o direito à igualdade e à não discriminação, acesso à justiça e direito ao desenvolvimento e medidas contra a pobreza (Educação, Emprego, Saúde e Moradia)”.

Entretanto, na América Latina, maior diáspora negra do planeta, os desafios parecem intransponíveis quando o tema é discriminação racial contra as pessoas negras e/ou originárias. Apesar de séculos de lutas e de algumas conquistas, o racismo continua presente na estrutura cotidiana da nossa sociedade. Em todos os países da região, os contextos socioculturais mudam, mas a realidade negra é a mesma, de exclusão, extermínio e apagamento. Mas é importante destacar que não se trata de um fenômeno natural, e sim, de um projeto político orientado a negligenciar as identidades negras (SEGATO, 2010).

É o colonialismo europeu o responsável por essa tragédia humana que ainda se perpetua na atualidade. Inicia com o sequestro de africanos, a agonizante travessia do Atlântico, escravização na América, abolição jurídica da escravidão e o abandono dos recém-libertos nas situações mais precárias possíveis nos países da diáspora. Com o fim do colonialismo, enquanto “sistema político formal”, a colonialidade – forma de operar o poder herdado da colonização - entra em cena como “carácter central do poder social atual” e a realidade para os negros e negras permanece inalterada, pois essa forma de conduzir o poder mantém de forma direta a “inter-relação com o racismo” (QUIJANO, 1995, p.4).

Assim, o lugar relegado aos negros e negras e a forma como são representados/as nas distintas esferas da sociedade é a partir do desprestígio e da marginalização. Os meios de comunicação são os melhores exemplos para discutir esse fato. Na televisão, a negritude vive o dilema da ausência e o da superexposição do marcador racial como uma ameaça. A partir disso, reforçamos que a imagem do negro e negra que vemos replicada hegemonicamente na TV é uma construção feita a partir da forma como ele vem sendo concebido historicamente na realidade cotidiana. Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar a representação da negritude latino-americana na programação da Televisión del Sur – teleSUR, tomando para recorte o telejornal semanal da emissora, teleSUR Notícias em Português, noticiário voltado para a maior nação negra da América Latina: o Brasil. Além de averiguar de que forma a pauta racial repercute no jornalismo da emissora a nível regional nesse período. Para efeito de análise, utilizamos uma edição antes e duas edições posteriores ao assassinato do afro-americano George

Floyd, 46 anos, por policiais brancos, no dia 25 de maio de 2020, na cidade de Minneapolis, Minnesota, nos Estados Unidos.

Adotamos esse período por considerar a relevância dos movimentos políticos antirracistas que saíram às ruas pautando os debates internacionais, em protesto contra o assassinato do cidadão negro estadunidense e por entender que essas movimentações suscitaram debates sobre o racismo em distintas partes do mundo. Fato que nos leva, também, a averiguar de que forma a pauta racial repercutiu no jornalismo da emissora a nível regional nesse período. Para a metodologia, recorreremos ao dispositivo analítico da Análise de Discurso de filiação francesa e, na fundamentação teórica, utilizamos Hall (2008), Segato (2010), Eglaton (1997), Fanon (1968-2008), Quijano (1995), Andrews (2007) entre outros, que dão suporte às discussões político-sócio-históricas sobre esse tema.

2. América Afro-latino-americana e o apagamento negro

No ano de 2014, durante uma experiência de intercâmbio que vivemos no Estado de Quintana Roo, costa atlântica do México, constatamos, através de uma conversa com nossa anfitriã, uma senhora militante social daquele país, os efeitos práticos do projeto de apagamento da negritude latino-americana. Conversando sobre a política de cotas raciais para ingresso na educação superior e o grande número de pessoas que se declaravam negras e pardas no Brasil, ouvimos dela que no México não houve escravização contra negros e negras. Uma afirmação que nos surpreendeu e pareceu deslocada da realidade histórica, considerando que na fronteira norte-mexicana está um dos países que mais explorou mão de obra escrava – Estados Unidos -, e ao sul estão várias nações com histórico escravocrata - Cuba, República Dominicana, Haiti etc.

Essa percepção de nossa anfitriã reflete o violento processo de apagamento da história escravocrata da América Latina, incluindo o México, e da invisibilidade dos/das descendentes de africanos/as que resistiram através do tempo e que hoje lutam para serem reconhecidos/as e reparados/as pelos danos que sofreram, por terem sido arrancados/as de sua terra mãe – África – e escravizados/as nos países da região. No caso mexicano, a política de apagamento racial desconsidera os fatos históricos vividos por essa nação, mas a historiografia nos ajuda com dados a comprovar que o aparente equívoco na fala dessa mexicana é, na realidade, efeito de um projeto de branqueamento. De acordo com Andrews (2007), em 1800, o Brasil (1.305.000 - 67%), o México (635.000 - 10%) e a Venezuela (552.000 - 61%) possuíam os maiores contingentes populacionais negros da região.

Para Rita Segato (2010), a aversão das elites brancas, que ocupam o poder nas nações latino-americanas, aos negros e negras que sobreviveram à escravidão, não se dá por conta da crueldade que esse processo representa na história humana, mas sim, porque os corpos negros são memórias vivas dos horrores es-

cravocratas provocados pela branquitude conduzida pelo modus de operar do colonialismo europeu. Segundo ela, o signo racial no corpo mestiço é indício da posição que esse ocupou na história, e fala também sobre “su lugar en el tiempo, su situación en el mundo, la geografía que le es propia” (SEGATO, 2010, p. 27). A autora complementa ainda que:

De eso, de las marcas de origen inscriptas en el cuerpo del sujeto a partir de eventos ocurridos en su espacio-tiempo, habla la lectura racial, y de esa lectura dependerán su inclusión o su exclusión en el ambiente social en que se realiza la operación de racialización, como cálculo clasificatorio y jerárquico. En ese sentido, raza es signo, y, en cuanto tal, es necesario reconocerle su realidad (SEGATO, 2010, p. 27).

Reconhecer a realidade racial é um importante passo para que grupos racializados não permaneçam relegados à marginalidade. As políticas de branqueamento na América Latina foram impostas de diversas formas. Ainda durante o período jurídico da escravidão, com as guerras de independência das colônias, os senhores enviavam seus escravos para os campos de batalhas com a promessa de que, vencidas as guerras, aqueles que retornassem vivos, seriam alforriados. No entanto, a esmagadora maioria morria nos combates e os que voltavam eram enganados, não recebendo a liberdade prometida. A mestiçagem foi outra prática adotada, sustentada pela eugenia, teoria que atestava a debilidade da raça negra e a necessidade da mescla com a raça branca para purificar o sangue (ANDREWS, 2007).

Criada em meados do século XX, essa pseudociência, também conhecida como “racismo científico” e “darwinismo social”, surgiu na Europa e na América do Norte e foi importada pelas elites locais para a região, que queriam transformar as “nações ‘atrasadas’ em repúblicas modernas e ‘civilizadas’”. Para tanto, “essa transformação, concluíram elas, teria de ser mais do que apenas política ou econômica; teria de ser também racial. Para ser civilizada, a América Latina teria de se tornar branca” (ANDREWS, 2007, p. 152). Esse pensamento das elites é a expressão mais evidente do racismo que impera entre nós. E é o que leva Fanon (2008, p. 28) a enfatizar que, “por mais dolorosa que possa ser esta constatação, somos obrigados a fazê-la: para o negro, há apenas um destino. E ele é branco”.

Para efetivar essa política eugenista, os governos financiaram a importação de europeus e garantiram a instalação em terras nacionais. No Brasil, Sul e Sudeste receberam os maiores contingentes de imigrantes. Para eles, o governo criou o primeiro programa de cotas do país, que incluía terras, financiamentos e insumos para a agricultura. De acordo com Andrews (2007, p. 155), essa realidade se repetiu em cidades de outros países, como “em Buenos Aires e Montevideú, onde a população negra foi inundada pela enorme onda de imigrantes europeus”. O autor acrescenta ainda que “Argentina, Brasil, Cuba e Uruguai [...] receberam 90%

dos 10 a 11 milhões de europeus que chegaram à região entre as décadas de 1880 e 1930” (ANDREWS, 2007, p. 171).

Outra estratégia também adotada pelos países da região para apagar a Negritude de suas populações foi a retirada do recorte de raça dos censos populacionais. É o caso do México que, entre 1800 e 2015, não adotou a contagem racial no país (ANDREWS, 2007). Um problema grave para os afrodescendentes, considerando que, quando o estado nega essa existência, ele elimina as possíveis justificativas para criação de políticas públicas de amparo a esse grupo racial excluído. Com essas medidas, as sociedades latino-americanas adotaram uma “caricatura branca” ou uma “branquitude falseada”, produzindo um paradoxo racial, em que, de um lado a negritude salta até aos olhos menos atentos, mas do outro, é a branquitude que povoa a nossa mentalidade, inclusive daqueles que carregam o “signo racial”. E com isso, “al continente le cuesta hablar del color de la piel y de los trazos físicos de sus mayorías” (SEGATO, 2010, p. 18). O debate racial voltado para a Negritude é interditado, enquanto as “máscaras brancas” maquiagem a realidade, ainda que não se sustentem ao mais sensível sopro do imperialismo.

Parece no haber discurso a mano para inscribir lo que de hecho es el trazo mayoritario en la tez de nuestras multitudes. Porque no se trata del indio en sus aldeas, ni del negro en los territorios de palenques que persisten, sino del rasgo generalizado en nuestras poblaciones y, en algunas situaciones, de nosotros mismos, ya que, como he repetido muchas veces, cuando pisamos en las sedes imperiales, ese trazo nos alcanza a todos, aunque tengamos cuatro abuelos europeos (SEGATO, 2010, p. 18).

Essa realidade racial vivida no interior das fronteiras latino-americanas é reflexo do colonialismo, porque, como nos lembra Quijano (1995), ainda que essa forma de poder tenha sido extinta na região, como sistema político formal, “el poder social está aún constituido sobre la base de criterios originados en la relación colonial” (QUIJANO, 1995, p.4). E o poder, hoje, se manifesta através da colonialidade que, em síntese, mantém os ditames políticos operando a partir de uma estrutura racista (QUIJANO, 1995). Nesse sentido, Segato (2010) aponta para “la necesidad de desenmascarar la persistencia de la colonia y enfrentarse al significado político de la raza como principio capaz de desestabilizar la estructura profunda de la colonialidad”. Ainda segundo a autora, “percibir la raza del continente, nombrarla, es una estrategia de lucha esencial en el camino de la descolonización” (SEGATO, 2012, p. 20).

3. teleSUR e suas marcas em *Portugués*

A Televisión del Sur (teleSUR) foi ao ar no dia 24 de julho de 2005, data de nascimento de Simón Bolívar, líder, cujos ideais norteiam a política da República Bo-

livariana da Venezuela, no sentido da construção da “Pátria Grande”. Cañizález e Lugo (2007) explicam que o confronto direto entre a política chavista e os Estados Unidos transformou a geopolítica na parte central desse projeto comunicativo, que tem entre seus propósitos “ser un instrumento de confrontación assimétrica contra los Estados Unidos y un facilitador de la integración geopolítica em la región” (CAÑIZÁLEZ; LUGO, 2007, p. 16). Calderón (2005, p. 44) complementa os autores explicando que, com a inauguração da teleSUR, “el objetivo ya fue puesto en escena, un canal de televisión que nos remite constantemente a nuestras raíces latinoamericanas y que tiene como su fin último comunicar para integrar”. A pesquisadora Nogueira (2009) acrescenta que “o propósito inicial seria revelar a “alma destes povos”, constituindo-se em uma iniciativa de resistência regional ao “imperialismo cultural” que sempre foi dominante – uma alusão à hegemonia midiática norte-americana” (NOGUEIRA, 2009, p. 9).

A rede de TV é um projeto multiestatal da qual participaram inicialmente como Estados-membro fundadores: Venezuela (70%), Argentina (20%) e Uruguai (10%). Brasil e Cuba cooperavam compartilhando programação e cedendo tecnologia. Em 2015, a configuração societária da emissora estava composta por Venezuela com 51%, Cuba 15%, Argentina com 14%, Uruguai, Bolívia, Equador e Nicarágua, com 5% cada (ALMEIDA, 2018). Após a eleição do presidente Mauricio Macri na Argentina em 2016, o país se retirou do projeto comunicacional, mas retornou com a chegada de Alberto Fernandes ao poder. Na Bolívia, também houve ruptura com a emissora após o golpe de estado em 2019. Situação reestabelecida em 2020 com a eleição do presidente Luís Arce.

Desde o início de seu processo de constituição até os dias atuais, a teleSUR tem atuado como um importante sujeito ideológico orientado à esquerda e com uma contundente postura anti-estadunidense e anti-colonial. Fato que nos leva à discussão sobre o conceito de ideologia que, em muitos “(des)usos”, ou usos equivocados, acaba adquirindo conotação negativa. Para Terry Eagleton (1997), temos uma tendência em apontar o comportamento do outro como ideológico, e negamos, enquanto sujeitos, sermos atravessados pela ideologia. Isso acontece porque há uma compreensão errônea de caracterizar a ideologia como desprovida de racionalidade. Mas, “o fato de a ideologia não ter, na origem, nada a ver com a razão, não nos autoriza a equipará-la à irracionalidade” (EAGLETON, 1997, p. 36), considerando que somos, por natureza, seres ideológicos.

No dia 25 de julho de 2019, data em que a *Televisión del Sur* (teleSUR) completou 14 anos de atividades, foi ao ar o primeiro noticiário voltado para o público brasileiro, o *teleSUR Noticias en Portugués*. Com periodicidade semanal, inicialmente produzido em Caracas e depois no Rio de Janeiro, é veiculado exclusivamente nas plataformas digitais da TV, Instagram e Youtube. No Brasil, o telejornal também é replicado na página do jornal Brasil de Fato no Facebook. Produzido

em formato de telejornal, mas com disposição técnica (gravado na vertical) para ser veiculado no Instagram, e replicado no Youtube, o *teleSUR Notícias en Portugués* se apresenta como o “telejornal com notícias atualizadas sobre a Venezuela, o Brasil e o mundo que cabe na tela do seu celular”.

A conta da teleSUR no Instagram possui 459 mil⁴ seguidores e 1.37 milhão⁵ de inscritos no canal do Youtube. Entendemos que a produção de um telejornal para ser veiculado nas plataformas digitais tem como foco catalisar a força desse ambiente midiático para difundir o conteúdo telejornalístico que produz. Assim, o universo dessa investigação consta das edições do telejornal *teleSUR Notícias en Portugués*. Para efeito de análise, consideramos as três edições localizadas temporalmente entre maio e junho de 2020, conforme disposição na tabela a seguir:

Tabela 01: edições do *teleSUR Notícias en Portugués* analisadas.

Edição	01	02	03
Data	21/05/2020	28/05/2020	04/06/2020

Fonte: autor com informações do telejornal *teleSUR Notícias en Portugués*.

O procedimento de análise que realizamos leva em consideração as narrativas televisuais do telejornal: imagética, textual e sonora. Nesse aspecto, faz-se necessário entender as implicações ideológicas que os discursos evocados pelo telejornal possuem, uma vez que os objetos de estudo apreendidos pelas análises discursivas são partes extraídas do contexto sócio-histórico, no qual atuam os sujeitos discursivos. Como uma “prática social”, o discurso se apresenta com regras e normas e são práticas polifônicas e referenciais, ou seja, para se constituírem como tal, evocam e referem-se a outros discursos já postos (ORLANDI, 2010). Para tanto, realizamos análise e interpretação dos discursos presentes nos conteúdos do material telejornalístico, extraindo os apontamentos sobre os aspectos que concernem à pauta racial na América Latina em seus contextos históricos, políticos, sociais e culturais.

Para fundamentar esta investigação, tomamos as contribuições de Arlindo Machado (2000) para quem o telejornal é formado exclusivamente de mediações, e que, “os próprios enunciados de repórteres e protagonistas aparecem como mediações inevitáveis e com a condição *sine qua non* do relato telejornalístico” (MACHADO, 2000, p. 102). As contribuições teóricas de Machado (2000) para a definição de telejornalismo vão ao encontro do que preconiza a Análise de Discurso de filiação francesa, ao considerar que os sujeitos (repórteres, protagonistas

4 Disponível em: <https://www.instagram.com/telesurtv/>. Acessado em 11 out 2021.

5 Disponível em: <https://www.youtube.com/user/telesurtv>. Acessado em 11 out 2021.

do telejornal) estão no âmbito das mediações dos discursos, não sendo a origem, tampouco o destino final desses, fato que coloca em diálogo teoria e metodologia que utilizamos. Ainda conforme Machado, “o que mais faz exatamente o telejornal é produzir uma certa *desmontagem* dos discursos a respeito dos acontecimentos” (MACHADO, 2000, p. 110). Ao mesmo tempo que desmonta discursos prontos, cimenta novos e coloca em disputa na esfera social (MACHADO, 2000).

O telejornal, por seu caráter polifônico, apropria-se de discursos variados para colocar *al aire* perspectivas político-discursivas para reforçar hegemonias ou opor-se às estabelecidas. Sobre esse contexto de disputa, Machado (2000) recorda que “o telejornal é também um front onde se travam batalhas decisivas e muitos conflitos são ganhos ou perdidos mais na televisão do que nos campos de batalha” (MACHADO, 2000, p. 111/112). Nesse sentido, entendemos que, no âmbito do telejornalismo, as armas são os discursos reproduzidos, e o campo a se conquistar são as mentes dos telespectadores que, também como já vimos em Martín-Barbero (1997), são atravessados por outras lógicas/mediações que os fazem internalizar a seus modos os ditos midiáticos.

3.1 Negritude latino-americana no *teleSUR Notícias en Portugués*

De início, adiantamos que esta será uma análise feita da ausência, mais que da presença. Dentre os nossos objetivos está o de averiguar de que forma a pauta racial repercute no *teleSUR Notícias en Portugués*. Utilizamos uma edição anterior e duas posteriores ao assassinato do afro-americano George Floyd⁶ por policiais brancos, que desencadeou uma onda global de manifestações antirracistas. Tomamos uma edição anterior para que a análise não fosse totalmente comprometida pela pauta racial mobilizada pelos protestos. Com as duas edições posteriores, queríamos averiguar se essas mobilizações suscitavam algum debate racial qualificado a nível regional. Mas, apesar da discussão teórica feita a partir de Aníbal Quijano (1997), Rita Segato (2010) e Frantz Fanon (1968-2008) sobre o colonialismo, apagamento da Negritude e a cegueira para a discussão de raça na América Latina, e conhecendo a realidade midiática no que diz respeito à pauta racial, ainda surpreende a total ausência de uma abordagem da realidade negra da região nas três edições aqui estudadas.

Surpreende por três motivos. Primeiro, é um telejornal feito para falantes de língua portuguesa que, em sua extensa maioria são negros e negras, soman-

6 Floyd foi estrangulado por policiais brancos, com um deles ajoelhado em seu pescoço durante uma abordagem em que ele era acusado de, supostamente, usar uma nota falsificada de 20 dólares em um supermercado. As imagens da tortura que provou sua morte mobilizaram nas ruas o movimento Black Lives Matter – Vidas Negras Importam – repetindo em coro “I cant breathe”, – eu não consigo respirar -, frase repetida mais de 20 vezes por Floyd, enquanto era estrangulado pelo policial branco.

do Brasil e países africanos luso-falantes. Segundo, é produzido e veiculado por uma emissora de esquerda que se apresenta como “la alternativa informativa para el mundo. Nuestra agenda visibiliza a los pueblos”⁷. E terceiro, o debate de raça não ganha enfoque primário no noticiário, mesmo em um momento em que o mundo está em ebulição com manifestações antirracistas. Entretanto, essa lacuna não compromete a investigação, pois, como nos lembra Verón (2004, p. 49), “as ausências, aqui como em toda parte, dizem tanto quanto as presenças”; e Orlandi (2010) ao destacar que a Análise de Discurso procura “ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz, mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras” (ORLANDI, 2010, p. 59).

A característica técnica do *teleSUR Notícias en Portugués* é a composição de notícias rápidas, com predominância de notas cobertas, quando o áudio do apresentador ou do repórter é acompanhado de imagens sobre o tema narrado. Na primeira edição, veiculada no dia 21 de maio, a única referência à negritude, que se repete do programa do dia 28 do mesmo mês, é a figura do apresentador do telejornal, o jornalista brasileiro Ricardo Vieira, que é negro e adota cabelos crespos de tamanho médio. Vieira também traz alguns elementos da Negritude em suas vestimentas, quase sempre estampadas. Sobre a estante que compõe o cenário ao fundo de onde o telejornal é gravado, notamos algumas esculturas negras. Fatos importantes que contribuem para a construção de referência da Negritude em espaços de visibilidades. Mas é pouco, considerando os fatores que cercam essa produção jornalística.

No dia 28 de maio, mesmo com os protestos do movimento “vidas negras importam” já em andamento em vários países - Reino Unido, Bélgica, Espanha, Portugal, França, Brasil -, o assunto não é pautado, tampouco se faz qualquer referência aos aspectos negros da região. Trata-se de um silenciamento estrutural que passa uma falsa impressão de harmonia entre os povos latino-americanos, quando, na verdade, esse movimento midiático promove uma asfixia das falas e o impedimento ao direito de reclamar dos povos racializados. Conforme já discutimos teoricamente, e agora comprovamos na prática, o apagamento da Negritude povoa todas as instâncias da esfera social. É uma discriminação racial, em muitos aspectos, silenciosa e que nem sempre é proposital, uma vez que, de tão recorrente já se tornou inconsciente, involuntária, mas não menos violenta.

A edição do dia 4 de junho é apresentada pela jornalista Michele de Mello. Na escalada, quando a apresentadora narra de forma breve os temas que serão destaques no noticiário, ela informa que irão comentar “sobre as manifestações antirracistas que ocuparam as ruas dos Estados Unidos e de vários outros países”. Nessa narrativa, notamos um certo distanciamento do telejornal com a pauta,

7 Disponível em: <https://www.telesurtv.net/>. Acessado em 25 set 2020.

além de não fazer nenhuma vinculação com a América Latina. Como se o racismo fosse um problema unicamente estadunidense. O periódico parece estar deslocado da realidade, em se tratando de um noticiário que tem o Brasil como público principal, onde são recorrentes casos de racismo e de assassinatos de pessoas negras por policiais, que aumentou em 2020, mesmo com a pandemia do novo coronavírus, de acordo com o Atlas da Violência.

Imagem 01: Abertura do *teleSUR Notícias en Portugués*, apresentadores Ricardo Vieira e Michele de Mello



Fonte: O autor com imagens do telejornal *teleSUR Notícias en Portugués*

A nota coberta completa sobre os protestos antirracistas informa que “nos Estados Unidos já são nove dias consecutivos de protestos que também tomaram o mundo. Na Europa, América Latina e Oceania milhares de pessoas ocuparam as ruas em manifestações contra o racismo”. Explica que “a resposta da Casa Branca foi a repressão. Em Washington, o Pentágono enviou 1600 militares para conter os atos e também posicionam tanques de guerra em pontos centrais do distrito”. Atualiza sobre a dimensão dos protestos que, “além da capital, outras 150 cidades [...] e, em alguns estados, como Nova York, Ohio, Atlanta e Geórgia foi decretado toque de recolher. O presidente Donald Trump ameaçou fazer o mesmo em todo país e caracterizou os manifestantes de vândalos”. Informa também que “10 mil pessoas foram presas, enquanto isso, os policiais responsáveis pela morte de Jorge Floyd já estão em liberdade esperando o seu julgamento”.

Para falar sobre as reações das forças de segurança, o telejornal traz o depoimento do membro do Conselho Regional de Africanos dos Estados Unidos, Daman Aquil, que diz: “Antes do Trump tivemos Obama, tivemos Bush, mas sempre foi um sistema racista fundamentado no conceito de supremacia branca. Nós consideramos que nossa responsabilidade prioritária é ganhar nossa liberda-

de. Especialmente desse contexto de ataque sistemático e prolongado contra nossa vida”. A luta pela liberdade e contra o extermínio do povo negro, das quais fala Aquil, são comuns também à negritude latino-americana. A breve citação que o noticiário faz à América Latina perde qualquer sentido, quando não é mostrada a reação e as reivindicações feitas pelos/as negros/as daqui.

Nessa última edição analisada, há outros três momentos em que a negritude figura, ainda que sem qualquer relação com a pauta identitária. O primeiro trata do contexto de uma investigação que terminou com a prisão do ex-presidente do Equador, Abdala Bucaram, por desvio de verbas na compra de produtos para o combate do novo coronavírus e porte ilegal de armas. As diligências policiais foram comandadas pela Procuradora Geral da República do país, Diana Salazar, que é negra e nas imagens aparece em uma coletiva de imprensa dando informações sobre a investigação. O segundo caso é a participação da jornalista brasileira Izabel Santos, que comenta as contradições das medidas de flexibilização adotadas pelo governo no âmbito da pandemia do novo coronavírus. Durante sua fala são exibidas imagens dos cemitérios com dezenas de novas covas abertas. O último momento que destacamos diz respeito ao professor e mestre de capoeira baiano, Bico Duro, que é voluntário de um projeto social que atende crianças, e reclama de não haver recebido o auxílio emergencial pago pelo governo. Enquanto sua situação é narrada, aparecem imagens da sede do projeto, dando aula de capoeira para as crianças.

Imagem 02: Diana Salazar (PGR), Jornalista Izabel Santos e Mestre de Capoeira Bico Duro.



Fonte: O autor com imagens do telejornal *teleSUR Notícias en Português*

Nas três edições semanais que utilizamos nessa análise, que somam aproximadamente 45 minutos, apenas podemos extrair esses casos que fazem referência à Negritude. Nenhum enfatizando de forma direta as problemáticas do racismo estrutural cotidiano que afeta a população negra latino-americana, ignorando, inclusive, os protestos que aconteceram em países da região. E chamamos atenção para esse detalhe, porque ele reforça a perspectiva do apagamento histórico e da negligência com a pauta racial na mídia da região, que é a maior diáspora negra da terra e que comporta o país com a segunda maior população negra fora da África, o Brasil, que fica atrás apenas da Nigéria. É importante destacar que o telejornalismo é feito amparado na construção social da realidade. Então, se há um apagamento da Negritude latina no *teleSUR Noticias en Portugués*, é porque acontece primeiro na realidade concreta. Pelas próprias características editoriais da emissora de TV, o tom desse telejornalismo é predominantemente político.

4. Conclusões

Analisar produtos telejornalísticos com a finalidade de apreender elementos das Negritude é um exercício de verificação da forma como a sociedade olha e lida com suas questões raciais negras. O noticiário expressa, a partir de uma construção, valores que são estruturais e estruturantes das relações cotidianas. E a América Latina é o local que carrega o pior estigma das relações de raça, pois como nos lembra Quijano (1997), o racismo foi inventado nessa região pelos invasores europeus, primeiro contra os povos originários, depois contra os negros trazidos da África. O subcontinente serviu de laboratório e os povos de cobaias para o experimento do colonialismo, que depois foi expandido para o resto do mundo. Aqui vale destacar o continente europeu como a origem e o senhor de todos os males dos quais padece a população negra do planeta.

No *teleSUR Noticias en Portugués* tivemos uma dimensão de como a pauta racial ainda é ignorada nos meios tradicionais de comunicação. Apenas quando alguma tragédia se abate sobre a população negra, é que a mídia repercute. E de forma localizada, factual, sem atentar para a estrutura do racismo arraigada na sociedade. Com isso, cria uma falsa impressão de harmonia racial na região, fato que negligencia, apaga e nega as necessidades de ajustes sociais para que se construa de fato uma democracia nessas nações. Por exemplo, foi necessário a midiatização do assassinato brutal de um negro, mobilizações antirracistas a nível global, para que pudéssemos assistir no Brasil, um programa televisivo composto integralmente por pessoas negras. Cabe destacar que isso não aconteceu por iniciativas próprias da emissora Globo News, mas como resposta às críticas de militantes negros e aliados, porque a televisão havia feito uma discussão sobre a temática racial, apenas com profissionais brancos.

Mesmo com essas fissuras provocadas no sistema racista, a resistência da branquitude ainda se mantém quase inabalada. Mas isso não se deve apenas a questões pontuais, e sim, porque a negritude é a memória viva da história que gostariam que fosse apagada. O ódio racial é motivado por um desejo branco de maquiagem a tragédia que provocaram, escravizando outros seres humanos, e o significado que isso tem para a humanidade até hoje. Os empecilhos erguidos contra a luta por autodeterminação negra é, na verdade, um atestado de culpabilidade e medo de serem “passados pelas armas” (SARTRE, 1968). Considerando que “um racista é, em geral, alguém dominado pelo medo, pelo ódio e pela insegurança” (EAGLETON, 1997, p. 32). Por isso querem apagar do alcance dos olhos o assombro cotidiano que representamos e o fracasso diário ao qual submetemos a branquitude com a nossa persistência em (re)existir. E a cultura tem papel de destaque nessa resistência negra, porque mantém viva as memórias da ancestralidade de um outro humanismo não branco, não europeu, não colonial.

Como jornalista negro e pesquisador, compartilhamos dos pressupostos de Rita Segato (2010) de que é necessário nomear raça em todos os espaços possíveis, para que se torne visível e saia do projeto apagamento proposital. Expandimos nossas críticas ao campo da esquerda latino-americana, onde está localizada politicamente a teleSUR, por constantemente não problematizar o racismo, invisibilizando importantes questões identitárias de raça. É exatamente o que acontece no *teleSUR Notícias en Portugués*. Entendemos que esse é um espaço indispensável para fomentar o debate, porque o telejornalismo tem a capacidade de nos afetar por três elementos sensoriais: texto, imagem e som, que ajudam na construção de consensos e dissensos sociais. Realizar apropriações dessas narrativas televisuais e dos conceitos racializados são estratégias para desarmar nossos detratores. A América Latina padece de uma “consciência humana deformada”. É por essa e outras razões já elencadas que o mundo necessita experimentar a consciência negra.

5. Referências bibliográficas

- ALMEIDA, D. A. **Poder e (contra) hegemonia midiática na América Latina:** um estudo a partir da cobertura de Telesur e CNN em Espanhol sobre o desaparecimento forçado dos 43 estudantes mexicanos de Ayotzinapa em 2014. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana. Programa de Pós-Graduação em Integração Contemporânea da América Latina. Foz do Iguaçu - PR, 2018.
- ANDREWS, G. R. **América Afro-Latina, 1800-2000.** Trad. Magda Lopes. São Carlos: EdUFSCar, 2007.
- CALDERÓN, C. A. ¿Qué és teleSUR?. **Revista** Chasqui, N° 92, Ciespal, Quito, 2005.
- CAÑIZÁLEZ, A; LUGO, J. **Telesur:** estrategia geopolítica con fines integracionistas. *Revista Temas de Comunicación*, nº14, Venezuela, 2007

- EAGLETON, T. **Ideologia**. Uma Introdução. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista: Editora Boitempo, 1997.
- FANON, F. **Os Condenados da Terra**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1968.
- _____. **Pele negra, máscaras brancas**. Trad. de Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.
- HALL, S. Pensando a Diáspora (Reflexões Sobre a Terra no Exterior). **In:** SOVIK, L. (org.). Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- MACHADO, A. **A Televisão levada à sério**. São Paulo, Editora SENAC, 2000.
- NOGUERIA, S. G. A “identidade latino-americana” e a integração regional: o projeto da rede de comunicação Telesur. **In:** Carta Internacional, Vol. 4 – N 1. São Paulo, 2009.
- ONU. **Década Internacional de Afrodescendentes (2015-2024)**. Disponível em: <http://www.decada-afro-onu.org/>. Acesso em: 07 jul 2020.
- ORLANDI, E. **Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos**. São Paulo: Pontes Editores, 2010.
- QUIJANO, A. “Raza, ‘etnia’ y ‘nación’ en Mariátegui: cuestiones abiertas”. **In:** Estudios Latinoamericanos, n 3, Nueva Época, Lima: Amauta, 1995.
- SARTRE, J. P. Prefácio. **In:** FANON, F. **Os Condenados da Terra**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1968.
- SEGATO, R. L. Los cauces profundos de la raza latinoamericana: una relectura del mestizaje. **Revista Crítica y Emancipación**. Año 2. N° 3. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2010.

A cultura do cancelamento dentro das redes sociais digitais e o impacto no *reality show* Big Brother Brasil¹

Aline SOUSA²

Lanna Artemizia SILVA³

Juliana TEIXEIRA⁴

Resumo

O presente estudo buscou compreender o impacto emergente da “cultura do cancelamento” no contexto das redes sociais digitais - com foco na plataforma *Twitter* - refletido nas narrativas repercutidas sobre os participantes do *reality show* Big Brother Brasil. Ao identificar como tal prática engloba o linchamento virtual (MERCURI, 2016) e a naturalização do discurso de ódio, foi possível demonstrar como elas são difundidas pelo público. Desse modo, a partir de tais categorias teóricas elencadas previamente, realizamos uma análise de conteúdo (BARDIN, 2011) dos *tweets* 1) de internautas e 2) da mídia tradicional, no período que compreende as duas primeiras semanas da atração (25/01 a 08/02/2021), e envolve a participação da cantora Karol Conká. Assim, evidenciamos o enredo criado acerca das problemáticas protagonizadas pela ex-BBB, que sofreu o grande impacto do tribunal da internet ao expor em rede nacional atitudes que desagradaram o público.

Palavras-chave: Linchamento virtual; Cultura do cancelamento; *Big Brother Brasil*; Redes sociais digitais; *Twitter*.

1. Introdução

Presente na vida dos brasileiros há mais de 20 anos, o *Big Brother Brasil* é um programa diário transmitido pela *Rede Globo* que faz parte de uma franquia mundial da produtora holandesa *Endemol*. Assim como as demais versões do programa,

1 Artigo apresentado no GT Transmídia do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Aluna de Comunicação Social na Universidade Federal do Piauí - UFPI.

3 Aluna de Comunicação Social na Universidade Federal do Piauí - UFPI.

4 Professora-doutora em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí - UFPI

o BBB consiste em um confinamento voluntário onde a rotina de um grupo de participantes é veiculada de maneira ininterrupta para todo o país por cerca de três meses. A cada semana, um participante é eliminado através de votação popular e, ao fim do programa, o último concorrente recebe um prêmio em dinheiro (CURVELLO, 2002).

A princípio, o elenco era formado por um grupo de pessoas anônimas que realizavam uma inscrição on-line e passavam por seletas entrevistas a fim de encontrar aqueles que melhor se encaixavam no perfil do programa. Entretanto, nas últimas edições (2020 e 2021), o BBB apresentou algumas modificações em seu formato, como a inserção de celebridades brasileiras em seu quadro de participantes. Essa alteração garantiu bons resultados ao *reality show*⁵ e também aos integrantes envolvidos, visto que a popularidade dos mesmos cresceu exponencialmente e as torcidas ganharam mais força dentro das redes sociais digitais.

Esse formato televisivo de vigilância contínua elaborou uma relação em que o público permanece cada vez mais próximo da atração, podendo alterar os rumos do programa por meio da participação popular. Embora, na primeira edição, a interação com as pessoas fosse singela comparada à do presente momento, a tentadora liberdade de controlar o destino de cada participante interferiu na propagação do conteúdo produzido pelo programa, o que o consolidou enquanto um verdadeiro fenômeno midiático.

A inserção do universo virtual nesta equação potencializou a popularidade e a interferência do público, e a TV transformou-se, de único canal a conectar o show com a sua plateia, a uma mera opção (JENKINS, 2009). Por esse motivo, o espectador buscou, cada vez mais, outros meios para acompanhar conteúdos sobre os participantes na íntegra e explicar comentários sobre aquilo que assistia. Logo, não tardou para que essa reconfiguração na forma de assistir, que combina a experiência televisiva com os dispositivos móveis, provocasse grandes mudanças no consumo e comportamento do público, visto que as redes sociais, em especial o *Twitter*, se tornaram espaços onde o conteúdo produzido complementa aquele exibido nos aparelhos de televisão (STEFANO, 2016).

Essa nova maneira de acompanhar os *reality shows*, por um lado, possibilitou que os fãs ocupassem um local de fortalecimento nesse universo on-line. No entanto, por outro, permitiu que os *haters*⁶ encontrassem nesses espaços o acolhimento e a identificação com outras pessoas, o que facilita a difusão de opiniões de ódio e fortalece o discurso cancelador.

Destarte, para compreender como esse emergente fenômeno on-line impacta na vida das pessoas públicas, realizamos uma análise de conteúdo (BARDIN,

5 Um gênero televisivo baseado na vida real.

6 Haters é uma palavra de origem inglesa e que significa “os que odeiam” ou “odiadores”.

2011) dos *tweets* 1) de internautas e 2) da mídia tradicional, no período que compõe as duas primeiras semanas do *Big Brother Brasil* (25/01 a 08/02/2021) pois, assim, evidenciamos a reação dos internautas e o enredo criado acerca das problemáticas protagonizadas pela ex-BBB Karol Conká, que sofreu as consequências do tribunal da internet.

A partir da amostra selecionada, observamos similaridades no *modus operandi* dessa prática com o linchamento virtual, o que possibilitou que entendêssemos como esse discurso de ódio se dissemina no meio on-line e de que maneira ele atinge e causa danos na vida real.

2. Novo conceito? Velhas Práticas.

Ao longo da história, diversas civilizações utilizaram a humilhação pública como punição, através de apedrejamentos, mutilações, fogueiras e execuções a céu aberto. A princípio, essa ação ocorria devido ao descrédito das penalizações estatais frente à população, que optava por fazer justiça com as próprias mãos. Aos poucos, algumas dessas práticas foram banidas; outras, reformuladas, como é o caso do linchamento físico que se expandiu também para o mundo virtual.

Derivado do inglês *Lynch*, o termo linchamento vem do sobrenome do fazendeiro norte-americano William Lynch, conhecido por comandar um tribunal privado que julgava e punia criminosos presos em flagrante, sob a justificativa de se fazer justiça baseada no sentimento de vingança a algo ou alguém. Tal ação excluía socialmente um indivíduo e, ao utilizá-lo como exemplo, buscava inibir o mesmo comportamento nos demais (MARTINS, 2015).

No linchamento físico, os direitos fundamentais como presunção de inocência do indivíduo são repudiados. Com efeito, no mundo on-line, a proporção e o alcance da violência são maiores e, inúmeras vezes, mais danosos. Enquanto no linchamento físico centenas de pessoas podem participar ativamente do processo, mas limitadas geograficamente, na *internet* essa violência é potencializada ao agregar milhões de pessoas, direcionando ofensas a um indivíduo específico. O relativo anonimato on-line reforça tal atitude:

A sensação de liberdade nas mídias sociais e de estar protegido atrás de uma tela fez com que o indivíduo deixasse transparecer o seu “eu” mais profundo e fosse capaz de dizer coisas aterrorizantes para o outro. Como é um tipo de atitude que talvez jamais faria sozinho, compartilha em redes, onde esses discursos ofensivos são produzidos e reproduzidos até que o ódio tome a massa, culminando em linchamento virtual. (MERCURI, 2018)

Em episódios como estes, diferentes usuários são conectados por um único objetivo: propagar o ódio direcionado a um único indivíduo, mediante a criação

e intensa circulação de mensagens com críticas pessoais e ofensivas, ora reproduzindo o que foi dito, ora inventando discursos falsos para gerar indignação nos demais internautas. Por esse motivo, um termo oriundo das redes digitais destacou-se como prática associada ao linchamento virtual: a cultura do cancelamento, na qual o julgamento é realizado sem direito de defesa para o réu e a sentença é o silêncio (SILVA, 2021).

Inflexível com aqueles que contrariam as expectativas do público, esse fenômeno em relevante ascensão, foi considerado - em 2019 - a expressão do ano pelo dicionário australiano *Macquarie*. De acordo com a publicação, o cancelamento “captura um aspecto importante do estilo de vida atual que, de tão persuasivo, ganhou seu próprio nome e se tornou, para o bem ou para o mal, uma força poderosa” (ANDRADE, 2020).

Desde então, essa prática se apresenta como ato de exclusão social a todo aquele que - seja pessoa física ou marca empresarial - expressa uma opinião contrária ou que fere os princípios dos internautas. Seu *modus operandi* consiste em limitar um pensamento até sua dissolução na internet, silenciando o indivíduo cancelado através de ataques à sua reputação, mediados por compartilhamento de mensagens que promovam o boicote (NOELLE-NEUMANN, 1995). Aliado ao linchamento público, o cancelamento intensifica o caráter punitivo ao expor a insatisfação com atitudes consideradas criminosas⁷ e que não são penalizadas pelo sistema legislativo, cabendo assim aos usuários fazerem justiça com as próprias mãos. Diferente do desejo de aniquilação e de destruição, essa prática condenatória implica na exposição por meio de julgamentos pessoais, a nível individual e coletivo, para deslegitimar um discurso e garantir tanto a sua exclusão dos grupos sociais, quanto sua não ressocialização após o erro.

A princípio, a ideia surgiu através do movimento chamado *#MeToo*, que intencionou boicotar o trabalho de diretores e produtores denunciados por assédio sexual, que permaneciam com a imagem inabalada perante a mídia, para proporcionar justiça às vítimas (CUNHA, 2017). Entretanto, ao longo dos anos essa prática se expandiu a consideráveis níveis de intolerância e propagação do ódio.

Não estamos mais abertos, dispostos a ouvir e dialogar. Pelo contrário, construímos uma sociedade cada vez mais polarizada, violenta e com dificuldades de relacionamentos. Isso demonstra uma incapacidade de sair de nós mesmos e irmos ao encontro do outro, o que parece ser uma coisa tão básica das relações humanas. (MARQUES, 2020)

⁷ Julgadas como tal por não atingirem as expectativas do tribunal da internet, tal como citado anteriormente. De fato, determinadas atitudes constam no código penal. Contudo, os internautas não buscam tão somente resolvê-las como tal, mas necessitam dar o exemplo para desencorajar demais atos criminosos e sentir-se satisfeitos por terem feito justiça com as próprias mãos.

Se por um lado, as redes digitais beneficiam as relações sociais por conectarem diferentes indivíduos em um único espaço, com vasta facilidade e liberdade para interagir; por outro, reforçam as divergências entre os usuários, intensificando a fragmentação da sociedade. Logo, os internautas são direcionados a “bolhas sociais” virtuais, onde todas as informações recebidas condizem - somente - com o seu posicionamento:

A diferença entre a comunidade e a rede é que você pertence à comunidade, mas a rede pertence a você. É possível adicionar e deletar amigos, e controlar as pessoas com quem você se relaciona. [...] o diálogo real não é falar com gente que pensa igual a você. As redes sociais não ensinam a dialogar porque é muito fácil evitar a controvérsia... Muita gente as usa não para unir, não para ampliar seus horizontes, mas ao contrário, para se fechar no que eu chamo de zonas de conforto, onde o único som que escutam é o eco de suas próprias vozes, onde o único que veem são os reflexos de suas próprias caras. (BAUMAN, 2016).

Tal autoenclausuramento virtual leva-os a acreditar que os seus discursos individuais prevalecem sobre a opinião pública (PARISER, 2012). Sendo assim, há o estranhamento e posterior rejeição de todos os pensamentos adversos que invadem seu círculo social, seguidos pelo julgamento em massa e pelos populares boicotes.

Nesse contexto, as celebridades são os principais alvos da cultura do cancelamento, uma vez que precisam vender a sua imagem como conteúdo mercadológico para grandes empresas, culminando em sua autoexposição contínua. Vítimas de frequentes ataques e críticas na internet, esses indivíduos lidam com resultados prejudiciais à sua imagem pública, dentre os quais perda de seguidores, engajamento e patrocínios. Um exemplo disso é o caso da empresária e ex-BBB Bianca Andrade (também conhecida como Boca Rosa), que enfrentou o tribunal da internet ao desdenhar das pautas feministas repercutidas dentro do *reality*. A participante expressava em seus vídeos o apoio ao movimento feminista, mas demonstrou contraditório distanciamento ao que pregava em suas redes sociais. Bianca foi criticada por inúmeros usuários (e até fãs), resultando na perda de aproximadamente 80 mil seguidores, além de receber o ódio dos internautas (PERLINE, 2020).

Nota-se, portanto, que o cancelamento é uma prática legitimada a que todos estão suscetíveis — ainda que famosos sejam uma vitrine da prática, devido à autoexposição e ao relativo anonimato dos internautas. Ademais, os julgadores não estão dispostos a receberem um pedido de desculpas, tampouco a oferecerem alternativas para que se compreenda o erro, o que dificulta a ressocialização dos usuários condenados no universo virtual:

Cada história de cancelamento é um caso diferente. Algumas parecem mais justas e até necessárias. Outras parecem uma manifestação exagerada de ódio ou mesmo uma atitude infantil que só confirma a nossa atual dificuldade de estabelecer diálogos. Cancelar uma pessoa talvez seja lidar de forma muito superficial com a ponta do iceberg de uma questão social e cultural muito maior. [...] Qual é a penalidade e o nível de tolerância para lidar com a ignorância ou o erro do outro? Existe algum espaço para o perdão e o arrependimento? Existe tempo para o outro rever suas ações ou seu discurso e quem sabe converter a sua posição subjetiva? Se o melhor pedido de desculpas é uma mudança de comportamento, o cancelamento pode não apenas tornar isso impossível, mas eliminar qualquer chance de que o caso se torne um exemplo público de transformação do sujeito. (LIEDKE, 2020, p.1)

Desta forma, a ausência e rejeição ao diálogo endossa a expansão da cultura do cancelamento que, sustentada por práticas de linchamento virtual, produz no julgador um controle da conduta alheia, “uma vigilância que permite qualificar, classificar e punir” (FOUCAULT, 2003, p. 164-165). Consequentemente, esses julgamentos expandem-se também para o mundo real e causam danos significativos para a vida de pessoas públicas.

Por representar uma parcela das celebridades que enfrentaram o linchamento virtual através da cultura do cancelamento e ainda sofreram boicotes na vida profissional, analisamos o caso Karol Conká, participante do programa *Big Brother Brasil* que, inicialmente apontada como uma das favoritas pelo público, teve a participação mais conturbada e criticada dentro de um *reality*. Com uma carreira consagrada, a artista conquistou inúmeros jovens que se identificavam com sua história e irreverência, mas o seu comportamento polêmico nos primeiros dias de confinamento e uma personalidade desconhecida até pelos fãs, gerou antipatia do público e lhe garantiu o status de “vilã” do BBB 21.

Apesar das parcerias estabelecidas pela cantora dentro do programa, Karol Conká não garantiu sua permanência, pois esteve envolvida nas principais intrigas da edição, dentre as quais foi acusada pelos telespectadores de praticar abuso psicológico após uma discussão com Lucas Penteadó, resultando na desistência do participante. Além desse episódio, Karol foi “cancelada” pelo público por destilar comentários xenofóbicos e promover *bullying*, o que causou a sua eliminação e o recorde de maior rejeição em um *reality show*, com 99,17% dos votos.

3. Análise

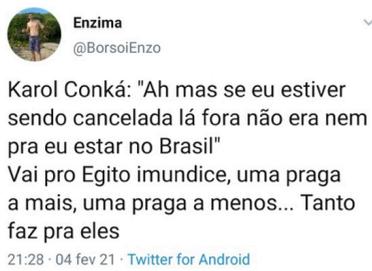
Na presente seção, apresentamos e discutimos os dados coletados, sendo 10 *tweets* no período entre 25 de janeiro a 08 de fevereiro de 2021, compreendendo as duas

primeiras semanas do BBB 21, período das polêmicas de maior repercussão envolvendo Karol Conka no programa. Na primeira parte, analisamos os *tweets* de acordo com eixos temáticos referentes ao conteúdo destes, descritos nas legendas das figuras. Na segunda, analisamos os impactos da cultura do cancelamento na carreira da cantora, a partir de *tweets* da mídia tradicional sobre os prejuízos sofridos pela cantora, bem como as estratégias utilizadas para melhorar a sua imagem frente ao público e reparar as consequências da cultura do cancelamento.

3.1. *Kancelada com K.*

Apesar do cancelamento da ex-participante ter se iniciado quando ela ainda integrava o programa e estava alheia à repercussão dos acontecimentos, o público não permitiu que houvesse um diálogo e retratação. A artista foi impossibilitada de reconhecer os erros e de se posicionar publicamente sobre seu comportamento, o que gerou uma avalanche incontrollável de julgamentos e repulsa à imagem que se estendia a cada nova afirmação feita no *reality show*:

Figuras 1 e 2: *tweets* mais agressivos e injustificados.



Fonte: (1) <https://twitter.com/BorsoiEnzo/status/1357486153797165058?s=20>

(2) <https://twitter.com/d3ploysz/status/1358431039325102088?s=20>

Devido ao comportamento exposto por Karol Conká, muitos internautas não se contentaram em provocar somente a sua eliminação: muitos partiram para comentários agressivos sobre os direcionamentos da vida da cantora após o confinamento (Figura 1).

Nesse sentido, o linchamento praticado contra a artista adquire caráter autoritário e persecutório, pois não diferencia o comportamento apresentado pela Karol dentro do programa da pessoa na vida real - suscetível ao erro (vide "*espero que ela nunca mais consiga emprego e tenha que viver de migalhas*"). Observa-se que a possibilidade de utilizar avatar e nome desconhecido (Figura 2) contribuiu para que as redes sociais digitais propiciem espaços favoráveis para circulação deliberada de mensagens de ódio, sem pudor ou vergonha (SAKAMOTO, 2016). Além disso, a cultura do cancelamento ultrapassa os limites do anonimato e atin-

ge usuários que sentem-se livres para atacar alguém mesmo sem valer-se de um esconderijo virtual:

Figura 3: *tweet* de caráter persecutório.

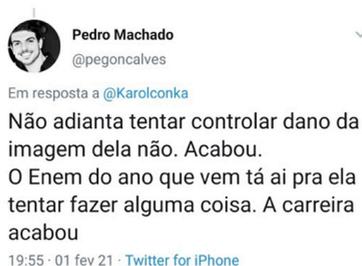


Fonte: (3) https://twitter.com/Claudia_SE/status/1358044549180973056?s=20

Mesmo com as desculpas públicas em diversas ocasiões e as consequências do cancelamento, tais como contratos rescindidos, o público se mostrou insatisfeito com as penalizações impostas à artista: julgaram como imperdoáveis as atitudes da cantora e extinguiram uma possibilidade de redenção. O tratamento não poderia ser abrandado, posto que o desejo de fazer justiça não se restringia a julgar Karol Conká, e abrangia a necessidade de provocar a deterioração de cada aspecto de sua vida, pois no mundo virtual não há espaço para o perdão. Após sua eliminação do *reality*, a cantora precisou lidar também com a eliminação de sua existência no mundo virtual, pautado na perseguição (Figura 3) que alimentava continuamente o sentimento de ódio do público para com a cantora.

Assim como no linchamento, sua existência foi descontinuada para que o público estivesse de acordo com a justiça aplicada - ou seja, que a artista pagasse por cada erro cometido. Tal justiça não significa o perdão do público; vai para além disso, “cancela” a carreira de Karol Conká:

Figura 4: *tweet* sobre a impossibilidade de Karol Conká retomar a própria carreira.



Fonte: (4) <https://twitter.com/pegoncalves/status/1356375536461869063?s=20>

Ao sobrepor as informações que repercutiram sobre a artista durante sua participação no BBB 21, os usuários concluíram que as falhas cometidas por Karol dentro do programa anulariam a sua história pré-BBB, sem qualquer possibilidade de diálogo e entendimento entre as partes (MARQUES, 2020). Não existia alternativa para a reconstrução da imagem da cantora e sua única chance seria buscar um novo emprego em que não tivesse a exposição pública, ilustrada no sarcasmo “o *Enem do ano que vem tá aí pra ela tentar fazer alguma coisa*” (Figura 4). Observa-se que a cultura do cancelamento utiliza o boicote como estratégia para alcançar a justiça popular, evidenciando que as dificuldades de ressocialização sofridas pelo indivíduo errante resultam da impossibilidade de recuperação, reconhecida e reforçada pelos canceladores.

Figuras 5 e 6: *tweets* “debochados” sobre os prejuízos à carreira da cantora.



Fonte: (5) <https://twitter.com/amaaandassis/status/1358469084254507018?s=20>

(6) <https://twitter.com/eld1nho/status/1357120443040337920?s=20>

Com a forte repercussão negativa de sua participação no programa, a artista perdeu dois contratos profissionais (festivais musicais citados na Figuras 5 e 6) que envolviam sua carreira. Para a maioria dos usuários da rede social, a perda foi um castigo por tudo que a cantora praticou no *reality show* e, enquanto potenciais consumidores, foram amparados por empresas e festivais que cortaram relações com a cantora. As punições e danos reais (MERCURI, 2016) buscavam satisfazer o anseio dos internautas por justiça, pois asseguravam tanto perdas financeiras à Karol Conká, quanto ganhos (o não-cancelamento) às empresas que se desvincularam dela. Nesse contexto, apenas Karol perde e, novamente, a necessidade dos internautas por uma “justiça popular⁸” é saciada.

As consequências das atitudes no programa foram aguardadas, acompanhadas e comemoradas pelos internautas que clamavam por tal justiça. Entretanto, a perda dos contratos parecia insuficiente quando comparada às polêmicas vivenciadas pela cantora. Mesmo com o sentimento de vingança contra Karol Conká

8 Aplicação de punições feitas por pessoas comuns da sociedade de forma que causem danos.

superando a confiança nas penalidades legais, os internautas julgaram que seu cancelamento, eliminação e destruição de sua carreira não bastariam; a cantora também deveria sofrer penalidades legais (Figura 6). Assim, evidenciamos a maneira como esses indivíduos enxergam suas próprias ações de cancelamento: baseadas na necessidade coletiva de “defender”⁹ quem sofreu com a conduta da artista, na busca por uma justiça integral.

Figuras 7 e 8: *tweets* justificando o cancelamento da cantora “não é cancelamento”.



Lana de Holanda | 🇧🇷
@lanadeholanda

Em resposta a @JornalOGlobo

Isso não é cancelamento. É dar o exemplo de que certos comportamentos não podem ser tolerados num espaço que se diz progressista.

12:52 · 02 fev 21 · Twitter for iPhone



Evie
@eviedee

Galera não tá sabendo diferenciar “cancelamento” de consequências. Karol Conká não tá sendo cancelada, ela tá sofrendo as consequências por ter sido xenofóbica, preconceituosa, maldosa e injusta em rede nacional.

13:33 · 03 fev 21 · Twitter for iPhone

Fonte: (7) <https://twitter.com/lanadeholanda/status/1356631588625350657?s=20>

(8) <https://twitter.com/eviedee/status/1357004243501219842?s=20>

Assim como em um tribunal, cada caso é observado de acordo com as suas particularidades (LIEDKE, 2020). Nesse sentido, existem situações em que os internautas justificam o boicote como tentativa de contrabalancear a ausência de punições legais, como o #MeToo. No caso da cantora, este fenômeno atinge proporções de negação do cancelamento (Figuras 7 e 8), retomando a ideia de que quem julga está acima de qualquer jurisdição, posto que define o que é certo ou errado (“certos comportamentos não podem ser tolerados num espaço que se diz progressista”, “ela tá sofrendo as consequências de ter sido xenofóbica, preconceituosa e injusta”), bem como quais métodos de punição devem ser aplicados, em uma espiral de autolegitimação das ações canceladoras:

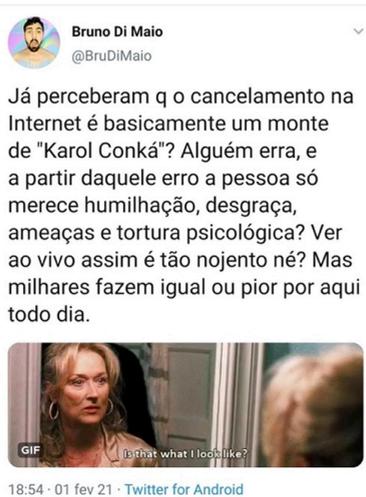
Muito semelhante aos casos de justificação com as próprias mãos nos linchamentos físicos, também nos casos de linchamentos virtuais, os linchadores afirmam que tiveram um bom motivo para fazê-lo, ou seja, não veem limites para a violação de regras por parte deles, mas estreitam o âmbito da tolerância quando outros agem em desacordo

9 Entre aspas por não ser sempre uma forma de defender de fato alguém, mas os canceladores se enxergam nessa posição de garantir justiça aos prejudicados, conforme seu julgamento prévio sobre quem errou e quem foi afetado.

com as regras institucionais ou sociais. Nessa lógica, para a violência há o crime legítimo (praticado pelos linchadores) e o crime sem legitimidade (praticado pelo linchado). (MERCURI, 2018)

Verifica-se, ainda, que uma parcela menor de internautas resiste à tendência do cancelamento, através de uma necessária conscientização sobre o fato de todo indivíduo estar suscetível ao erro, ainda que tal faceta de anti-cancelamento não se constitua como autocrítica, mas como responsabilização alheia:

Figura 9: *tweet* a favor da conscientização anti-cancelamento.



Fonte(09): <https://twitter.com/BruDiMaio/status/1356360361277087744?s=20>

Nesse sentido, os canceladores atuariam como tal por dois motivos: para serem aceitos nos grupos sociais e por não enxergarem nos outros os reflexos dos próprios erros (LIEDKE, 2020). Baseado no não reconhecimento das próprias falhas, o *modus operandi* anti-cancelamento agrega duas ou mais das seguintes ações¹⁰: (i) **questionar** um fenômeno explícito (“já perceberam que...”); (ii) **diagnosticar** a situação (“alguém erra, e a partir daquele erro a pessoa só merece humilhação, desgraça, ameaças e tortura psicológica?”); (iii) **reforçar o questionamento**, enquanto expressa benevolência através da discordância do cancelamento (“ver assim ao vivo é tão nojento né?”); e (iv) **isenção da culpa**, atribuída ao outro (“milhares fazem igual ou pior aqui” - milhares, mas não o indivíduo em si). Desse modo, essa conscientização emerge como pontapé inicial para refletir sobre o alcance e a necessária imposição de limites à cultura do cancelamento, bem

¹⁰ Conforme *tweets* encontrados em nossa busca, que se assemelhavam ao da Figura 10, selecionado por melhor ilustrar este fenômeno.

como de seus desdobramentos, além da possibilidade de autocritica por parte dos internautas canceladores e também daqueles que “cancelam os canceladores”¹¹.

3.2. Impactos na carreira de Karol Conka

Diante das implicações negativas obtidas durante sua participação no BBB21, dois festivais de música (*Rec-Beat*¹² e *Rock The Mountain*¹³) rescindiram o contrato firmado previamente com a cantora, apoiando as reivindicações dos internautas e assegurando que o anseio por justiça do público fosse devidamente satisfeito¹⁴:

Figuras 10 e 11: *tweets* sobre *shows* de Karol Conká cancelados após a polêmica no BBB21.



Fonte: (10) <https://twitter.com/g1/status/1356651951442829315?s=19>

(11) <https://twitter.com/correio/status/1358515250044293123?s=19>

Devido à necessidade de manter intactas a imagem das empresas, as marcas se desvincularam rapidamente da pessoa cancelada (Figuras 10 e 11). Desse modo, na cultura do cancelamento a influência do internauta atua de duas maneiras. A primeira é o **boicote**, onde julgam a pessoa cancelada e todos aqueles

11 Referência à frase “Quem vigia os vigilantes?”, do poeta Décimo Juvenal, para questionar até que ponto a vigilância realizada por indivíduos no poder (na cultura do cancelamento, os internautas canceladores e, no *tweet* citado, quem julga os canceladores) para com os demais (indivíduos cancelados, como Karol Conká e, no *tweet*, os próprios canceladores) é válida, posto que os primeiros não possuem suas próprias condutas julgadas a partir do mesmo crivo com que julgam os outros.

12 “Um dos mais importantes festivais de música independente do país. Um encontro entre a diversidade da música pernambucana e brasileira, artistas consagrados e sonoridades do mundo todo em pleno carnaval do Recife” (REC-BEAT, 2021). <http://recbeat.com/festivais/>

13 “O Rock the Mountain é um festival de música e arte que acontece em Itaipava, Petrópolis no Rio de Janeiro. [...] O RTM reúne, em meio à natureza, juventude, modernidade, sustentabilidade, liberdade, estilo, diversão, gastronomia e muita música.” (ROCK THE MOUNTAIN, 2021). <https://www.rockthemountain.com.br/>

14 Rever Figuras 5 e 6, onde os internautas ironizam as perdas de contratos de Karol Conká.

que a apoiam ou não se posicionam sobre a mesma, para, afinal, não consumir determinada marca/produto/indivíduo, além de interferir para que os demais internautas também não o façam¹⁵. A segunda, **exaltação exacerbada** de marcas/ produtos/indivíduos que se posicionem de acordo com as expectativas do público ou compartilhem a mesma indignação, seja expressa de forma séria, seja em linguagem humorística¹⁶.

Além de validar o comportamento cancelador (“*atitudes vão contra princípios basilares*”, “*decidiu cancelar a participação da cantora dizendo prezar pela energia positiva*”), tais consequências contribuem para que a cultura do cancelamento esteja em constante expansão nas redes digitais. Assim, constrói-se como uma vertente intensificada do linchamento, devido ao maior alcance dos ataques e dos boicotes, proporcionado pela interatividade à distância nas redes sociais e a perseguição pós-cancelamento — vigilância antes, durante e após o ato, algo que não ocorria na prática de linchamento.

Constata-se que a cultura do cancelamento concede aos internautas (i) alto poder de concentração de posicionamentos similares; (ii) manipulação da opinião pública; (iii) e controle de atitudes das empresas/artistas. Para Karol Conká, esses resultados se refletem em perdas financeiras, que obteve prejuízos de aproximadamente R\$ 5 milhões (NICOCELLI; MIRELLE, 2021) em publicidade no *Instagram*, *shows* e programas de TV:

Figura 12: *tweet* sobre o cancelamento do programa com Karol Conká no GNT.



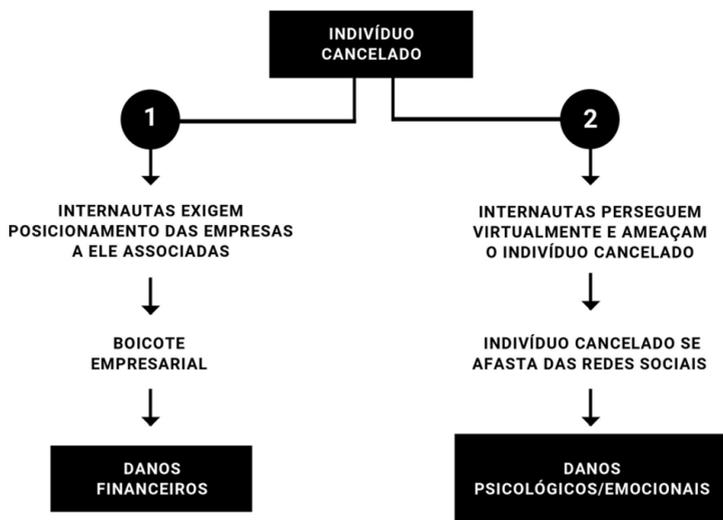
Fonte(12): <https://twitter.com/JornalOGlobo/status/1356628967575351296?s=19>

15 Considera-se que, mesmo os menos agressivos, os *tweets* analisados na seção 3.1. têm como objetivo inflar a opinião pública de ódio e posterior cancelamento de Karol Conká, pois todos defendem seu próprio argumento de forma incisiva e sem abertura para o diálogo ou mudança de opiniões.

16 A marca Skol sugeriu “*virar Scol Concê* para evitar ser cancelada na internet como a cantora Karol Conká” (BORGES, 2021). Apesar de apagar a publicação minutos depois, o *post* repercutiu e foi considerado por muitos internautas como genial, exemplificando a exaltação exacerbada citada.

Apesar de o programa “Prazer, Feminino” - comandado por Karol Conká e pela ex-BBB Marcela McGowan - continuar no canal do *YouTube* do GNT e o canal ter se posicionado publicamente contra a cultura do cancelamento (“*GNT repudia cultura do cancelamento*”), avaliou que mantê-la na TV ofereceria riscos à imagem do canal (“*e desiste de exibir programa com Karol Conká na TV*”), em virtude das “polêmicas envolvendo uma das apresentadoras” (OLIVEIRA, 2021). Presente nos *tweets* dos internautas canceladores moderados¹⁷ (Figuras 7 e 8), esse distanciamento-antagonismo entre discurso e prática se reflete nas empresas. Estas, por sua vez, boicotam o indivíduo cancelado para depois serem exaltadas por seu “posicionamento adequado”, julgado pelos internautas. Tem-se aí o ciclo do cancelamento, ilustrado no Gráfico 1:

Gráfico 1: Ciclo do Cancelamento



Fonte: Elaboração própria

Ambas as situações expostas no Gráfico 1 foram vivenciadas por Karol. Após sua saída do confinamento, a artista lidou diariamente com ataques direcionados à sua carreira (Situação 1) e vida pessoal (Situação 2). Com o avanço das críticas e agressões desmedidas, a cantora se afastou das redes sociais durante um período, temendo que sua saúde mental fosse ainda mais prejudicada. Eis que os internautas que tanto criticaram a tortura psicológica feita por Karol no BBB21 reproduzem o mesmo comportamento, protegidos do cancelamento por seu anonimato (vide crítica feita na Figura 10).

17 *Tweets* negando o cancelamento, vide seção 3.1.

Considerando que a cantora consiga reverter a situação e reconstrua sua imagem, ela pode levar até seis meses para restabelecer sua carreira. De acordo com a cofundadora da Agência Brunch, Ana Paula Passarelli, “se ela estava planejando usar o ‘BBB’ como forma de impulsionar seus shows e contratos publicitários, é importante salientar que, ao sair da casa com a reputação tão prejudicada e com shows já cancelados, ela ainda deve levar tempo para recuperar este ritmo de trabalho e não retomará aos ganhos que tinha antes do programa” (NICOCCELLI; MIRELLE, 2021). Assim, compreende-se que os internautas alcançaram seu objetivo ao cancelar a cantora, afirmando que “sua carreira acabou” (vide Figuras 2, 4 e 6) - no mínimo, a curto prazo.

Diante disso, a alternativa encontrada para suavizar os efeitos do cancelamento foi a realização de um documentário chamado “A vida depois do tomo”, desenvolvido pela *Rede Globo*, em que torna público o pedido de desculpas da artista e possibilita um espaço, sem julgamentos, onde Karol possa reconhecer os erros cometidos ao longo do BBB21. Infelizmente, apesar das inúmeras tentativas de reconstruir sua imagem perante o público, a artista ainda sofre ataques de usuários que insistem em boicotar sua existência dentro da rede.

4. Considerações finais

Diante do exposto, foi possível observar a repercussão dos prejuízos causados pelo cancelamento da artista através dos *tweets* feitos pelos internautas que, em grande parte, consideraram justo o boicote sofrido pela cantora, que resultou na rescisão de contratos milionários de publicidade e de shows.

Um dos principais aspectos da cultura do cancelamento diz respeito ao boicote à figura pública e tudo que esteja associado à imagem dela. Por meio da análise de conteúdo, foi possível observar como o prejuízo causado pelo linchamento da artista impactou não somente sua trajetória no reality show, como afetou sua carreira profissional e também sua saúde mental.

Afinal, não basta humilhar, é preciso minar a existência e afastar o indivíduo errante do convívio social, retirando o ser de toda e qualquer atividade que futuramente possa colocá-lo em uma posição passível de absolvição, sendo assim, um verdadeiro exílio que excede os limites do mundo virtual. Com a devastação de boa parte de sua carreira, a artista teve que lidar com um dos danos mais violentos do linchamento, perdendo o que tinha de mais importante no mundo on-line e fora dele: o respeito adquirido em sua jornada profissional.

No que se refere aos demais estudos de linchamento, a cultura do cancelamento apresenta-se como um conceito derivado que tende a legitimar o comportamento violento dentro das redes sociais, característico do linchamento virtual, com o intuito de se fazer justiça sem levar em consideração que todos os indivíduos estão suscetíveis a cometerem o mesmo tipo de erro. Nesse sentido, o ato

de cancelar passa a ser validado como uma forma “aceitável” e “justa”, mesmo quando as atitudes dos internautas ultrapassam o limite do julgamento saudável.

Contudo, a prática do cancelamento que conta hoje com inúmeros adeptos nas redes digitais, apresenta as duas faces do meio virtual: a exaltação e a destruição do indivíduo. Sendo a primeira instável, pois a qualquer momento - seja através de uma fala, pensamento ou ideia mal elaborada - poderá trazer grandes prejuízos; e a segunda - quase - irreversível, estabelecendo uma ausência do direito ao esquecimento, visto que na internet não há espaço para o perdão.

5. Referências bibliográficas

- ANDRADE, Ranyelle. **Cultura do cancelamento expõe intolerância desta geração**. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/vida-e-estilo/comportamento/cultura-do-cancelamento-expoe-intolerancia-desta-geracao>. Acesso em 6 de abr. 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CUNHA, C. **Assédio sexual – denúncias em Hollywood trazem debate sobre o que é violência**. Disponível em: <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/assedio-sexual-em-hollywood-multas-por-assedio-nas-ruas-ja-surgem-pelo-mundo.html>. Acesso em 15 abr. 2021.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Lúcia M. Pondé Vassalo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1977.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LIEDKE, L. (2020). **A cultura do cancelamento**. Disponível em: <https://medium.com/psicanaliedke/cultura-do-cancelamento-d34539f419be>. Acesso em 06 abr. 2021.
- MARTINS, José S. **Linchamentos: a justiça popular no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2015.
- MARQUES, José R. **Cultura do cancelamento expõe intolerância desta geração**. [Entrevista concedida a] Ranyelle Andrade. **Metropóles**. Disponível em: <https://www.metropoles.com/vida-e-estilo/comportamento/cultura-do-cancelamento-expoe-intolerancia-desta-geracao>. Acesso em 6 de abr. 2021.
- MERCURI, Karen T. **Linchamentos Virtuais: paradoxos nas relações sociais contemporâneas**. 2016. 132f Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas). Faculdade de Ciências Aplicadas, Unicamp, Limeira, 2016.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **La Espiral de Silencio. Opinion publica: nuestra piel social**. Barcelona: Paidós, 1995
- PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

- MACEDO, K. T. M. **Conflitos Sociais Contemporâneos: possíveis causas e consequências dos Linchamentos Virtuais**. Humanidades & Inovação, v. 5, n. 4, p. 197-208. 2018
- PASSARELLI, Ana Paula. Karol Conká pode perder até R\$ 5 milhões com polêmica no “Big Brother Brasil”. [Entrevista concedida a Forbes Brasil]
- PERLINE, Gabriel. **BBB20: Bianca Andrade perde mais de 80 mil seguidores após ser cancelada na web**. 2020 Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/bbb/bbb20-bianca-andrade-perde-mais-de-80-mil-seguidores-apos-ser-cancelada-na-web---33214>. Acesso em 19 abr. 2021
- SAKAMOTO, Leonardo. **O que aprendi sendo xingado na internet**. São Paulo: LeYa, 2016.
- SILVA, Alessandro Ferreira da. Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? Eis a questao. **Revista Argentina de Investigación Narrativa**, v. 1, n. 1, p. 93-107, 2021.
- STEFANO, Luiza de Mello. **Convergência Midiática e Segunda Tela: uma análise das plataformas online do Big Brother Brasil**. Monografia – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

A produção de notícia digital como uma nova forma de narrar os acontecimentos: o uso das mídias sociais digitais pelo portal jornalístico G1¹

Mayara da Costa SILVA²

Resumo: Este artigo faz uma análise de como um dos maiores portais jornalísticos brasileiros, o G1, utiliza as redes sociais digitais como Instagram e Twitter para narrar os acontecimentos durante o período de 19/04/2021 a 25/04/2021. Foram observadas características como a linguagem jornalística e a presença da multimídia (PALACIOS, 2011) a partir de uma análise descritiva analítica (ALAMI et al, 2010). Identificamos que o G1 utiliza uma linguagem objetiva e direta no Instagram e Twitter, mas a produção complementar de notícias nas duas redes ainda se dá de maneira lenta. Isto é, nem todo acontecimento é narrado de forma transmidiática.

Palavras-chave: Narrativa; Acontecimento; Notícia Digital; Mídias Sociais Digitais; Jornalismo.

1. Introdução

As mídias sociais digitais, sobretudo as redes sociais, mudaram a forma como as pessoas consomem informações e como jornalistas as difundem. Novas formas de comunicação e novas práticas surgem a cada passo que as tecnologias e a sociedade, em geral, passam por mudanças. Mudanças essas que podem ser históricas (como o atual contexto pandêmico), culturais e econômicas. Com essas mudanças novas práticas também surgem. Prova disso é a última Pesquisa do Digital News Report (2020), do Institute Reuters, no Reino Unido, a qual mostra que pela primeira vez no Brasil as pessoas estão consumindo mais informação pelas redes sociais do que pela televisão — que até então era citada como o principal meio de comunicação para se informar.

1 Artigo apresentado no GT Transmídia do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Doutoranda em Comunicação Social do PPGCOM – UnB. E-mail: dacostamay@gmail.com

Essas mudanças nas práticas e hábitos de consumo também fazem jus à dinamicidade dos processos comunicacionais nos dias de hoje, pois o uso das mídias sociais digitais altera as formas que as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas. Se antes os fatos do cotidiano eram contados nos jornais impressos, revistas, rádio e TV, agora os jornalistas produzem conteúdo e narram os fatos por meio das redes sociais que possuem suas especificidades tanto na linguagem quanto na produção e divulgação, como é o caso do Twitter com seus 280 caracteres de texto e os stories de quinze segundos do Instagram, entre outras particularidades.

Diante desse cenário, este estudo se configura como descritivo analítico, pois tem a pretensão de identificar, descrever e interpretar os dados obtidos na análise (ALAMI et al, 2010). O objetivo central é analisar como um dos maiores portais jornalísticos brasileiros, o G1, utiliza as mídias sociais digitais Instagram e o Twitter para narrar os acontecimentos. Como um mesmo acontecimento é narrado em cada uma dessas redes? O G1 se preocupa com a linguagem específica de cada rede social digital? O corpus de análise é formado por notícias coletadas entre 19 a 25 de abril de 2021 no perfil @portalg1 (Instagram) e G1 (Twitter).

A fundamentação teórica reflete sobre a narração dos acontecimentos a partir dos conceitos de Sodré (2009) e Benetti (2010) e mídias sociais digitais a partir de Recuero (2009) e Jenkins (2009). Observamos que apesar do G1 utilizar uma linguagem objetiva e direta no Instagram e Twitter, a produ o complementar de notícias nas duas redes, ou seja, a narrativa transmidiática, ainda acontece de maneira lenta.

2. Breves considera es sobre o uso das mídias sociais digitais para a constru o da narrativa jornalística

A chegada da internet e as rápidas transforma es tecnológicas alteraram o modo de fazer jornalismo. Exemplo disso   o uso de recursos multimidiáticos como imagens e vídeos no jornalismo digital (PALACIOS, 2011) e novas formas de narrativas por meio de stories no Instagram (MODESTO E DE MELLO, 2019). Salaverr  (2014) considera a multimidialidade como uma informa o que engloba diversos tipos de linguagem ou formatos como vídeos, imagens, infográficos e som. Palacios (2011) explica que a multimidialidade   a convergência de imagem, texto e som na narra o do fato jornalístico.

Modesto e De Mello (2019) explicam que as empresas de comunica o passaram a fazer uso das mídias sociais digitais, ou redes sociais como Instagram e Twitter, com o objetivo de atender novas demandas dos públicos de uma forma mais interativa, dinâmica e em tempo real. Os autores lembram que os veículos que já migraram para os portais de notícias, como   o caso do portal G1, objeto desta pesquisa, também passaram a criar perfis nas redes sociais para compartilhar suas notícias.

Os jornalistas precisam entender os formatos e aplicabilidades digitais como ferramentas que permitem a potencializa o do conteúdo

noticioso, para, posteriormente, ganhar reconhecimento na rede e alcançar o interesse do público. O novo perfil desses profissionais acaba sendo o de contador de histórias em novos formatos (MODESTO e DE MELLO, 2019, p.76).

Ou seja, os veículos de comunicação passaram a ver nessas mídias uma nova forma de engajar e interagir com as pessoas. É o caso dos stories no Instagram que, além de permitir o compartilhamento de imagens e vídeos, permite também o recurso dos stories (uma publicação em formato de imagens e vídeos instantâneos que duram 24 horas).

Modesto e De Mello (2019) acrescentam que publicações nas mídias sociais digitais, como stories, são também uma forma de produzir narrativas e que isso permite a construção de narrativas diversificadas. Inclusive, os autores relembram a importância de o jornalismo perceber a diversificação de formatos que podem chegar até seus públicos, pois as pessoas que estão na internet também estão cada vez mais consumindo esses tipos de produtos jornalísticos. É o caso também da narrativa transmidiática explicada por Jenkins (2009) quando as mídias sociais produzem e difundem os mesmos conteúdos para diferentes plataformas fazendo o uso de suas especificidades, complementando e dando informações diferentes com novos formatos, mas sobre o mesmo assunto.

Vale lembrar que os textos jornalísticos são, na verdade, construções sociais do mundo como apontava Sodré (2009) ao explicar que o jornalismo tenta (re) construir visões de fatos, de uma história. Tanto é que Benetti (2010, p.163) explica que o jornalismo é acontecimento “quando ocupa um lugar na organização e compreensão da vida cotidiana, quando escreve parte da história e quando adquire o estatuto de uma disciplina tomada como objeto de pesquisa científica”. A autora diz que, assim como a história, o jornalismo tem uma particularidade que é tratar de acontecimentos, pois sua matéria-prima são os fatos. Para isso, há que se levar em conta as produções de sentidos sobre o mundo exterior e os fenômenos que ocorrem.

3. Observações sobre o uso das mídias sociais digitais pelo portal G1

O objetivo central deste trabalho é analisar como um dos maiores portais jornalísticos brasileiros, o G1, utiliza as mídias sociais digitais Instagram e o Twitter para narrar os acontecimentos. O portal G1 é o Portal de Notícias da Globo e foi criado em 2006. Completou 15 anos em setembro de 2021. De acordo com informações do próprio site, o G1 conta com mais de 400 jornalistas em 52 redações em todos os estados brasileiros e leva informações a um público estimado de 66 milhões de pessoas por mês. No Instagram, o portal tem quase 7 milhões de seguidores e no Twitter 13 milhões.

Assim, reforça-se que este estudo é descritivo analítico com abordagem qualitativa, pois tem a pretensão de identificar, descrever e interpretar os dados da análise. De acordo com Alami et al (2010) os métodos qualitativos buscam explorar um fenômeno social emergente que pode ser, por exemplo, uma nova tecnologia, um novo hábito por meio de transcrições que buscam revelar artefatos que não são visíveis. “Os métodos qualitativos oferecem uma abordagem flexível, realista e pragmática da vida em comum e da ação na sociedade” (ALAMI et al, 2010, p.141).

Diante do exposto, a análise foi realizada no período de uma semana — 19 a 25 de abril de 2021 —, em que foram identificados os textos jornalísticos postados no feed do Instagram, os temas e recursos multimidiáticos encontrados (conforme mostram as Tabelas de 1 a 7). Se totalizaram 87 textos jornalísticos publicados no feed. Depois, encontramos exemplos de como uma mesma informação era retratada no Instagram e no Twitter do veículo.

A tabela 1 mostra que 15 textos foram publicados no dia 19 de abril. A maioria deles tratava sobre assuntos gerais, política e celebridades, sendo que o recurso multimidiático mais usado foi a imagem, conforme retrata a Tabela 1.

Tabela 1 - Notícias do feed no Instagram do dia 19/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Menino atingido por bala perdida no Rio está em estado grave	Polícia	Imagem
Resumão com as principais notícias – episódio Mônica Mariotti	Geral	Vídeo
Bastidores da notícia por Gerson Camarotti	Política	Imagem
CPI da Covid – um guia de perguntas –	Política	Vídeo
Helicóptero da Nasa faz primeiro voo em Marte	Geral	Vídeo
80 anos do Rei – algumas fotos para relembrar a trajetória do aniversariante do dia	Celebridades	Imagem
Amiga de Paulo Gustavo, diretora Susana Garcia diz que “conversou” com ator e ele reagiu	Celebridades	Imagem
Paulo Gustavo apresenta recuperação das funções pulmonares, diz boletim	Celebridades	Imagem
Indígenas protestam em Brasília pela proteção de terras tradicionais – imagem	Meio Ambiente	Imagem
Morador é filmado ofendendo porteira em prédio em Goiânia: Chimpanzé, você não presta	Geral	Imagem
Vacina Sim	Saúde	Vídeo
Resistência – o que é ser um indígena no século 21?	Meio Ambiente	Imagem
Monique Medeiros, mãe de Henry, é diagnosticada com Covid	Polícia	Imagem
Bolsonaro falha em preservar condições de vida, diz ativista Greta Thunberg	Política	Imagem
Educação financeira - convidado Ricardo Dilser- Conversa sobre a alta dos combustíveis e como fazer para economizar	Geral	Vídeo

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

A tabela 2 também conta com 15 notícias, mas publicadas no dia 20 de abril, sendo que os temas que mais aparecem são assuntos gerais, política e polícia. Textos com imagens prevalecem, mas há a presença de vídeos para ilustrar o texto jornalístico.

Tabela 2 - Notícias do feed no Instagram do dia 20/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Resumão com as principais notícias – episódio Márcio Rodrigues	Geral	Vídeo
Ilhas Cagarras, no Rio, entram em lista mundial de “pontos de esperança”	Geral	Imagem
Presidente do Chade é morto em campo de batalha	Polícia	Imagem
Notícia urgente: anvisa aprovou hoje o uso de um coquetel de medicamentos contra a Covid-19	Saúde	Imagem
Pandemia faz expectativa de vida em SP cair pela 1ª vez desde 1940	Saúde	Imagem
Jatinho não consegue parar e sofre acidente no aeroporto da Pampulha	Geral	Imagem
Escuta que o filho é teu	Geral	Imagem
Carolina Casagrande que gabaritou matemática no Enem e tirou 980 na redação	Geral	Imagem
A desumanidade da intubação sem kit	Saúde	Vídeo (tipo podcast)
Prefeito Rafael Greca sofre AVC e é internado em Curitiba	Saúde	Imagem
Justiça suspende decretos da Prefeitura do Rio com medidas restritivas contra a Covid 19	Política	Imagem
Notícia urgente – doze jurados decidiram nesta terça que o ex policial Derek Chauvin é culpado pela morte de George Floyd	Polícia	Imagem
Di Caprio, Katy Perry, Gilberto Gil e outros artistas pedem a Biden que recuse acordo ambiental com Brasil	Celebridades	Imagem
Milhares vão às ruas dos EUA para celebrar condenação de Derek Chauvin pela morte de George Floyd	Polícia	Imagem
Moraes anula decisão da Lava Jato que transformou Temer em réu	Política	Imagem

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

Por sua vez, a Tabela 3 apresenta 14 notícias com a prevalência de assuntos de temática geral e polícia. Há presença de imagens no feed e um formato de vídeo que ilustra um podcast.

Tabela 3 - Notícias do feed no Instagram do dia 21/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Resumão com as principais notícias – episódio Márcio Rodrigues	Geral	Vídeo (tipo podcast)
Porteira que sofreu ataques racistas em Goiânia	Geral	Imagem
Parabéns Rainha Elizabeth II	Celebridades	Vídeo
Mural do Kobra que custou R\$ 400 mil “derrete” em Boa vista	Geral	Imagem

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

Submarino da Indonésia com 53 a bordo desaparece em Bali	Geral	Imagem
Preso em Niterói um dos maiores traficantes de armas do mundo	Polícia	Imagem
Piora o estado de saúde de Bruno Covas, não há previsão de alta	Saúde	Imagem
Marlene Hinckel – Aos 63 anos, idosa aprendeu a ler durante aulas virtuais do neto	Geral	Imagem
Curiosidade Oscar 2021- Viola Davis é a atriz negra com mais indicações da história (4)	Celebridades	Imagem
Adolescente negra armada com faca é morta pela polícia nos EUA	Polícia	Imagem
Servidores do Ibama denunciam que fiscalização ambiental está paralisada após decisão de Sales	Política	Imagem
Ministério da Saúde adia fim da vacinação do grupo prioritário de maio para setembro	Saúde	Imagem
Brasil é o país das Américas com mais mortes por Covid por milhão de habitantes	Saúde	Imagem
Monitor da violência – nº de policiais mortos no Brasil cresce 10% em 2020	Polícia	Vídeo

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

No dia 22 de abril o feed apresentou 13 notícias com prevalência da temática política e uso de imagem para ilustrar quase todos os textos jornalísticos conforme demonstra a Tabela 4:

Tabela 4 - Notícias do feed no Instagram do dia 22/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Resumão com as principais notícias – neste episódio Mônica Mariotti	Geral	Vídeo (tipo podcast)
Antes de cúpula sobre o clima, EUA anunciam corte de emissões em 50% até o fim da década	Meio Ambiente	Imagem
Receita espanhola diz que Shakira sonegou quase R\$ 100 milhões	Celebridades	Imagem
Bolsonaro promete redução de emissões e cobra “justa remuneração por serviços ambientais” prestados pelo país	Política	Imagem
Japão identifica primeiro caso de Covid no revezamento da tocha Olímpica	Esporte	Imagem
Manuella Córdova – que ao completar 10 anos resolveu entregar bolos para moradores de rua	Geral	Imagem
O Brasil na Cúpula de Líderes sobre o Clima	Política	Vídeo
Supremo decide que processos de Lula devem ir para justiça do DF	Política	Imagem
Irmão de Wilson Witzel é preso por posse ilegal de arma durante operação no interior de São Paulo	Polícia	Imagem
Índia tem cremação em massa após país bater recorde de casos de Covid-19 em um único dia	Saúde	Imagem
Notícia urgente – Decisão do STF	Política	Imagem
O governo sai da Cúpula do Clima do mesmo jeito que entrou: desacreditado” Márcio Astrini, do Observatório do clima	Política	Imagem

Após impasse com o Congresso, governo informa sanção com vetos do Orçamento de 2021	Política	Imagem
---	----------	--------

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

Já no dia 23 de abril foram 14 textos em que os assuntos sobre temáticas gerais prevaleceram. A imagem também foi o recurso multimidiático mais utilizado no dia como mostra a Tabela 5:

Tabela 5 - Notícias do feed no Instagram do dia 23/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Resumão com as principais notícias – episódio Márcio Rodrigues	Geral	Vídeo (tipo podcast)
Impacto da Covid-19 nas polícias em 2020	Saúde	Imagem
SpaceX e Nasa lançam 4 astronautas rumo à estação espacial	Geral	Vídeo
Piscina transparente é instalada entre dois prédios em Londres	Geral	Imagem
Notícia urgente – Censo IBGE	Geral	Imagem
Mulher se apresenta como ganhadora do “prêmio esquecido” de R\$ 162 milhões da Mega da Virada	Geral	Imagem
Mais de 1,5 de toneladas de lixo invade praias do RN	Meio Ambiente	Imagem
59% é o aumento do risco de morte de pessoas que tiveram Covid seis meses depois da infecção, em relação a pessoas que não tiveram a doença	Saúde	Imagem
Veja os indicados ao Oscar e faça as suas escolhas	Celebridades	Imagem
“Nomadland” Como vivem os brasileiros que vivem em carros, peruas e combes	Geral	Vídeo
Curiosidades do Oscar 2021- Aos 83 anos, Anthony Hopkins se tornou o mais velho indicado a melhor ator	Celebridades	Imagem
Meio Ambiente tem R\$ 240 milhões do orçamento vetados após falta de Bolsonaro em Cúpula	Política	Imagem
Moraes prorroga por mais de 90 dias inquérito que apura se Bolsonaro tentou interferir na PF	Política	Imagem
Piscina desaba em prédio de luxo no Espírito Santo; ninguém se feriu	Geral	Vídeo

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

A Tabela 6 mostra que no dia 24 de abril foram publicadas no feed do G1 no Instagram somente 8 notícias. A temática de assuntos gerais foi a que mais apareceu juntamente com o recurso multimidiático de imagem.

Tabela 6 - Notícias do feed no Instagram do dia 24/04/2021

Título	Tema	Recurso multimidiático
Lévy Fidelix – político – 1951 – 2021	Política	Imagem
Indonésia confirma que submarino desapareceu e naufragou	Geral	Imagem

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores

Astronautas da Nasa chegam à Estação Espacial Internacional a bordo de nave da SpaceX	Geral	Imagem
Youtube derruba mais vídeos de Bolsonaro sobre remédios ineficazes contra Covid-19, mas mantém canal	Política	Vídeo
Ana Liris Conrado, ex estudante da rede pública que passou a faculdade com ajuda de vídeos na internet	Geral	Imagem
Sentença de caso George Floyd sai em junho; ex-policiaf condenado pode pegar até 40 anos de prisão	Polícia	Imagem
Os Oscar tempos de pandemia	Celebridades	Imagem
Família de menino que estudava em barraca se muda para casa construída com doações	Geral	

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

No último dia de análise — 25 de abril — o feed apresentou 8 notícias com as temáticas de saúde e celebridades prevaientes. Também houve muito o uso de imagens para ilustrar os textos conforme aponta a Tabela 7:

Tabela 7 - Notícias do feed no Instagram do dai 25/04/2021

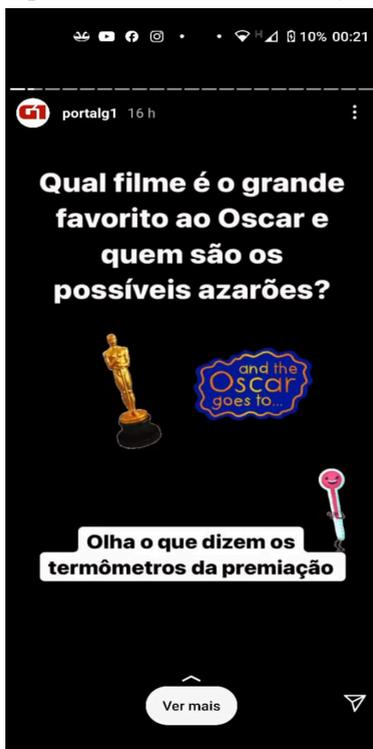
Título	Tema	Recurso multimidiático
Faixa entre 20 e 29 anos tem maior alta no total de mortes por Covid no começo de abril, diz Fiocruz	Saúde	Imagem
Vacinação em massa faz casos e mortes por Covid despencarem entre indígenas em Minas Gerais – imagem	Saúde	Imagem
Oscar ao vivo no G1	Celebridades	Imagem
Caminhoneiro “descansa” em rede improvisada durante congestionamento	Geral	Imagem
Com só um caso ativo de Covid-19, ilha do Caribe decreta duas semanas de lockdown	Saúde	Imagem
Vacinas da Pfizer e da Moderna não apresentam riscos a mulheres grávidas, diz estudo –imagem Saúde mental acessível	Saúde	Vídeo
Com pandemia, tapete vermelho no Oscar é reduzido. Arraste para o lado para ver mais fotos	Celebridades	Imagem
Chloé Zhao vence Oscar de melhor direção por “Nomadland” e se torna segunda mulher a ganhar a categoria –imagem	Celebridades	Imagem

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa (2021)

A partir disso observamos que no período analisado o feed do portal G1 fez mais uso do recurso multimidiático imagem para ilustrar os textos jornalísticos. Estes, por sua vez, eram sobre assuntos gerais, celebridades, saúde, política, polícia, entre outros. Um dado interessante é que nem todas as notícias que vão para o feed do Instagram ou para o próprio portal do G1 vão para os stories do Instagram ou Twitter. Na realidade, quando essas informações migram para as redes sociais existe uma chamada para acessar o link das notícias que são direcionadas ao site do G1.

Nesse sentido, o G1 utiliza no Instagram uma linguagem mais interativa, dinâmica e humorada que é possível graças a recursos interativos e multimidiáticos como gifs, figuras, enquetes e caixinha de perguntas como ilustra a Figura 1, que é sobre os indicados ao Oscar 2021. Isso significa que a narrativa transmidiática, uma das características das mídias sociais digitais, apontada por Jenkins (2009), não acontece de fato no portal G1. O que há é uma reprodução de matérias nas mídias, mas utilizando a linguagem específica de cada rede.

Figura 1 – Exemplo de stories sobre Indicação ao Oscar 2021

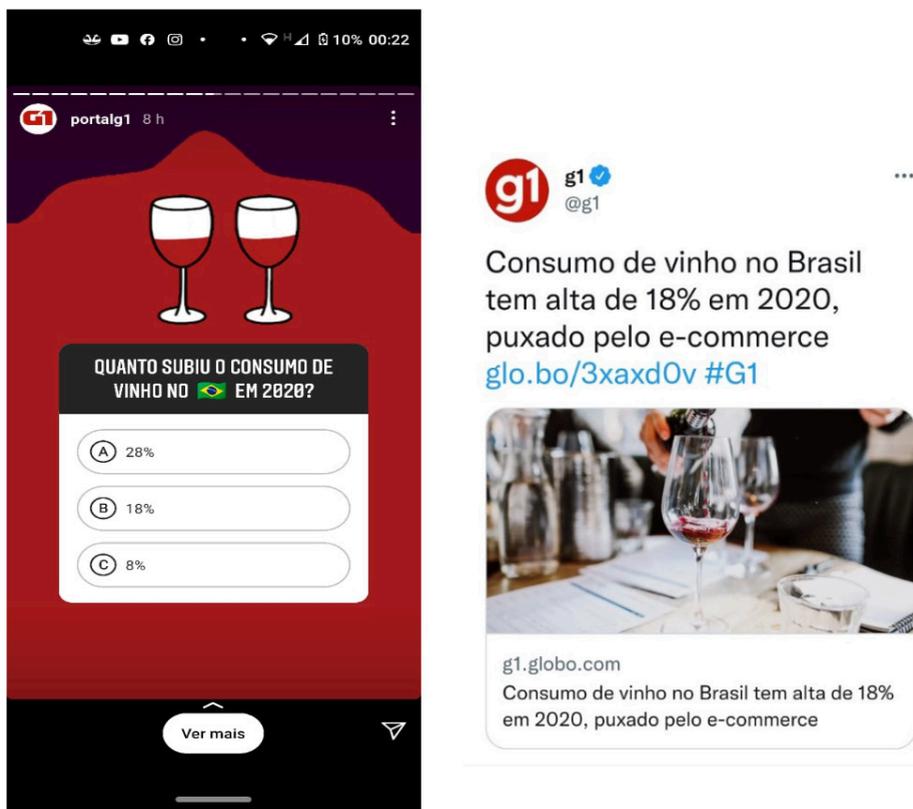


Fonte: Instagram do G1 (2021)

Outra observação interessante é quanto à forma que um mesmo texto jornalístico é abordado nas duas redes como mostra a Figura 2. Esse texto não foi publicado no feed do Instagram, mas foi para os stories e Twitter. No Instagram, o G1 utilizou o recurso interativo da enquete e dos gifs (pequenas figuras que se movem em formato de vídeo) de taças de vinho no qual fez a pergunta “Quanto subiu o consumo de vinho no Brasil?”. Ao clicar em uma das opções dadas, a pessoa consegue visualizar a resposta certa e também, clicando no link, é direcionado ao texto completo disponível no portal. Já no Twitter o foco é no título da matéria “Consumo de vinho no Brasil tem alta de 18% em 2020, puxado pelo

e-commerce”. O Twitter, nesse caso, apresenta a linguagem jornalística nos títulos enquanto que no Instagram a linguagem é mais dinâmica e chama o leitor para interagir.

Figura 2 – Exemplo de publicação no storie e twitter sobre aumento de consumo de vinho no Brasil



Fonte: Instagram e Twitter do G1 (2021)

Outro exemplo é a Figura 4, que ilustra outro texto sobre indicação ao Oscar em que a diretora Chloé Zhao se torna a segunda mulher a ganhar a categoria de melhor direção na história do Oscar. Percebemos, também, que nesse texto o G1 não fez uso de emojis na construção da chamada da matéria, o que reforça que o portal no Twitter mantém uma linguagem mais jornalística ou de frases de efeito — para que o leitor se dirija ao portal e leia o conteúdo na íntegra — enquanto que no Instagram prevalece o uso dos recursos que esta mídia social oferece.

Figura 4 – Exemplo de publicação feita no twitter do G1 sobre a premiação do Oscar 2021



Fonte: Twitter do G1 (2021)

4. Considerações finais

Este trabalho buscou compreender como o portal G1 utiliza as mídias sociais digitais, Instagram e Twitter, para retratar os acontecimentos. A partir de uma análise descritiva realizada no período de 19 a 25 de abril de 2021 no perfil @portalg1 (Instagram) e G1 (Twitter) identificamos que o G1 utiliza uma linguagem objetiva e direta no Instagram e Twitter, mas a produção complementar de notícias nas duas redes ainda se dá de maneira lenta, pois nem todos os conteúdos que estão presentes no portal de notícias seguem para as redes sociais. Isto é, nem todo acontecimento é narrado de forma transmidiática.

Observamos, também, que um mesmo acontecimento é narrado em cada uma dessas redes com suas linguagens específicas, mas que pelo Instagram permitir o uso de recursos mais interativos como gifs, enquetes e caixas de perguntas, acaba sendo onde o texto jornalístico é narrado de maneira mais variada, dinâmica, com uma linguagem mais informal e bem-humorada. Já no Twitter, o foco se dá no título da matéria ou em frases de efeitos em que a linguagem jornalística é mais uma chamada para o leitor acessar o conteúdo completo no portal.

Por outro lado, as duas redes fazem bastante uso de imagens para ilustrar seus conteúdos. Em relação aos recursos multimidiáticos mais utilizados, pontua-se que no Instagram a presença de vídeos no feed é mais comum que no Twitter.

5. Referências bibliográficas

- ALAMI, Sophie; DESJEUX, Dominique; GARABUAU-MOUSSAOUI, Isabelle. Tradução de Luis Alberto S. Peretti. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- BENETTI, Márcia. **O jornalismo como acontecimento**. 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304214959_O_jornalismo_como_acontecimento. Acesso em 28 de abril de 2021.
- CANAVILHAS, João. **Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la WWW**. Livros LabCom. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf. Acesso em: 06 de out. 2021
- G1. **G1 faz 15 anos**. 2021. Disponível em <https://g1.globo.com/g1-15-anos/noticia/2021/09/18/g1-faz-15-anos.ghtml>. Acesso em 06 de out de 2021.
- G1. **Nomadland é o grande favorito ao Oscar de melhor filme dizem termômetros do Oscar**. 2021. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/oscar/2021/noticia/2021/04/20/nomadland-e-grande-favorito-ao-oscar-de-melhor-filme-dizem-termometros-do-oscar.ghtml>. Acesso em 06 de out de 2021.
- G1. **Consumo de vinho tem alta de 18 por cento em 2020 puxado pelo e-commerce**. 2021. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/04/20/consumo-de-vinho-tem-alta-de-18percent-em-2020-puxado-pelo-e-commerce.ghtml>. Acesso em 06 de out de 2021.
- INSTITUTE REUTERS. **Digital News Report**. 2020. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/202>. Acesso em 06 de out de 2021.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MODESTO, Yago. e DE MELLO, Edna. (2019). **As narrativas jornalísticas em formato de stories no Instagram e Snapchat**. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 44, 73-92.
- PALACIOS, Marcos (Org). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**. (volume 1: modelos). Portugal: Labcom, 2011. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/82.pdf>. Acesso em 06 de out de 2021.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: Informar para cinco sentidos**. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Disponível em: https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acesso em: 06 de out de 2021
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

Robôs nas eleições de 2020: estudo de caso de uma notícia publicada no Portal G1¹

Laura Rayssa de Andrade CABRAL²

Resumo: Tecnologias exponenciais, como a Inteligência Artificial (IA), reconfiguram o jornalismo frente a um cenário caracterizado pela ampla disponibilidade de dados. Para tanto, a automação aliada à IA passou a ser utilizada em muitas organizações jornalísticas por meio de robôs que escrevem notícias com uma linguagem semelhante à humana. No Brasil, como em outros países, a exemplo dos Estados Unidos, iniciativas de jornalismo automatizado estão se fortalecendo. Este trabalho, portanto, objetiva verificar como se estrutura uma notícia automatizada com os resultados das eleições de 2020 no Brasil. O artigo inicialmente se debruça sobre o jornalismo automatizado e a IA para, posteriormente, realizar um estudo de caso (YIN, 2001) de uma notícia automatizada publicada no Portal G1. Os principais resultados apontam que a notícia cumpre com sua função de informar sobre o resultado das eleições, mediante uma estrutura algorítmica em que o jornalista contribui na revisão e publicação do texto.

Palavras-chave: Robôs; eleições; Jornalismo Automatizado; Inteligência Artificial.

Introdução

Notadamente a sociedade vivenciou intensas transformações no decorrer dos séculos. Da invenção da prensa tipográfica ao surgimento da Inteligência Artificial (IA), é perceptível o quanto a evolução tecnológica contribuiu para o aprimoramento de processos e práticas. Neste contexto, a automação de processos (RIBEIRO, 1999) se tornou realidade na maioria das profissões e campos sociais, como no jornalismo. Mediante o aprimoramento tecnológico e a elevada quantidade de dados digitais, a IA, juntamente com a automação, passou a favorecer o surgimento de muitas iniciativas de uso de robôs que selecionam e filtram dados e, posteriormente, escrevem notícias utilizando uma linguagem semelhante à humana.

1 Artigo apresentado no GT 2 – Desigualdade Tecnológica e Redes Sociais do I Congresso Internacional de Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ - UFPB). Especialista em Comunicação Digital e Marketing de Dados pela Cesrei Faculdade. Integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/CNPq. E-mail: laurandrdec@gmail.com.

Nesta perspectiva emergiu o jornalismo automatizado (CARLSON, 2014; GRAEFE, 2016; DALBEN, 2018), que explica muitos fenômenos provenientes do uso de robôs no jornalismo, realidade que, inclusive, está se tornando recorrente especialmente em situações específicas como nos períodos eleitorais. Em 2020, por exemplo, a partir de uma iniciativa inédita, o Portal G1 publicou para cada cidade do Brasil uma notícia escrita por um robô com o resultado das eleições municipais.

Para o funcionamento dos robôs, além das bases de dados, também são necessários algoritmos de inteligência artificial, aprendizado de máquina (*Machine Learning*) e técnicas de Geração de Linguagem Natural (GLN) ou *Natural Language Generation (NLG)*. Portanto, a partir desta realidade, que gera implicações em organizações jornalísticas, jornalistas, consumidores e a sociedade como um todo, faz-se necessário se debruçar sobre o jornalismo automatizado enquanto vertente para explicar o fenômeno da automatização no jornalismo.

Assim sendo, este artigo objetiva refletir sobre o uso de robôs para a geração de textos como realidade exponente no jornalismo, compreendendo como se estruturam as notícias provenientes dessa automatização sob uma realidade de eleições municipais. Para tanto, será feito um estudo de caso (YIN, 2011) de uma notícia escrita por um robô e publicada no Portal de Notícias G1. Assim, ressalta-se que entender as prerrogativas acima antepostas auxiliam na visualização do cenário do jornalismo automatizado no Brasil.

Jornalismo Automatizado

Mediante as reconfigurações provocadas pelas tecnologias, especialmente no tocante à automação de processos e a Inteligência Artificial (IA), pesquisadores passaram a se debruçar sobre os fenômenos que emergem dessas realidades e repercutem no jornalismo. Desta feita, para compreensão da conjuntura que engloba empresas, robôs, algoritmos e jornalistas, emergiu o jornalismo automatizado (CARLSON, 2014; GRAEFE, 2016; DALBEN, 2018).

De acordo com Carlson (2014), no jornalismo automatizado há um processamento realizado por algoritmos “que convertem dados em narrativas jornalísticas com ação limitada ou nenhuma intervenção humana além das escolhas iniciais de programação” (CARLSON, 2014, p.1, tradução nossa). Graefe (2016) complementa a conceituação de Carlson (2014) acerca do processamento feito por algoritmos, pois, segundo ele, o jornalismo automatizado diz respeito a “processos com o uso de *softwares* e algoritmos que automaticamente geram notícias sem nenhuma intervenção humana – depois da etapa inicial de programação do algoritmo, claro” (GRAEFE, 2016, p. 14, tradução nossa).

No entanto, a partir de uma visão mais integralista, Silvia Dalben (2018) destaca que o jornalismo automatizado não deve ser simplificado apenas ao processamento algorítmico em que o jornalista tem pouca ou nenhuma participação no processo.

Para a pesquisadora, um novo ecossistema está se formando onde trabalham em conexão jornalistas e profissionais das áreas de engenharia, programação e análise de dados, constituindo “uma rede complexa envolvendo diversos atores humanos e não-humanos que não pode ser reduzida e nem simplificada a apenas uma rede de bancos de dados, templates, algoritmos e programadores” (DALBEN, 2018, p. 57-58).

Na prática, o jornalismo automatizado se fortalece a partir do uso de *softwares* que escrevem notícias mediante as técnicas de Geração de Linguagem Natural (NLG), como também por meio do uso de chatbots, seja para o relacionamento com o público ou atuando nas redes sociais e aplicativos de mensagens no combate à desinformação. Muito embora no Brasil as iniciativas de automatização jornalística estejam se fortalecendo, no exterior essa prática vem sendo realizada com mais recorrência, tendo em vista que “grandes empresas de mídia, como Associated Press, Forbes, The New York Times, Los Angeles Times e ProPublica já começaram a automatizar conteúdo noticioso”. (GRAEFE, 2016, p.5, tradução nossa).

Há empresas especializadas em desenvolver algoritmos para geração de textos, onde o robô garimpa informações de bases de dados digitais e, do grande volume que encontra inicialmente, separa através de vários filtros o que é útil do que não é, até que por fim resultem apenas as informações essenciais para a construção da notícia.

O ponto de partida para a criação dos algoritmos de automação jornalística são as técnicas de geração de linguagem natural (NLG), provenientes dos estudos de inteligência artificial aplicados à linguística. As etapas necessárias para a automação envolvem o acesso aos dados, que providenciam o conteúdo do texto, uma etapa intermediária na qual esses dados passam por um processamento com base em critérios previamente estabelecidos, e a parte final, quando o texto é produzido para ser publicado automaticamente ou para ser editado por um jornalista (MENDONÇA; 2016, p. 26).

As empresas especializadas no desenvolvimento de algoritmos para geração de textos comercializam seus serviços para as empresas informacionais que também podem optar por desenvolver seu próprio *software*, geralmente por meio de núcleos de desenvolvimento e programação próprios, a depender do tamanho e da realidade da empresa. Aqui no Brasil, as iniciativas de uso de robôs estão começando a se intensificar, especialmente em situações onde é preciso produzir grandes volumes de notícias que demandam esforços para garimpar e interpretar os dados, em pouco espaço de tempo, como no caso do G1 que escreveu uma notícia para cada cidade brasileira com o resultado das eleições de 2020.

No entanto, mesmo quando são os robôs que escrevem as notícias, estas passam pelo crivo de um jornalista seja para revisar o conteúdo ou para incrementar mais detalhes, como a fala de uma fonte, etc. Acerca dessa função mediadora do jornalista na

perspectiva do jornalismo automatizado, Mendonça (2016) destaca a necessidade de o profissional adquirir conhecimentos na área de computação, especialmente sobre programação “pelo menos em nível básico, que lhes permita trabalhar em colaboração com profissionais da computação” (MENDONÇA, 2016, p. 35).

Assim sendo, para o entendimento de como se estrutura uma notícia automatizada, é necessário compreender aspectos da Inteligência Artificial (IA) e como funciona os *softwares* de Geração de Linguagem Natural, temáticas que serão discutidas no tópico abaixo para o posterior estudo de caso da notícia publicada no Portal G1.

3. Inteligência Artificial (ia) e Geração de Linguagem Natural (NLG)

A maioria dos teóricos que escrevem sobre Inteligência Artificial (IA) utiliza o Teste de Turing como referência para explicar a origem desse campo que, embora não seja recente, com o avanço das tecnologias, se torna cada dia mais complexo e com novos desdobramentos. De acordo com Araújo (2019), em seu livro “Novas Tecnologias e Dilemas Morais”, o Teste foi proposto pelo filósofo e matemático Alan Turing, em 1950, em um artigo intitulado “Jogo da Imitação”, para saber se as máquinas poderiam pensar. Porém, Turing esbarrou em um dilema, pois “para dizermos que alguma coisa pensa é preciso que ela tenha consciência, que ela tenha sentimentos, que ela tenha uma espécie de vida mental?” (ARAÚJO, 2019, p. 14-15).

Assim, de acordo com Araújo (2019), foi a partir dos pressupostos elencados por Turing que em 1966 surgiu o primeiro experimento de robô de IA: um chatbot denominado Eliza. Após essa primeira iniciativa, muitas outras foram surgindo ao longo do tempo. Para tanto, um dos autores contemporâneos a conceituar o campo da Inteligência Artificial é Hammond (2015). Para ele, a IA é um tipo de inteligência computacional para solucionar problemas diversos, tendo em vista que “visa desenvolver computadores capazes de fazerem coisas normalmente feitas por pessoas - em particular as coisas associadas às pessoas que agem de forma inteligente” (HAMMOND, 2015, p.5, tradução nossa). E é a partir dessa realidade que passaram a surgir as iniciativas que unem IA e automação.

No entanto, para que essa atividade efetivamente aconteça é necessária uma sequência lógica, ou seja, um planejamento. Para isto são utilizadas técnicas de Geração de Linguagem Natural (GLN) ou *Natural Language Generation (NLG)*, algoritmos, aprendizado de máquina (*Machine Learning*), etc.

Natural Language Generation (NLG) traduzido para o português significa Geração de Linguagem Natural e, como o próprio nome sugere, diz respeito à capacidade computacional de produção de textos em linguagem humana compreensível. De acordo com Reiter e Dale (1997), a NLG é um subcampo da IA e da Linguística Computacional. Assim sendo, Ribeiro (2019) em sua dissertação de mestrado, na área de engenharia informática e computação, investigou a produ-

ção automática de conteúdos de texto e explicou os passos fundamentais de NLG aplicada ao jornalismo (Tabela 1), tendo em vista que “a Geração de Linguagem Natural tem como principal objetivo produzir texto perceptível em linguagem natural, a partir de dados de entrada não linguísticos” (RIBEIRO, 2019, p.1).

Tabela 1: Tarefas de sistema de NLG aplicada ao jornalismo

ETAPA	PROCEDIMENTO
Determinação do conteúdo	Decide quais as informações a incluir no texto em construção;
Estruturação do texto	Determina qual a ordem das informações apresentadas no texto;
Agregação de frases	Decide quais as informações que devem ser apresentadas em cada frase individual;
Lexicalização	Encontra as palavras e as frases certas para expressar a informação;
Geração de expressões de referência	Seleciona as palavras e frases para identificar os objetos do domínio;
Realização Linguística	Combina todas as palavras e frases para formar frases bem construídas.

Fonte: RIBEIRO, 2019

Como é possível observar na tabela acima, de acordo com Ribeiro (2019), as etapas das tarefas que o sistema de NLG executa são classificadas a partir do conteúdo, da estruturação do texto para saber a ordem que as informações serão apresentadas e, por fim, de uma combinação de palavras e frases para formar o texto final. Nesse sentido, a partir de uma grande base de dados é possível que o *software* desenvolva qualquer tipo de texto, atuando nas redações para produzir trabalhos cada vez mais complexos e, portanto, possibilitando que o jornalista possa se dedicar a outras perspectivas no processo de reconstrução da realidade.

4. Descrição do objeto e metodologia

Na ocasião das eleições municipais no Brasil, o Portal de Notícias da Globo, o G1, anunciou que usaria um *software* para escrever uma reportagem para cada cidade brasileira com o resultado das eleições de 2020. “Não só a Paraíba, mas todas as 5.568 cidades do país também tiveram reportagens no G1 com os resultados das eleições municipais” (PORTAL G1, 2020, ON-LINE).

Portanto, com o objetivo de refletir sobre o uso de robôs de IA no jornalismo, nosso objeto de análise é composto por uma notícia escrita no dia 15 de novembro, data do primeiro turno das eleições em todo o Brasil. Tendo em vista que para cada cidade da Paraíba foi escrita uma reportagem com o resultado das eleições, a escolha da notícia para compor o nosso *corpus* de análise foi aleatória, levando em consideração apenas o município paraibano que tem o nome iniciado pela primeira letra do alfabeto, portanto, Água Branca.

Além disso, também consideramos a notícia que apresentava informações explícitas sobre ter sido escrita de modo automatizado, uma vez que em cidades com segundo turno ou quando era necessário inserir mais informações, o jornalista o fazia e a mensagem de ter sido produzida com o apoio do sistema de inteligência artificial era retirada do rodapé da página, o que nos leva a concluir que só as reportagens produzidas com o apoio do *software* continham a informação na íntegra.

Centralizamos a metodologia no estudo de caso em razão de sua efetiva contribuição para a compreensão dos fenômenos que se delineiam nesta pesquisa (YIN, 2015). Uma vez que, “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p.32). E para a abordagem dos dados, priorizou-se por usar o método qualitativo, que segundo Minayo (2009, p. 21), “se ocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ou não deveria ser quantificado”.

5. A notícia publicada no Portal G1

Inicialmente, em termos de estrutura, a notícia publicada no Portal G1 contém título, subtítulo, data, hora, quando foi atualizada pela última vez e ícones das redes sociais para facilitar o compartilhamento da notícia nos perfis do leitor (Figura 1). É possível perceber com isso características estruturantes das notícias e reportagens do jornalismo praticado no meio digital. Prontamente, o título já aclara o leitor a respeito de quem ganhou as eleições para a prefeitura da cidade de Água Branca, ou seja, do que trata a notícia. Além disso, a inserção do subtítulo acrescenta mais dados ao que já está contido no título. De certa forma, conferindo mais profundidade às informações preliminares.

Figura 1: Tela da notícia do G1 sobre o resultado das eleições na cidade de Água Branca - PB



Fonte: Reprodução do Portal G1

Fonte: Reprodução do Portal G1

Além do título e do subtítulo, a reportagem contém o *lead* e mais cinco parágrafos, finalizando com a informação de que o texto foi produzido de modo automático e revisado por um jornalista antes da sua publicação. Isto representa que, apesar da notícia ter sido escrita por um robô, todos os padrões estéticos e estruturantes do portal e da própria notícia foram respeitados e priorizados. Ou seja, os desenvolvedores e programadores do algoritmo para geração de textos foram fiéis à estrutura das notícias do site e do próprio jornalismo.

Acerca da mensagem final sobre o texto ser produzido de modo automático e depois revisado por um jornalista mostra certo cuidado do G1 — tanto para deixar transparente que apesar de ser escrita por um robô, a reportagem foi revisada por um jornalista antes de ser publicada e também para evidenciar a inovação que o portal fez.

Figura 2: Tela da notícia do G1 com a mensagem do texto automatizado



Fonte: Reprodução do Portal G1

É possível visualizar, também, nas entrelinhas dessa mesma mensagem a mediação do jornalista que se coloca entre o robô e o leitor para que se cumpram as técnicas do jornalismo e o processo de reconstrução social da realidade. E acerca das informações do título, estão contidos o nome do candidato eleito, o partido e a cidade. Já no subtítulo as informações são sobre o percentual de votos do prefeito eleito, como também do candidato derrotado precedido pelo seu nome nas urnas.

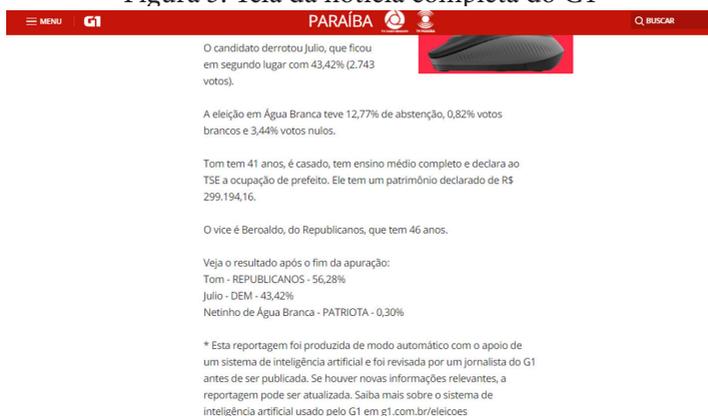
O *lead* da reportagem repete alguns dados presentes no título e no subtítulo, como o nome do candidato eleito, o partido, a cidade e a porcentagem de votos. Contudo, também são acrescentados o total de votos que o candidato obteve no pleito e a data do primeiro turno das eleições. Logo, apesar de o *lead* repetir alguns dados do título e do subtítulo, ele responde a maioria das perguntas sobre “o quê?”, “quem?”, “onde?”, “como?”, “quando?” e “por que?”.

Os parágrafos subsequentes reúnem informações do nome do candidato derrotado, a porcentagem e o total de votos por ele obtidos, bem como o número total de abstenções, votos brancos e nulos na eleição em Água Branca. Além

disso, informações pessoais do prefeito eleito, como idade, estado civil, grau de escolaridade e declaração de patrimônio em reais. Do vice-prefeito é apresentado o nome, o partido e a idade.

Por fim, a reportagem finaliza com dados dos três candidatos ao cargo de prefeito de Água Branca, organizados em ordem decrescente ao quantitativo de votos. Ressaltamos que o nome do terceiro candidato à prefeitura da cidade só é mencionado no parágrafo final, que esteticamente compõem uma listagem, conforme pode ser observado na (Figura 3) abaixo.

Figura 3: Tela da notícia completa do G1



Fonte: Reprodução do Portal G1

A reportagem apresenta informações e quantitativos essenciais para a composição do texto. No entanto, a visualização dos números poderia ser mais clara para o leitor caso fosse utilizado algum tipo de recurso audiovisual, a exemplo de um infográfico. Além desse, outros recursos poderiam ter sido utilizados para complementar as informações contidas no texto, como fotos, vídeos, áudios, *hyperlinks*, etc. Como também, incluir falas dos envolvidos e dos próprios cidadãos de Água Branca para trazer profundidade à reportagem e explorar todos os ângulos do acontecimento.

6. Considerações finais

Este artigo discute, sucintamente, sobre o jornalismo automatizado e como os robôs de Inteligência Artificial contribuem para as reconfigurações do jornalismo, sobretudo, enquanto tecnologias exponenciais que chegam para ficar e transformar o cotidiano das empresas e dos diversos públicos.

Quanto ao estudo de caso da notícia automatizada publicada no Portal G1, foi possível perceber que ela apresenta padrões e características do jornalismo, especialmente o praticado no ambiente digital, e cumpriu com sua função de in-

formar, com os elementos que constituem uma notícia, como título, subtítulo, *lead* e corpo do texto. Porém, a ausência dos recursos multimídia, como fotos, vídeos, infográficos e áudios, por exemplo, bem como a falta de depoimentos das fontes revela a necessidade do trabalho mais efetivo de um jornalista para complementar o trabalho do robô.

Neste sentido, é possível perceber ainda o relevante papel mediador do jornalista, uma vez que se coloca entre a inteligência artificial de um robô e o público leitor daquele produto jornalístico, tornando-o ainda mais realístico, completo e humanizado. Sendo essa uma das características mais discutidas quando se fala acerca da máquina substituir o homem, principalmente no âmbito profissional, tendo em vista que a tendência da evolução tecnológica é tornar ultrapassado aquilo e aqueles que não conseguem acompanhar o processo.

No entanto, é notório que o ser humano aciona cotidianamente características que são inerentes à própria espécie, como a criatividade e a sensibilidade que os diferenciam de tudo e todos. Porém, como destaca Dalben (2018), é necessário que o jornalista profissional repense e amplie seu leque de habilidades, principalmente no que diz respeito à programação, análise e interpretação de dados.

Nesse sentido, acredita-se que este artigo tenha alcançado o objetivo de refletir sobre o uso de robôs nas eleições a partir de uma notícia automatizada publicada no Portal G1, para tensionar, também, a função mediadora do jornalista diante do jornalismo automatizado. Ressalta-se que as reflexões aqui apresentadas não finalizam a discussão da temática, mas contribuem com o meio acadêmico para novas pesquisas na área.

7.Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Marcelo de. **Novas tecnologias e dilemas morais**. 1. ed. São Paulo: KDP, 2019.
- CARLSON, Matt. **The Robotic Reporter**. Digital Journalism, 2014. DOI: 10.1080/21670811.2014.976412. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976412>. Acesso em: 12. jan. 2021.
- DALBEN, Silvia. **Cartografando o jornalismo automatizado: redes sociotécnicas e incertezas na redação de notícias por “robôs”**. 117 f. (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2018.
- GRAEFE, Andreas. **Guide to Automated Journalism**. Tow Center for Digital Journalism, [Nova York], online, 2016. Disponível em: <https://towcenter.columbia.edu/news/guide-automated-journalism>. Acesso em: 24. jan. 2021.
- HAMMOND, Kristian. **Practical artificial intelligence for dummies**. 2015. Disponível em: http://gunkelweb.com/coms493/texts/AI_Dummies.pdf. Acesso: 21. fev. 2021.

- MENDONÇA, Vinícius de Sousa. **Notícias geradas por software: o jornalismo sem repórter**. 39 f. (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – Centro Universitário de Brasília, Distrito Federal, 2016.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- REITER, Ehud; ROBERT, Dale. Construindo Sistemas Aplicados de Geração de Linguagem Natural. *Journal of Natural-Language Engineering*. Cambridge University Press, 1997.
- RIBEIRO, Marco Antônio. **Automação Industrial**. Tek Treinamento & Consultoria Ltda. 4. ed. Salvador-BA, 1999.
- RIBEIRO, Vasco Ferreira. **Jornalista-Robot: produção automática de conteúdos de texto como apoio ao jornalismo desportivo**. 109 f. (Mestrado Integrado em Engenharia Informática e Computação) – Faculdade de Engenharia – Universidade do Porto, Portugal, 2019.
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Pandemia e desigualdade tecnológica: uma análise das consequências do pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro do dia 24 de março de 2020 às pessoas sem acesso às tecnologias de comunicação¹

Laura Moura de ANDRADE²

Resumo: O presente artigo analisa o pronunciamento do presidente Jair Messias Bolsonaro, do dia 24 de março de 2020, sobre a pandemia da Covid-19 e investiga quais as consequências que este discurso traz para pessoas sem acesso às tecnologias de comunicação. Considera as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), sob o aporte teórico de Castells (1999), como responsáveis por agirem sobre todos os domínios da atividade humana, inclusive ampliar as oportunidades em obter conhecimento. O método utilizado é a análise de discurso, sob o aporte teórico de Patrick Charaudeau (2008). Observa-se que o pronunciamento de Bolsonaro influencia diretamente as ações do poder público e da sociedade no combate à Covid-19. Desse modo, o discurso presidencial acaba sendo absorvido com mais facilidade pelas pessoas que não tem acesso a outras TICs e possuem apenas a televisão como mecanismo de obter informação.

Palavras-chave: Desigualdade Tecnológica; Discurso Político; Jair Bolsonaro; TICs.

1. Introdução

O novo coronavírus³ gerou uma mudança drástica na vida da maioria da população mundial. Para evitar o contágio e, conseqüentemente, o crescimento do nú-

1 Artigo apresentado no GT Desigualdade Tecnológica e Redes Sociais do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

3 Coronavírus é o nome de uma família de vírus que tem estrutura em formato de coroa. Eles causam infecções respiratórias e já provocaram outras doenças. O novo coronavírus ganhou o nome de SARS-CoV-2, uma sigla para o nome completo em inglês “severe acute respiratory syndrome coronavirus 2”.

mero de mortes em decorrência da Covid-19, doença causada pelo vírus, diversos países adotaram medidas rígidas de isolamento e distanciamento social, além das de higienização, como o uso de máscara e de álcool em gel.

O Brasil foi uma das nações que adotou as recomendações das autoridades em saúde. Entretanto, o brasileiro se viu passar não só por uma crise sanitária, mas também política. Os posicionamentos do chefe do poder executivo nacional, Jair Messias Bolsonaro (sem partido), que iam contra as orientações de combate à doença dadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), causaram atrito entre o presidente e governadores das unidades federativas brasileiras: uma repercussão negativa do país em todo o globo e o alastramento do negacionismo diante da doença.

Em março de 2020, a OMS declarou a pandemia da Covid-19 devido ao número de pacientes infectados, de mortes e de países atingidos que aumentaria com o passar das semanas. A transmissão comunitária, que é quando um paciente infectado que não esteve nos países com registro da doença transmite a doença para outra pessoa. No dia 24 do mês, quando o Brasil já possuía 2.271 casos confirmados e 47 mortes em decorrência da Covid-19, Jair Bolsonaro realizou o seu primeiro pronunciamento em rede nacional de rádio e televisão sobre a pandemia, feito em horário nobre e com duração de 4 minutos e 58 segundos.

Durante a sua fala, o presidente alegou que a pandemia foi agravada pelos veículos de comunicação e defendeu o isolamento social vertical, a volta à normalidade e o uso da cloroquina. O chefe do poder executivo nacional também zombou da Covid-19 ao chamá-la de “gripezinha ou resfriadinho”. O pronunciamento de Bolsonaro causou polêmica. Autoridades políticas, como o presidente do Senado, Davi Alcolumbre (DEM-AP), e o da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (DEM-RJ), governadores, juristas e associações criticaram a fala do presidente. Entretanto, ainda sim, uma parcela significativa da população simpatizou com ao menos um dos posicionamentos dados pelo gestor, o que contribuiu para a desvalorização da ciência, a polarização do país e o agravamento da crise sanitária e política.

Em momentos como esse, o posicionamento de um líder e dos demais representantes governamentais é de extrema importância e deve ser feito com responsabilidade. O discurso político tem a função de orientar uma sociedade e fornecer informações úteis e precisas para a população, principalmente em situações emergenciais. (MOITINHO, et al, 2020, p. 51).

Além disso, a fala de Jair Bolsonaro se torna ainda mais tentadora para aqueles que não possuem acesso a outros mecanismos de informação — como a internet, por exemplo —, tendo a televisão como o único aparelho de comunicação em

casa. Segundo a última pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre acesso à internet, em 2019 haviam 12,6 milhões de domicílios que ainda não tinham internet. Os motivos constatados foram: falta de interesse (32,9%); serviço de acesso caro (26,2%); falta de conhecimento sobre o uso (25,7%); indisponibilidade da rede de área do domicílio (6,8%); e alto custo de equipamento eletrônico para a conexão (5%).

Assim, conforme Santos (2006, p. 62), “o ser humano necessita de informação (como matéria-prima do conhecimento) para sua tomada de decisões e para seu agir e estar no mundo, tanto individual quanto coletivamente”. Ou seja, a falta de outras fontes de informação para a constituição de um entendimento sobre a pandemia pode ser crucial para o agravamento da doença entre populações que são reféns de um único meio de comunicação.

Dessa forma, esta pesquisa utiliza a análise de discurso como metodologia, que trata o discurso como a resultante das circunstâncias que se fala ou escreve com a sua maneira.

Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. E, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. (CHARAUDEAU, 2013, p. 40)

O discurso analisado apresenta um caráter político, não só por se tratar de um presidente, mas por possibilitar a construção de um imaginário⁴ social que, segundo Charaudeau (2008), circula em um espaço de interdiscursividade, dá um testemunho das identidades coletivas, da percepção e dos julgamentos que os grupos fazem dos fatos sociais. Neste artigo, o discurso presidencial será interpretado e, assim, será feita uma discussão acerca das consequências dele às populações sem acesso às novas tecnologias.

2. Tecnologias para quem?

Para Wolton (2012), as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) são vistas como o símbolo de progresso e agradam à sociedade por dar a sensação de liberdade, a capacidade do indivíduo se emancipar por ele mesmo. Essa ideia está inserida nos discursos políticos, midiáticos e elitistas, este último sendo o grupo com maior acesso às TICs. A partir deste ideal progressista é que vai se consti-

4 Um conjunto de produções, mentais ou materializadas em obras, com base em imagens visuais (quadro, desenho, fotografia) e linguísticas (metáfora, símbolo, relato), formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a uma função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados. (WUNENBURGER, 2007, p. 11)

tuir a sociedade da informação que, conforme Werthein (2000), tem a informação como matéria-prima e sofre com a alta penetrabilidade e flexibilidade das novas tecnologias, além do predomínio de redes e crescente convergência delas.

Entretanto, em termos regionais e geopolíticos, as novas possibilidades das redes interativas aumentam junto com as desigualdades tecnológicas o que gera o surgimento do tecno-apartheid que, de acordo com Sibília (2008, p. 24), trata-se de “nova cartografia da Terra como um arquipélago de cidades ou regiões muito ricas, com forte desenvolvimento tecnológico e financeiro, em meio ao oceano de uma população mundial cada vez mais pobre”.

Ou seja, ao mesmo tempo que a sociedade passa por uma revolução tecnológica, a dificuldade de acesso a estes novos mecanismos de informação não garante um cenário igualitário. Há, portanto, o risco do desenvolvimento de uma concepção menos democrática.

Na sociedade globalizada em que avança o novo paradigma, a emergência de novas forças de exclusão se dá tanto em nível local quanto global e requer esforços em ambos os níveis no sentido de superá-las. Ações fundamentais nessa direção são as que promovem o acesso universal tanto à infraestrutura quanto aos serviços de informação a preços acessíveis (WERTHEIN, 2007, p. 77).

No Brasil, como foi retratado na pesquisa do IBGE citada anteriormente, a dificuldade de alcance das novas tecnologias por uma parcela da população se dá em decorrência da concentração de renda, histórico de nepotismo e patrimonialismo no país — que são práticas de apropriação do público pelo privado — e a falta de democratização no campo da comunicação.

Ainda que o acesso seja garantido, é necessário buscar a qualidade da internet e o conhecimento para o uso das TICs. As novas tecnologias, assim como qualquer meio, possuem limites comunicacionais e quando os tipos de informação não são transparentes, pois se não se tem a competência para assimilar o aprendido, os sistemas de informação e de conhecimentos formarão novas barreiras.

Desse modo, desigualdade espacial no acesso à internet se tornou um dos maiores paradoxos da era da informação, devido à suposta independência de espaço da tecnologia. Para Castells (1999, p. 439), “o momento de chegada tão desigual das sociedades à constelação da internet terá consequências duradouras no futuro padrão da comunicação e da cultura mundiais”.

3. Resultados e discussão

O primeiro caso confirmado de Covid-19 no Brasil ocorreu no dia 26 de fevereiro: um homem de 61 anos, que mora em São Paulo, que tinha feito uma viagem para a Itália entre 9 e 21 de fevereiro. Na época, ele procurou um hospital parti-

cular ao apresentar problemas respiratórios. A doença foi confirmada após ele ser submetido a dois exames que deram positivo para a infecção.

Depois do primeiro caso confirmado, o número de infectados só aumentou no país. Os governos estaduais e municipais adotaram, por conta própria, as medidas de isolamento⁵ e distanciamento social⁶ para conter o avanço do novo coronavírus. Na época, o Ministério da Saúde também iniciou o combate à doença ao preparar o Sistema Único de Saúde (SUS) para o recebimento de pacientes com Covid-19, assim como os Estados e Municípios, e apresentar uma série de recomendações como: adoção de quarentena por viajantes; cancelamento de eventos; manter as mãos limpas, entre outras (G1, 2020).

Com o pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro, no dia 24 de março, veio à tona quais eram os posicionamentos do Governo Federal, já que ele o representa, diante da pandemia. Neste artigo, compreende-se as marcas discursivas da fala do chefe do poder executivo e, a partir disso, faz-se uma reflexão sobre as consequências desse discurso em um cenário desigual de acesso às tecnologias e, por conseguinte, às informações sobre a doença.

3.1 A mídia como vilã

O primeiro posicionamento de Jair Bolsonaro em seu pronunciamento seria o seu descontentamento com a atuação dos veículos de comunicação. Para ele, a imprensa foi contra às ações do Governo Federal ao espalhar “a sensação de pavor” com notícias sobre a pandemia na Itália, um país que, conforme Bolsonaro, apresenta características diferentes do Brasil e que, por isso, o país não passaria pela mesma situação.

Mas, o que tínhamos que conter naquele momento era o pânico, a histeria e ao mesmo tempo traçar a estratégia para salvar vidas e evitar o desemprego em massa. Assim fizemos, quase contra tudo e contra todos. Grande parte dos meios de comunicação foram na contramão. Espalharam exatamente a sensação de pavor, tendo como carro chefe o anúncio do grande número de vítimas na Itália. Um país com um grande número de idosos e com um clima totalmente diferente do nosso. O cenário perfeito, potencializado pela mídia, para que uma verdadeira histeria se espalhasse pelo nosso país. Contudo, percebe-se que de ontem para hoje parte da imprensa mudou seu editorial: pedem calma e tranquilidade. Isso é muito bom, pa-

5 Segundo Wilder-Smith e Freedman (2020, p.1), o isolamento é a “separação de pessoas doentes com doenças contagiosas de pessoas não infectadas para proteger pessoas não infectadas”.

6 Para visa Wilder-Smith e Freedman (2020) o distanciamento social tem como objetivo reduzir as interações entre as pessoas em uma comunidade mais ampla, na qual os indivíduos podem ser infecciosos, mas ainda não foram identificados, portanto, ainda não isolados.

rabéns imprensa brasileira. É essencial que o equilíbrio e a verdade prevaleçam entre nós (JAIR BOLSONARO em pronunciamento, 24 de março de 2020).

O trecho deixa explícito o choque entre dois discursos: o midiático e o político. O da mídia, por exemplo, tem como cargo chefe a busca pela verdade e a objetividade. Pinto (2006, p. 86) explica que “na busca da verdade está muito próximo do discurso científico, isto é, da investigação. Já em relação à objetividade, esta não é reivindicada através do apagamento do sujeito, mas, ao contrário, através da presença dos sujeitos com posições opostas”. Já o político é dinâmico, frágil.

Para Charaudeau (2008), caráter político de um discurso reside menos em seu conteúdo do que nas condições criadas pela situação de comunicação. Ele tem como base a polêmica, como forma de chamar a atenção, e a desconstrução do outro, como forma de se auto validar.

É um discurso que tem como princípio básico a polêmica, ou seja, ele vive através da polêmica, vive através da desconstrução do outro. Essa é uma questão fundamental para entendê-lo, porque o que ele faz é desconstruir o outro, para se construir. Porque, se ele não desconstruir o outro ele não tem condições de construir a si próprio (PINTO, 2006, P.92).

Desse modo, Bolsonaro desqualifica a mídia ao referenciar os fatos noticiados por ela como exagerados e, até mesmo, fantasiosos, para que a população se convença que a pandemia não é tão grave como é mostrado nos telejornais.

3.2 Defesa do isolamento vertical

O chefe do poder executivo nacional se colocou como um defensor da adoção do “isolamento vertical”, ou também chamado de mitigação. Trata-se de aplicar as medidas de confinamento apenas para idosos acima de 60 anos e pessoas que tenham qualquer comorbidade relacionada à Covid-19, como problemas respiratórios e cardíacos. Esta estratégia de contenção do vírus, segundo Ferguson et al. (2020), se concentra em diminuir, mas não necessariamente interromper a propagação do vírus. Isso porque o seu intuito é reduzir a demanda por cuidados médicos e proteger apenas aqueles que correm o risco de ter a infecção de uma forma mais grave.

O vírus chegou, está sendo enfrentado por nós e brevemente passará. Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos sim voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais

devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa. O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Então, porque fechar escolas? Raros são os casos fatais de pessoas sãs com menos de 40 anos de idade. Noventa por cento de nós não teremos qualquer manifestação caso se contamine. Devemos sim é ter extrema preocupação em não transmitir o vírus para os outros, em especial aos nossos queridos pais e avós, respeitando as orientações do Ministério da Saúde. (JAIR BOLSONARO em pronunciamento no dia 24 de março de 2020).

Entretanto, a mitigação não foi bem aceita entre as autoridades de saúde e nem pelos governadores e prefeitos do país. Para muitos especialistas e gestores, o ideal para o Brasil é a adesão ao isolamento horizontal, ou também denominado como supressão. Esta estratégia, conforme Ferguson et al. (2020), tem como objetivo reverter o crescimento da epidemia, reduzindo os casos a níveis baixos e mantendo a situação indefinidamente.

A supressão trata-se do confinamento em massa para evitar o contágio do novo coronavírus. Porém, tal ideia foi criticada pelo presidente por afetar diretamente a economia do país, como o aumento do desemprego. Para validar seu discurso, ele usa como argumentos dados, sem apresentar suas respectivas fontes, como o de que são raros os casos fatais de pessoas sem comorbidades abaixo dos 40 anos e que 90% das pessoas no país não terão nenhum sintoma caso sejam contaminadas pelo coronavírus.

No meu caso particular, pelo histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus, não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito acometido de uma gripezinha ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão. Enquanto estou falando, o mundo busca um tratamento para a doença. (JAIR BOLSONARO em pronunciamento no dia 24 de março de 2020)

Bolsonaro também ameniza a doença ao supor que, caso fosse infectado, não apresentaria nenhum sintoma e ao chamar a Covid-19 de “gripezinha” e “resfriadinho”. O uso de números e de um relato pessoal constroem a linguagem que, conforme Charaudeau (2008), exerce um papel de mediador entre a instância cidadão e a instância política, contribuindo para assegurar a legitimidade da representação política. Assim, os discursos políticos, como os de qualquer outra formação, circulam no interior dos grupos que os constituem e entre diferentes grupos sociais e, ao se confundirem, se transformam.

3.3 Cloroquina

Bolsonaro também deixa evidente, neste primeiro momento, seu esforço em comprovar a eficácia da cloroquina para o tratamento da Covid-19. Mesmo que prematuros, na época, o presidente destacou os estudos realizados para comprovar a eficácia do medicamento, que já era defendido o seu uso pelo seu aliado, o presidente dos Estados Unidos Donald Trump.

O FDA americano e o Hospital Albert Einstein, em São Paulo, buscam a comprovação da eficácia da cloroquina no tratamento da Covid-19. Nosso governo tem recebido notícias positivas sobre esse remédio fabricado no Brasil, largamente utilizado no combate à malária, ao lúpus e à artrite. Acredito em Deus, que capacitará cientistas e pesquisadores do Brasil e do mundo na cura dessa doença. (JAIR BOLSONARO em pronunciamento no dia 24 de março de 2020).

Entretanto, como é de ampla divulgação midiática, atualmente, a ciência já constatou a ineficácia dos fármacos para doença causada pelo novo coronavírus. Os resultados das pesquisas sobre a cloroquina se aplicam também à hidroxiclo-roquina, que é um derivado da cloroquina e guarda as mesmas propriedades, mas tem a toxicidade atenuada.

No estudo realizado pelo Coalizão Covid-19, o maior já feito até agora no Brasil, pesquisadores apontam que a hidroxiclo-roquina não teve eficácia no tratamento da Covid-19 em pacientes com casos leves e moderados atendidos em hospitais. Outros estudos internacionais, como o da Universidade de Albany e o feito no Presbyterian Hospital, em Nova York, não encontraram evidências de que a hidroxiclo-roquina tenha reduzido o risco de entubação ou de morte pela Covid-19.

A fala sugestiva de Bolsonaro sobre o medicamento sem eficácia comprovada cientificamente se torna perigoso, pois conforme Moitinho et al (2020), o discurso político, no âmbito eleitoral ou parlamentar, compõe uma dinâmica social e, devido ao nível de autoridade que o discurso possui, as ações da população se tornam o reflexo deste discurso.

Por isso, o pronunciamento de um presidente carrega a responsabilidade de projetar mudanças no futuro, podendo serem elas positivas ou negativas. No caso da cloroquina, a menção no dia 24 de março foi o ponto de partida para o surgimento de um movimento a favor da liberação do remédio para o tratamento da Covid-19.

3.4 Desigualdade tecnológica e legitimação de discursos

O pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro carrega uma série de posicionamentos questionáveis sobre a pandemia da Covid-19 e como combatê-la, além

de desmoralizar a imprensa nacional. A internet, por sua vez, pode ser uma ferramenta utilizada para deslegitimar esses discursos e ser uma nova alternativa, desde que usada da maneira correta, para que o cidadão obtenha informações diversas sobre um determinado assunto.

O caráter plural da internet faz com que a nova sociedade de comunicação se constitua, conforme Castells (1999), com a capacidade de uma virtualidade real que gere inclusão e abrangência de todas as expressões culturais, que se baseiam na produção, distribuição e intercâmbio de sinais eletrônicos digitalizados e que apresentam consequências importantes para as formas e processos sociais. Ou seja, a internet se assemelha como um grande repositório de documentos eletrônicos, fazendo com que a distribuição da informação seja mais abrangente. Isso faz com que o seu caráter democrático se torne ainda mais visível.

Nesse sentido, a distribuição de conhecimento teria hoje um caráter mais democrático do que a distribuição de qualquer outro fator tradicional de poder, pois o avanço tecnológico, conferindo rapidez ao processo de comunicação, disponibiliza a um número crescente de pessoas uma ampla gama de informações (GROSSI, 2008, p. 35).

Entretanto, é de conhecimento público e político a dificuldade de acesso à internet no país e, conseqüentemente, a desigualdade tecnológica causada por custos de acesso, dificuldades para o domínio do conhecimento técnico, para receber treinamento e por outras limitações pessoais. Para Santos (2006, p. 25), “o combate a esta forma de desigualdade social enfrenta limitações políticas por parte de forças hegemônicas, que se necessita identificar, para o adequado encaminhamento das ações transformadoras preconizadas”.

Assim, a desigualdade tecnológica exerce um papel de legitimação de discursos fantasiosos. Isso porque, sem o alcance a outros tipos de informações, a população fica à mercê de um restrito número de discursos e não terá tanta autonomia como aqueles que têm acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para construir sua percepção e tomar atitudes diante da pandemia.

4. Considerações finais

O pronunciamento dado pelo presidente Jair Messias Bolsonaro (sem partido) gira em torno da defesa de um tratamento precoce contra a Covid-19, da aplicação do isolamento vertical, medidas estas já criticadas por especialistas e autoridades sanitárias. Além disso, o presidente fortalece o cenário de incredibilidade dos veículos de comunicação, porque é necessário que o discurso do outro seja desconstruído para que a sociedade, enquanto coletivo, se contamine pelo negacionismo da doença.

A característica fundamental do discurso político é que este necessita para sua sobrevivência impor a sua verdade a muitos e, ao mesmo tempo, é o que está mais ameaçado de não conseguir. É o discurso cuja verdade está sempre ameaçada em um jogo de significações. Ele sofre cotidianamente a desconstrução, ao mesmo tempo só se constrói pela desconstrução do outro. É, portanto, dinâmico, frágil e, facilmente, expõe sua condição provisória. (PINTO, 2006, p. 89)

A fala do chefe do poder executivo nacional exerce uma influência à população, principalmente àquelas pessoas que não têm acesso a outros meios de comunicação e, assim, possam obter mais informações sobre a pandemia. É o caso das pessoas que são vítimas das desigualdades tecnológicas. No Brasil, nos últimos anos, tem aumentado o número de domicílios com acesso à internet. Entretanto, ainda persistem diferenças de renda, gênero, raça e regiões.

Segundo Grossi (2008, p. 35), o acesso às TICs depende das “políticas públicas de cada sociedade para os cidadãos, considerando que grande parte da população mundial não tem acesso às novas tecnologias, pode concluir pela existência de uma espécie de utilização da informação/conhecimento”. Porém, a desigualdade tecnológica não é combatida, conforme Castells (1999), devido aos interesses comerciais e governamentais, pois quanto maior a diversidade de informações e de integrantes desta rede, mais alta será a massa crítica, mais alto o valor e menor a possibilidade de controle dessa massa.

5. Referências bibliográficas

- BRASIL tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. Agência Brasil, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 7 de maio de 2021.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**/Manuel Castells; tradução Roneide Venancio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. - (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. Resenhado por Geraldo Cordeiro Tupynambá.
- Ferguson, N. M. et al. **Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID-19 mortality and healthcare demand**. Imperial College London, 2020. doi: <https://doi.org/10.25561/77482>. Acesso em: 23 de janeiro de 2021.
- ESTUDOS mostram que cloroquina não tem eficácia no tratamento do coronavírus; entenda as pesquisas. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/12/estudos-mostram-que-cloroqui>

na-nao-tem-eficacia-no-tratamento-do-coronavirus-entenda-as-pesquisas.html. Acesso em: 20 de janeiro de 2021.

- GROSSI, M.G. R. **Estudo das características de software e implementação de um software livre para o sistema de gerenciamento de bibliotecas universitárias federais brasileiras**. 2008. 253f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação, 2008.
- HENRIQUES, C.M.P.; VASCONCELOS, Wagner. **Crises dentro de crise: respostas, incertezas e desencontros no combate à pandemia da Covid-19 no Brasil**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 34, n. 99, maio/ junho, 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142020000200025. Acesso em: 17 de janeiro de 2021.
- HIDROXICLOROQUINA não tem eficácia contra a Covid em pacientes leves e moderados, diz estudo brasileiro. G1, 2020. Disponível em: . Acesso em: 19 de janeiro de 2021.
- LAVELL, A. et al. **La construcción social de la pandemia COVID-19: desastre, acumulación de riesgos y políticas públicas**. La Red (Red de Estudios Sociales em Prevención de Desastres em América Latina): 2020. Disponível em: <https://www.desenredando.org>. Acesso em: 13/06/2020.
- MOITINHO, B. M. et al. **A pandemia no discurso político de Jair Bolsonaro**. Brazilian Journal of Policy and Development, v. 2, n.4, p. 47-66, 29 dez. 2020. Disponível em: <https://www.brjpd.com.br/index.php/brjpd/article/view/119>. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.
- PINTO, C.R.J. Elementos para uma análise de discurso político. Barbarói, Santa Cruz do Sul, n. 24, p. 78-109, 2006. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/821>. Acesso em: 25 de janeiro de 2021.
- SANTOS, S. E. **Desigualdade social e inclusão digital no Brasil**. 2006. 228f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo** / Paula Sibilia. - Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- Universidade Federal do Piauí. Sistema Integrado de Bibliotecas. **Manual de normalização de monografia, dissertação e tese** / Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 2020. 53 f.
- WERTHEIN, J. **A sociedade da informação e seus desafios**. Ci. Inf. , Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago., 2000.
- WILDER-SMITH, A.; FREEDMAN, D. O. **Isolation, quarantine, social distancing and Community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-ncov) outbreak**. Journal of Travel Medicine, v. 27, n. 2, p. 1-4, 2020.

“Top Vacinas Hot 100”: Infotainment e a cobertura jornalística sobre a vacina CoronaVac no perfil BCharts¹

Ana Karolina de Carvalho Pereira ARAÚJO²

Juliana Fernandes TEIXEIRA³

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar as notícias circuladas na página de entretenimento de cultura pop BCharts sobre a vacina CoronaVac. Buscamos compreender como a linguagem construída dentro de um contexto específico é adaptada para a produção de notícias que informam ao mesmo tempo que provocam o riso e o humor no leitor. Como aporte teórico pretendemos utilizar Raquel Recuero (2012) para explorar a construção das relações dentro das redes sociais que garantem a circulação da informação. Utilizamos os conceitos de Dejavit (2007) sobre Infotainment para compreender como a utilização da linguagem humorística na produção da notícia afeta seu consumo e sua recirculação em rede. Para entender como os internautas influenciam no modo de construção da notícia temos Jenkins (2009) e seu conceito sobre cultura da convergência. A análise do trabalho será focada em sete posts circulados dentro das redes sociais do Twitter e do Telegram da BCharts relacionados à vacina CoronaVac e ao início da campanha de vacinação no Brasil.

Palavras-chave: Cultura Digital; Interatividade; Redes Sociais; Infotainment; Cultura Pop.

1. Introdução

A expansão dos meios digitais tem se caracterizado no mundo atual como um importante incentivo no surgimento de novos modelos de disseminação de notícias. O jornalismo se aventura cada vez mais além do considerado tradicional e se

1 Artigo apresentado no GT 1 - Transmídia do I Congresso Internacional Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Graduada do 7º período de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: karol_carvalhoparaujo@outlook.com.

3 Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Piauí, Teresina - PI. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

multiplica pelas diferentes plataformas sociais. Com isso, a produção da notícia e seu consumo são modificados pela presença de um leitor que interaje e é capaz de ressignificar as narrativas que lhe são apresentadas.

A pandemia da Covid-19 foi e continua sendo o assunto de maior destaque dentro de veículos comunicacionais, sejam eles tradicionais ou não. As notícias sobre a pandemia e sobre o vírus são intensamente propagadas na rede, sendo alvo de diferentes reações dos usuários que a consomem. Dentro desse contexto o presente trabalho se propõe a analisar a construção de manchetes noticiosas sobre a vacina da Covid-19 pela página BCharts. A página que, em sua essência, é voltada para a cultura pop, ganhou destaque por trazer ao público manchetes que misturam a linguagem informal da internet com notícias relevantes para o cenário atual. A presença de memes e jargões da comunidade LGBTQIA+ transformou o modo como a notícia passou a ser circulada em rede e potencializou a participação dos usuários.

Para que possamos compreender como esses elementos atuam dentro da circulação da notícia, trazemos o conceito de Infotainment dentro de uma perspectiva em que o humor é a principal ferramenta utilizada para construção dessas manchetes. Exploramos, ainda, as definições de Jenkins (2009) e a cultura da convergência para entender como a presença dos internautas e do meio virtual atuam nesse processo de circulação e ressignificação das narrativas noticiosas.

Para análise, serão apresentadas sete manchetes veiculadas nas redes sociais do Twitter e do Telegram da página BCharts sobre as vacinas da Covid-19. As postagens não seguem uma ordem cronológica e são agrupadas em categorias temáticas. Na primeira categoria “Charts de vacina: a linguagem do mundo pop na construção da manchete” buscamos compreender como acontece a adaptação da linguagem típica de fórum de música para a circulação da notícia. A segunda categoria “Tomariam?: A participação do internauta e o consumo da notícia” é dedicada a identificar as estratégias de interação utilizadas nas manchetes para engajar a participação dos consumidores da notícia e como estas ferramentas afetam na interação dos internautas.

2. Infotainment e a capacidade de leveza em uma notícia

Segundo Dejavit (2007), o jornalismo é tradicionalmente conhecido como o responsável por informar e auxiliar a população na formação de uma opinião pública sobre o que ocorre no mundo. Tendo como base os acontecimentos do mundo externo e social, o jornalismo cumpriria o papel de trazer a informação de forma direta e objetiva. Na contramão, estaria o entretenimento que teria como principal função explorar a ficção e divertir as pessoas tratando de assuntos considerados secundários e não tão “relevantes” para a sociedade.

O entretenimento cobre, principalmente, assuntos ligados a celebridades, estilos de vida, viagem, arte, gastronomia, moda, esportes, ou seja, tudo que seja de interesse do público consumidor. Na televisão, os elementos que compõe o entretenimento no jornalismo podem ser o sensacionalismo, a personalização a dramatização de conflito e, geralmente, matérias que fazem uso de fotos, infográficos, além de outros recursos. (OLIVEIRA, 2012, p. 2)

Por esse motivo, o entretenimento e o jornalismo foram vistos por um bom tempo como duas coisas que não podiam se misturar, afinal, o uso de uma linguagem mais informal poderia causar a perda da seriedade com que era tratada uma notícia.

Nos estudos de jornalismo, o infotimento é classificado como algo prejudicial e que vai em contraponto à racionalidade e à seriedade que o fazer jornalístico almeja, já que o entretenimento é relacionado à distração, ao desfrute do tempo de maneira prazerosa, o que pode promover a distração do telespectador com assuntos que demandam mais concentração. (SILVA, 2013, p. 168 – 169)

Essa visão que delimitava que o entretenimento tivesse espaço dentro do jornalismo só começou a ser desconstruída no final do século XX. O termo infotimento, um neologismo criado na década de 1980, só passou a ganhar força a partir do fim dos anos 1990 quando começou a ser empregado por acadêmicos e profissionais. Embora a utilização do entretenimento no jornalismo ainda se caracterizasse como algo recente, a crescente ascensão das mídias digitais tornou cada vez mais difícil delimitar o limite entre os dois. Com a evolução das mídias digitais e as mudanças nos hábitos de consumo de notícias por parte de milhões de leitores, pode-se dizer que esta fronteira está cada vez mais flexível. (MEDEIROS, SOUZA, 2017, p. 4).

É importante considerar que, em sua maior parte, as mídias digitais e redes sociais são utilizadas com a finalidade de proporcionar lazer e distração ao internauta. Com isso, a notícia que é veiculada pela rede social é construída adaptando elementos de uma linguagem mais concisa e até informal para atrair o leitor. Essa adaptação vem a partir de valores vindos da sociedade da informação, onde as pessoas querem mais em menos tempo, e, de preferência, matérias que as informe e as distraia. (OLIVEIRA, 2012, p. 7).

A notícia *light*, definida por Dejavit (2007), tem a capacidade de entreter e informar ao mesmo tempo. Dessa forma, assuntos considerados sérios podem ainda ser tratados de maneira não tão séria, mais leve e atrativa. Contudo, essa construção da notícia levanta novamente o debate sobre jornalismo e entreteni-

mento, afinal, ainda segundo Dejavit, essa notícia tende a ser vista ainda como algo irrelevante.

O conteúdo sério seria aquela matéria que aprofunda, investiga, critica e transmite informações novas, tendo por finalidade o ponto de reflexão. O segundo (o não sério) seria aquele que somente diverte, tem humor, atrai o receptor por trazer assuntos mais amenos, light, o que, para muitos, não traz nada de novo, apenas algo velho, com outra roupagem, que ajuda promover ideologias, como a do consumo e a do mercado. (DEJAVIT, 2007, p. 3)

Segundo Tarruela e Gil (2007 apud MEDEIROS; SOUZA, 2017, p. 6), existem três características essenciais da notícia *light*: a primeira é a capacidade de distração (o conteúdo ocupa o tempo livre do consumidor com uma notícia leve que traz também entretenimento); a segunda característica é a espetacularização (esse conteúdo é capaz de estimular e provocar reações, nutre a imaginação); e a terceira e última característica é a alimentação das conversas (esse conteúdo, principalmente veiculado em redes sociais, facilita as relações entre os internautas que se conectam através de interesses em comum além de promover o engajamento dentro das redes).

Ao utilizar o perfil da BCharts para análise, no presente artigo, nos deparamos com a presença dos elementos mencionados. O jornalismo de cultura pop da página se adapta para noticiar assuntos mais sérios, porém incorporando elementos que tornam a informação mais leve. Um dos elementos utilizados para a consolidação da leveza da notícia é a presença de memes conhecidos dentro da comunidade que compõem o público da página.

O riso e o humor provocados atraem o público consumidor da notícia, que acaba por interagir com o conteúdo. A informação que carrega elementos do mundo da música aliada a memes famosos é produzida também em uma linguagem própria, adaptada não apenas para seu público alvo, em sua maioria pessoas LGBTQIA+ que se inserem no contexto de compreensão dos produtos, mas também para as redes nas quais são veiculadas, tornando, dessa forma, a participação do internauta fundamental na disseminação da notícia.

3. Participação do internauta e a circulação da informação em rede

Dentro desse contexto, pensamos nas redes sociais como importantes ferramentas que atuam na disseminação de informações dentro da rede, proporcionando novas narrativas e modos de consumir a notícia. Redes sociais online constituem-se, portanto, em mídia emergente, fruto de dinâmicas coletivas dos atores na difusão de informações no espaço digital. (RECUERO, 2012, P. 5).

As redes sociais online, com suas estruturas características, assim, atuam como um complexo dinâmico, capaz de levar informações a nós mais

distantes. O coletivo de atores, interconectado, assim, funciona como um meio, por onde a informação transita. Embora a rede social seja um conjunto de atores e suas conexões, suas propriedades, enquanto sistema, vão além da soma desses elementos. (RECUERO, 2012, p. 5)

Para Recuero (2009), as redes são compostas por conexões entre atores, estes são os responsáveis por garantir que o conteúdo seja recirculado e modificado de acordo com a relação existente entre os internautas. Esse ambiente de abertura para interação ativa de diferentes usuários possibilitou que a produção jornalística fizesse parte de um processo de transformação em sua produção, uma vez que, os atores da rede se tornam ativos e influenciam no seu processo de produção. A agilidade, a independência na busca de informações e a troca de conteúdo que ocorre pelos usuários das mídias digitais transformam o jeito antigo do jornalista fazer notícia, mas também transformam o jeito do público receber e interpretar as notícias. (MAGNOLI e MIRANDA, 2018, p. 191).

Assim, as redes sociais vão atuar com um duplo papel informativo: como fontes, como filtros ou como espaço de reverberação das informações. São essas as relações que apontamos como relevantes para o jornalismo no espectro do estudo das redes sociais. Essas, assim, são complementares à função jornalística, não tendo o mesmo comprometimento que estes para com a credibilidade da informação, mas auxiliando a mobilizar pessoas, a construir discussões e mesmo, a apontar diversidades de pontos de vista a respeito de um mesmo assunto. (RECUERO, 2009, p. 12)

Essa participação do internauta no processo jornalístico faz parte do que Jenkins (2009) definiu como Cultura da Convergência. Na cultura da convergência todos são participantes em maior ou menor grau e a cultura participativa modifica as antigas noções de passividade dos consumidores midiáticos, colocando-os em papel similar ao dos produtores de informação. (MAGNOLI e MIRANDA, 2018, p. 192). O internauta que recebe e interage com a notícia tem o poder de influenciar na sua circulação e na elaboração de novas narrativas para aquele fato.

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais complexo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (JENKINS, 2009, p.44)

A interação entre os usuários da rede se intensifica quando há a presença de interesses em comum entre eles, característica que reforça também a dissemina-

ção do conteúdo. Dessa forma, entendemos que os internautas que compõem o público das redes do perfil de cultura pop da BCharts compartilham do mesmo interesse no conteúdo, que acaba passando por modificações para informar notícias mais sérias com características do entretenimento. Os atuais consumidores podem se tornar produtores, assim como o caminho contrário também é válido, e a informação segue fluxos diversos, sofrendo modificações ao longo do percurso. (MAGNOLI e MIRANDA, 2018, p. 189).

A convergência deve ser entendida como uma transformação cultural, uma vez que incentiva os consumidores a buscar informações em diversos meios e, a partir deles, criar conexões. (MAGNOLI e MIRANDA, 2018, p. 188). Para Recuero (2012), essas conexões estabelecidas dentro dos meios digitais e os conteúdos que são disseminados em rede possuem uma finalidade específica, uma atribuição de capital social é dada a eles, ou seja, o conteúdo compartilhado pretende obter algum retorno como interações e visibilidade dentro da rede.

O capital social relacionado à circulação de informações está também conectado com as formas através das quais essa informação se difunde nas redes e, portanto, com as ações dos indivíduos que podem repassar determinadas informações e outras não. Assim, a informação em si não é o valor, mas o acesso à mesma e o seu conteúdo o são. (RECUERO, 2012, p. 4)

A construção das postagens da página BCharts nas redes teriam, nesse sentido, o objetivo de engajar seus internautas, que ao compartilharem o mesmo interesse no mundo do entretenimento de música pop são atraídos para as machetes jornalísticas que se utilizam dessa linguagem. O capital social é, portanto, um conceito metafórico, que foca o fato de que existem vantagens em pertencer a grupos sociais, e que essas vantagens podem ser apropriadas pelo grupo e/ou pelos atores. (RECUERO, 2012, p. 4).

A visibilidade procurada pela página por meio desse capital social é alcançada pela modificação da notícia veiculada em meio jornalísticos considerados mais “sérios”. O infotimento e a interação entre os usuários da página compreendem um meio no qual o jornalismo e a notícia assumem diferentes narrativas, incentivando, assim, a sua circulação e seu consumo pelos mais diversos públicos.

4. BCharts: o mundo pop no cotidiano

Para compreender como o infotimento se manifesta nas postagens da página do perfil BCharts, nos propomos a analisar, no presente estudo, sete postagens da página em duas redes sociais diferentes: o Telegram e o Twitter. As postagens foram selecionadas por meio de busca pela palavra-chave “CoronaVac” e foram agrupadas de acordo com as categorias propostas. É interessante ressaltar que, em todas as postagens realizadas pela página, as notícias foram

veiculadas ou tiveram uma repercussão em outros meios de comunicação considerados tradicionais, como portais de notícia e programas de televisão jornalísticos, sendo, dessa forma, apenas adaptados à linguagem do público consumidor da página.

Criada em 2008, a BCharts surgiu na internet como um site de fórum de fãs, função a qual se mantém fiel até hoje. A estrutura básica do site é composta por categorias divididas em música, cinema, celebridades e, mais recentemente, noticiário (que possuem tópicos específicos criados pelos internautas ou replicados de sites jornalísticos). O perfil nas redes sociais da BCharts, como Twitter, Instagram e Telegram, no entanto são feitos exclusivamente por seus administradores, que expandem seu conteúdo, noticiando de forma bem-humorada pautas e notícias veiculadas em outros sites jornalísticos indo além do mero jornalismo de cultura pop.

As notícias circuladas na página, portanto, são readaptadas de outros meios e inseridas em novos contextos e linguagem para sua circulação. Assim, não necessariamente há sempre o mesmo nó construindo o polo emissor original das mensagens que são repassadas na rede. (RECUERO, 2012, p. 8). Essa adaptação se dá porque “as redes sociais vão atuar de forma a coletar e republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede”. (RECUERO, 2009, p. 9). Com isso, as notícias veiculadas são selecionadas por relevância e buscando o capital social para visibilidade.

Para a análise, foram definidas duas categorias que agrupam postagens que se assemelham em termos de características usadas para construção da manchete jornalística. A primeira categoria “Charts de vacina: a linguagem do mundo pop na construção da manchete” terá como foco as postagens que foram construídas tendo como base uma linguagem que carrega nomes e termos relacionados ao mundo da música pop, adaptando a informação e garantindo sua circulação e visibilidade pelos internautas.

Já a segunda categoria “Tomariam?: A participação do internauta e o consumo da notícia” tem como objetivo analisar o engajamento e interação entre usuários dentro de postagens sobre notícias veiculadas em outros meios. Importante ressaltar, também, que ambas as categorias possuem postagens que se utilizam de memes conhecidos dentro da comunidade de internautas seguidores da página como ferramenta para impulsionar sua disseminação.

4.1. Charts de vacina: a linguagem do mundo pop na construção da manchete

Na primeira categoria proposta analisamos quatro posts de duas redes diferentes, o Twitter e o Telegram. Menos popular que outras redes, o Telegram é conhecido por ser semelhante ao Whastapp, porém contendo mais funções e maiores possibilidades de agrupamentos entre usuários. A possibilidade de criação de respostas em tópicos

dentro de um grupo é uma das funcionalidades analisadas. O canal da BCharts no Telegram concentra um total de 13 mil e 300 inscritos que interagem com o conteúdo diariamente por meio de comentários dentro dos tópicos. Nessa categoria, nos propomos a identificar e entender como se dá a utilização de termos e da linguagem do mundo pop na criação dos posts e manchetes sobre a vacina da página.



Figura 1: Telegram/BCharts. Publicado em: 29 de Jan. de 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021.



Figura 2: Telegram/BCharts. Publicado em: 10 de jan. De 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021.

Na figura 1 é possível perceber a presença de um elemento forte na construção das manchetes, que é a comparação das vacinas aos charts de música. A expressão “Vacina Hot 100” se refere ao chart musical da renomada revista *Billboard*, a *Billboard Hot 100*⁴. O ranking elaborado na mensagem coloca as vacinas produzidas até o momento em posições que se assemelham ao chart musical de acordo com sua porcentagem de eficácia. A utilização de termos específicos que são colocados nas descrições ao lado de cada vacina se referem a termos utilizados pela comunidade LGBTQIA+ para se referir aos charts ou as artistas.

Expressões como “jabá” são inseridas de modo a indicar características específicas da vacina a qual se refere. Utilizada para denominar artistas que pagam para que rádios e TV’s toquem suas músicas em busca de reconhecimento, essa expressão é dedicada à vacina russa Sputnik V indicando, assim, uma possível super propaganda do governo russo para com sua vacina visando um alcance internacional.

4 A *Billboard Hot 100* é a tabela musical estadunidense que mede semanalmente as músicas que mais venderam, sendo listadas no hanking e permanecendo de acordo com seu sucesso nas paradas. Disponível em: www.billboard.com

Outras expressões são utilizadas para definir especificidades de cada vacina. A Coronavac, por exemplo, aparece em último no Top 10 ainda sem a porcentagem de eficácia com a descrição “sem intenção de charts”, expressão utilizada para definir músicas que seriam feitas sem a pretensão de se tornarem #1 nas paradas, indicando, assim, que a vacina ainda estava em período de teste. Algumas expressões, no entanto, se referem a categorias de prêmios musicais como o *Grammy*⁵ e são recorrentes. Por exemplo, o termo “artista revelação” que nesse post se refere à vacina Moderna na segunda posição de porcentagem de eficácia, indicando um bom desempenho da vacina que, aparentemente, não possuía um reconhecimento tão notável quanto às demais.

Além dos termos, a utilização de memes é uma característica forte da página. O meme presente na figura 1 é de uma personalidade de destaque na internet. Conhecida como Web Diva Tulla Luana, ela aparece em um gif que acompanha o post no qual aparenta estar impaciente diante de caixas de um produto alimentício, tendo, assim, uma alusão ao tom de crítica que o post assume ao fazer o ranking das vacinas. Os memes da influencer estampam diversos posts da página e geram engajamento significativo entre os usuários que reconhecem o conteúdo e o replicam.

Essa estratégia de adaptação de um meme a uma manchete tem como objetivo conseguir captar a atenção do internauta, principalmente se for consumidor da página, para promover sua circulação e estimular a interação. “Caracterizados por seu apelo humorístico, os memes propõem uma construção paródica da realidade capaz de trazer à tona discursos não expressos nas narrativas jornalísticas tradicionais” (BRASIL; SÉKULA, 2015, p. 290). A adaptação do ranking e as denominações das vacinas demonstram que a modificação do conteúdo potencializa o engajamento das postagens dentro do canal do Telegram. O post do ranking de vacinas, por exemplo, concentra 2 mil e 400 visualizações e 46 comentários.

Na figura 2 temos a adaptação de uma matéria jornalística veiculada em outro meio, o televisivo. O post se refere à matéria veiculada no programa Fantástico no dia 10 de janeiro de 2021, em que o programa acompanha a produção da vacina de perto. No post ela é definida como “primeira performance televisionada”, mais uma vez denotando a apresentações artísticas do mundo pop.

Outra expressão muito utilizada nos posts é o termo “debut”, usado principalmente por fãs da indústria pop coreana para indicar o lançamento de um grupo no mundo comercial, geralmente anunciado pela gravadora alguns meses antes da estreia oficial. Na manchete é ressaltada que há “um alto investimento da gravadora antes mesmo do debut” se referindo ao fato do Instituto Butantan e da

5 Cerimônia de premiação da “Academia de Gravação” dos Estados Unidos, acontece anualmente para prestar reconhecimento à profissionais da indústria musical e na arte de produção musical. Disponível em: [The GRAMMYS | GRAMMY.com](https://www.grammy.com)

“Top Vacinas Hot 100”: Infotimento e a cobertura jornalística sobre a vacina CoronaVac no perfil BCharts • Ana Karolina de Carvalho Pereira Araújo e Juliana Fernandes Teixeira

empresa chinesa Sinovac estarem investindo na divulgação do produto antes de seus testes de eficácia serem finalizados.

Em contrapartida, se caracterizando por uma linguagem mais concisa e direta, o Twitter possui uma ferramenta que limita o número de caracteres a serem inseridos em um único tweet. Temos, assim, a necessidade de construção da manchete de uma forma objetiva e precisa. Concentrando 223 mil seguidores, a página da BCharts no Twitter mantém a mesma estrutura de construção de manchete sendo apenas propagadas em meios diferentes.

Na figura 3, a manchete construída se refere à campanha de vacinação iniciada no estado de São Paulo em janeiro de 2021 pelo governador João Dória e, mais uma vez, temos a utilização de um meme conhecido da Web Diva Tulla Luana. O vídeo que acompanha a manchete é da personalidade do meme tomando uma vacina no posto de saúde e incentivando que as pessoas se vacinem. Novamente, também, temos o termo “Hot Vacinas” — para se referir ao ranking — e a utilização das expressões “flop” e “hit”, bem conhecidas no mundo musical, para denominar respectivamente músicas que fizeram sucesso ou não.



Figura 3: Twitter/BCharts. Publicado em: 22 de Jan. de 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021.



Figura 4: Twitter/@BCharts. Publicado em: 17 de jan. De 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021

Diferente do Telegram, o post não possui mais que mil curtidas. Porém, ainda concentra uma boa interação com mais de 200 comentários. Uma estratégia utilizada é a presença de links em todas as postagens que levam para o site da notícia de origem ou para o fórum oficial da página na qual contém a notícia original replicada em post. A maior parte das tecnologias que compõem a internet é baseada em recombinações e está aberta, ou seja, não está sob o controle de patentes ou outras formas que bloqueariam o seu acesso, o que facilita o compartilhamento e a recombinação de conteúdos. (MAGNOLI e MIRANDA, 2018, p. 189).

A figura 4 novamente traz um meme conhecido, porém ele vem modificado para se adaptar ao contexto ao qual está inserido. A ênfase na expressão “Battle for your life” é uma frase retirada da canção “Babylon”⁶, da cantora pop Lady Gaga, e é inserida no vídeo do Governador João Dória dançando diante de uma multidão. O vídeo colocado na manchete se interliga ao conteúdo ao relacionar a imagem do Governador à aprovação do uso emergencial da vacina pela Anvisa. A notícia foi publicada três dias antes da notícia da figura 3, que indicava que São Paulo liderava o número de imunizados. A publicação apresenta, ainda, circulação de até 4 mil curtidas e 125 comentários.

4.2. Tomariam?: A participação do internauta e o consumo da notícia

Outra característica importante a se analisar nos posts da página da BCharts são as interações de seus usuários. Entendemos que a participação do internauta é, aqui, uma ferramenta essencial para a disseminação da notícia, além de ser também uma forma de gerar visibilidade para a página. Nessa categoria, analisamos as interações entre os seguidores da página dentro de dois posts em redes diferentes, Twitter e Telegram.

Na figura 5, a errata sobre a notícia contém as mesmas características de composição de outras manchetes. A adaptação de categorias e termos do mundo da música novamente são utilizados como “Anvisacritic”, comparando Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) à plataforma de avaliação de músicas do Metacritic⁷, que reúne críticas do público em relação às músicas lançadas no ano. Importante observar que os internautas que interagem nas postagens compreendem a linguagem usada e interagem entre si usando as mesmas ou outras expressões pertencentes à comunidade.

Outra expressão a ser notada é a “VOTY”, que se refere à “Vacina of the Year”: uma criação própria da página que adaptou a categoria “Album of the Year”

6 Faixa do álbum *Chromatica*, sexto álbum de estúdio da cantora Lady Gaga, lançado em 29 de maio de 2020, através das gravadoras Streamline e Interscope Records.

7 Site americano que reúne críticas de álbuns, videogames, filmes e produtos culturais. Para cada produto, um valor numérico de cada crítica é computado e daí retirado uma média aritmética ponderada. Disponível em:www.metacritic.com

da premiação do *Grammy* para o contexto da vacina contra Covid-19. O termo adaptado evidencia que a página cria novas formas de se comunicar com o seu público, que, por sua vez, compreende a mensagem, por meio dessa incorporação nas manchetes jornalísticas. Os memes também aparecem como uma característica importante tanto para complemento da mensagem como para engajamento. As interações entre os usuários acontecem de maneira efetiva. Estes se referem diretamente à página como “a BC”, dando assim a sensação de proximidade entre veículo de mídia e público consumidor.

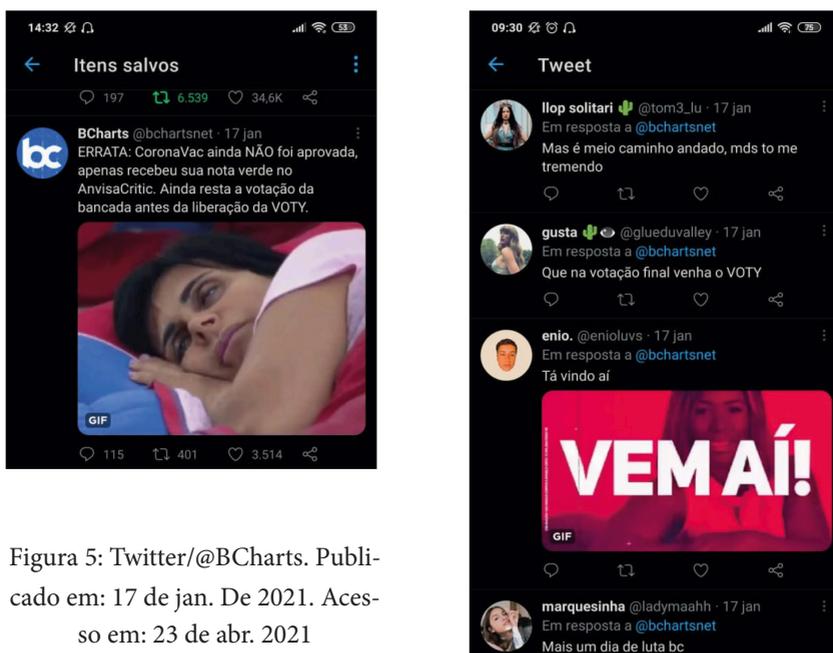


Figura 5: Twitter/@BCharts. Publicado em: 17 de jan. De 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021

Nas figuras 6 e 7, temos a presença da interação dos usuários na rede Telegram. Novamente é visível o quanto a adaptação da informação é essencial para o consumo da notícia no meio. Na figura 6, temos a expressão de um comentário sobre a situação da vacina CoronaVac após a comprovação de sua eficácia. A linguagem informal utilizada consegue expressar de forma eficiente um comentário crítico, porém ainda humorístico sobre a vacina sem perder o caráter informativo.

A comparação das vacinas com lançamentos de músicas é algo perpetuado também pelos internautas que, nas interações, demonstram pleno conhecimento dos termos usados. Dentro dessas interações também há críticas que se utilizam da mesma linguagem da página, como o comentário que se refere ao medicamento Cloroquina, defendido pelo Governo como “preventivo” — mas sem eficácia nenhuma comprovada —, utilizando a expressão “jabá” para definir que, mesmo com a divulgação feita pelo Governo, o medicamento se manteve “out” dos charts.

Desigualdades tecnológicas e inovações emergentes no jornalismo digital

Juliana Fernandes Teixeira, Luan Matheus Santana, Ana Karolina Carvalho, Lanna Artemizia, Luze Silva - Organizadores



Figura 6: Telegram/@BCharts.
Publicado em: 07 de jan. De 2021.

Acesso em: 23 de abr. 2021



Além disso, outro aspecto importante é a comparação entre divas pop e o assunto tratado no post, algo muito comum da página. Por ser um site de música pop, grande parte de seus usuários consomem algum tipo de conteúdo de grandes artistas do meio. Na figura 6, por exemplo, temos uma referência à cantora norte-americana Taylor Swift⁸ relacionada à vacina também norte-americana da Pfizer. Fazendo, assim, uma comparação ao fato da cantora ter realizado poucos shows no Brasil e à vacina, que até então não tinha previsão de chegada ao território brasileiro.

Na figura 7 temos a manchete de divulgação dos Estados que irão receber lotes da vacina. Essa distribuição é definida como “bundle” pela página, fazendo uma alusão ao lançamento de kits preparados por gravadoras para divulgação de músicas. O incentivo para a participação dos internautas vem do convite na manchete em saber se “o seu Estado flopou ou hitou” ao receber vacinas. Expressões como “hit” e “flop” aparecem nas menções à manchete, indicando que a comunicação e a transmissão da informação chegam de maneira efetiva ao seu receptor, que compreende a mensagem e a recircula.

8

Cantora e compositora norte – americana. Disponível em: [Taylor Swift | Home](#)

“Top Vacinas Hot 100”: Infotimento e a cobertura jornalística sobre a vacina CoronaVac no perfil BCharts • Ana Karolina de Carvalho Pereira Araújo e Juliana Fernandes Teixeira



Figura 7: Twitter/@BCharts. Publicado em: 18 de jan. De 2021. Acesso em: 23 de abr. 2021

5. Considerações finais

É possível compreender por meio do presente estudo que a adaptação do conteúdo jornalístico é essencial para que a notícia seja recirculada em rede. A implementação de elementos que tornam a notícia mais leve e informal acaba por atrair a atenção dos usuários que, ao utilizarem a rede social como um meio de lazer, encontram na notícia *light* um meio de se informar sem perder seu momento de distração.

A construção de relações dentro das redes sociais se configura também como um elemento importante na circulação do conteúdo jornalístico. A presença dos internautas e as suas interações incentivam os meios a adaptarem seus conteúdos para que alcancem uma visibilidade dentro da rede, uma espécie de capital social através de compartilhamento e engajamento dentro das postagens.

Dessa forma, encontramos no perfil da BCharts uma importante ferramenta de veiculação de notícias em um meio alternativo e considerado distante de um meio tradicional jornalístico, que é a capacidade de modificar a notícia para seus usuários. Ao incorporar termos e expressões do mundo da música pop, a página busca informar seus leitores de uma forma bem-humorada, acessível e acaba por promover um engajamento efetivo entre os usuários que compreendem a linguagem utilizada e dialogam com a notícia. Assim, é importante que as novas formas de comunicação continuem a recircular seus conteúdos, adaptados a novos meios à informação jornalística e aumentando o alcance da notícia.

6. Referências bibliográficas

- BRASIL, Antônio; SÉKULA, Ricardo. **Quando a paródia revela silêncios do Jornalismo: uma reflexão a partir de memes sobre o Jornal Nacional**. In: Anais do III Colóquio Internacional Mudança Estruturais no Jornalismo: os silêncios do jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 12 a 15 de Maio de 2014.
- DEJAVIT, Fábila Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotimento**. In: Anais XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos – SP, de 29 de Agosto a 02 de Setembro de 2007.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Convergência midiática e cultura participativa: possíveis interações entre novas tecnologias e agentes sociais no campo da comunicação**. *Parágrafo*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 185-198, jun. 2018.
- MEDEIROS, Pâmela Silva de; SOUZA, Rogério Martins de. **O Infotimento no jornalismo: estudo de caso do G1**. In: Anais XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Região Sudeste, Volta Redonda – RJ, de 22 a 24 de Junho de 2017.
- OLIVEIRA, Mariane de. **As manifestações de Infotimento no jornalismo brasileiro: Análise de caso do programa Globo Esporte**. 2012. 53 f. Trabalho de conclusão de curso – Centro de Educação Superior Norte, Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, 2012.
- RECEURO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.. (Org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009, v. , p. 1-269. Disponível em: www.raquelrecurso.com/arquivos/redemensagem.pdf
- RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). *Lo que McLuhan no previó*. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. [versão rascunho/draf]. Disponível: www.raquelrecurso.com/artigos/artigoredesjornalismo-recurso.pdf
- SILVA, Ana Elisa Cristina. **Análise de conteúdo e verificação da presença do infotimento nas revistas eletrônicas Fantástico e Domingo Espetacular**. *Revista Vernáculo*, [S.l.], dec. 2013. ISSN 2317-4021. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/vernaculo/article/view/34105/22955>.

“FUNK DA VACINA”: uma análise do compartilhamento/propagação da música de Mc Fioti nas redes sociais digitais e no webjornalismo dos portais UOL e G1¹

Ana Paula Lima LEAL²

Cristiane Portela de CARVALHO³

Resumo: O jornalismo praticado na internet vem ocasionando mudanças no *modus operandi* da profissão, alterando desde a produção até a publicação noticiosa, bem como se fazendo presente nas redes sociais digitais através do compartilhamento/propagação de conteúdos. O fato é que o webjornalismo e as redes sociais digitais se complementam para além do ambiente em que estão inseridos. Assim, o presente trabalho tem por objetivo analisar como o funk “Bum bum tam tam”, lançado em 2017, voltou a ser compartilhado/propagado na internet, em janeiro de 2021. Para tanto, é necessário compreender este cenário a partir de dois conceitos: midiatização e propagabilidade. Neste estudo, o foco é direcionado sobre como isso acontece nos portais UOL e G1, observáveis da pesquisa, escolhidos por serem os mais acessados do Brasil. As metodologias empregadas são a Análise de Conteúdo (AC), de acordo com Bardin (2009), e o Estudo Comparativo (EC), de acordo com Schneider e Schmitt (1998). Conclui-se, portanto, que na associação entre o funk e a vacina, além da semelhança fonética entre os termos “Bum bum tam tam” e Butantan, a música original, lançada em 2017 e considerada a música brasileira de maior visibilidade no *Youtube*, obedece também à lógica da propagação no ambiente digital à medida que aciona a memória coletiva dos brasileiros.

Palavras-chave: Compartilhamento; “Funk da Vacina”; Propagabilidade; Redes sociais Digitais; Webjornalismo.

1 Artigo apresentado no GT 3 – Democratização da Comunicação - do I Congresso Internacional de Jornalismo, Inovação e Igualdade (CIJOII), realizado por meio da Universidade Federal do Piauí, nos dias 24 e 25 de maio de 2021.

2 Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). E-mail: ap.limaleal@gmail.com.

3 Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). E-mail: crisportela14@yahoo.com.

1. Introdução

A internet ocupa um espaço fundamental na contemporaneidade, fazendo com que a comunicação se torne mais dinâmica e permitindo que o fluxo e a troca de informações sejam intensificados. Por conta disso, a midiaticização, os estudos sobre o ambiente digital e as práticas culturais na internet estão cada vez mais presentes nas pesquisas acadêmicas na área da Comunicação.

A inserção da internet no jornalismo vem ocasionando mudanças no *modus operandi* da profissão. Tais mudanças vão desde a produção até a publicação das notícias, fazendo com que a rede se torne um ambiente propício para o fazer jornalístico (webjornalismo). Nesse contexto, inserem-se também as redes sociais digitais, através do compartilhamento de notícias ou com conteúdos exclusivos para essas redes. O fato é que o webjornalismo e as redes sociais digitais complementam-se para além do ambiente em que se inserem.

Por isso, frente ao crescente compartilhamento e propagação de conteúdos no ambiente digital, o objetivo desse artigo é analisar como o funk “Bum bum tam tam”, lançado em 2017, voltou a ser compartilhado/propagado na internet, em janeiro de 2021. Para tanto, é necessário compreender este cenário a partir de dois conceitos: midiaticização e propagabilidade. O primeiro preocupa-se em observar onde essa dinâmica comunicacional está inserida no processo de retomada social do funk da vacina. E o segundo conceito, a propagabilidade, diz respeito ao “potencial técnico e cultural” que os públicos possuem para compartilhar conteúdos.

Neste estudo, o foco é direcionado sobre como isso acontece nos portais UOL e G1, observáveis da pesquisa, escolhidos por serem os mais acessados do Brasil⁴. As metodologias empregadas são a Análise de Conteúdo (AC), de acordo com Bardin (2009), e o Estudo Comparativo (EC), de acordo com Schneider e Schmitt (1998). A AC é utilizada como instrumento para a análise categorial das notícias que tratam do tema em questão e o EC serve como ferramenta para comparar como os dois portais pesquisados enfocam o assunto estudado.

As matérias que compõem o *corpus* da pesquisa foram selecionadas, a partir do termo “funk da vacina” como elemento de busca, nos portais UOL⁵ e G1⁶ no dia 8 de janeiro de 2021, um dia após o anúncio feito pelo Instituto Butantan sobre a eficácia da vacina Coronavac, utilizada contra a Covid 19.

4 Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em 22 de jan./2021.

5 Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/01/08/bum-bum-tam-tam-vira-hino-da-coronavac-e-mc-fiotti-faz-versao-a-vacina-e-saliente-vai-curar-muita-vi-da-e-salvar-muita-gente.ghtml>>. Acesso em 22/01/2021 às 23h48.

6 Disponível em: <<https://www.bol.uol.com.br/entretenimento/2021/01/08/mc-fiotti-butantan-vacina-coronavac-funk.htm>>. Acesso em 22/01/2021 às 23h49.

2. Revisando conceitos

Para a análise realizada neste artigo, é necessário, primeiro, entender a midiática enquanto processo social, bem como perceber a propagabilidade como elemento bastante presente no atual cenário digital. Assim, os dois conceitos são essenciais para que as práticas sociais da atualidade sejam compreendidas.

2.1. Mídiação

Para compreender a mídiação é necessário observar, inicialmente, o contexto em que a sociedade está inserida. Na época do surgimento dos primeiros meios de comunicação, os impressos eram os principais instrumentos da mídiação. Atualmente, com o advento da internet, os processos comunicacionais passaram a ser realizados também por meio das conexões em rede.

A mídiação faz parte das constantes transformações pelas quais passa a sociedade, envolvendo os processos sociais, a comunicação e os dispositivos midiáticos. Assim, ela resulta dos “processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas” (FAUSTO NETO, 2008, p. 90).

Nesse contexto de constantes transformações, a relação entre a sociedade e a mídia pode ser compreendida através das mudanças nos processos de interações e relações sociais.

A mídiação diz respeito às transformações estruturais de longa duração na relação entre a mídia e outras esferas sociais. Em contraste à mediação, que lida com o uso da mídia para práticas comunicativas específicas em interação situada, a mídiação preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo os indivíduos e as organizações. Desta perspectiva, a mídiação envolve a institucionalização de novos padrões de interações e relações sociais entre os atores, incluindo a institucionalização de novos padrões de comunicação mediada. (HJARVARD, 2014, p. 24)

O desenvolvimento das tecnologias da informação contribuiu ainda mais para os estudos da mídiação, na tentativa de compreendê-la e conceituá-la. Faxina e Gomes (2016) acreditam que:

A concepção de mídiação a que chegamos e defendemos tem em vista perceber justamente as complexas relações da mídia na sociedade, observando que a totalidade desses dispositivos tecnológicos de produção, criação e difusão midiática nos leva a uma totalidade sistêmica que altera qualitativamente a esfera humana. (FAXINA; GOMES, 2016, p. 180-181)

Neste trabalho, observa-se o conceito de midiatização a partir do cenário nacional, considerando que o objeto desta análise diz respeito a um evento ocorrido no Brasil. Para Gomes (2016), é necessário compreender as limitações geográficas e sociais do estudo da midiatização, pois ela “não se apresenta da mesma forma para todos os lugares”, sendo “fundamental que se pense que diferenças transcultural e transnacional existem e como compará-las entre si” (GOMES, 2016, p. 2).

Quando se considera a midiatização focando no ambiente digital, observa-se também que esse processo não existe em sua totalidade, visto que ainda há muitos indivíduos sem acesso a esse ambiente digital. Porém, é necessário identificar a midiatização e compreendê-la dentro do contexto social em que ela se encontra. Esse processo pode ser ainda mais complexo quando se analisa os meios de comunicação social não somente como “meios”, mas como um ambiente de prática social.

Mas, a compreensão deste objeto somente se explicita, com vigor, pelos «efeitos de ruptura» entre a «visão representacional» e as hipóteses sobre a midiatização, ao atribuir-lhe um outro tipo de protagonismo atravessado por uma complexidade que não estaria situada apenas nas tecnologias, em si, mas na sua conversão na forma de meios, segundo dinâmicas de operações de sentido, no âmbito das práticas sociais. (FAUSTO NETO, 2008, p. 91)

Fausto Neto (2008) chama atenção, ainda, para a descentralização da tecnologia dentro desse processo de midiatização. O que se observa, a partir de então, é a existência de um cenário voltado para as práticas comunicacionais sociais, pautadas pela tecnologia como meio de produção, mas obedecendo a alguns métodos pré-estabelecidos.

Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a «cultura da mídia». (FAUSTO NETO, 2008, p. 92)

Na contemporaneidade, o papel das comunicações, as práticas sociais e o acesso aos dispositivos midiáticos estão cada vez mais relacionados.

A midiatização abrange dois movimentos simultâneos e dialéticos. De um lado, ela é fruto e consequência das relações, inter-relações, co-

nexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro, ela significa um novo ambiente social que incide profundamente nessas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea. A sociedade é em mediação. O ser humano é em mediação. Isso, hoje, sublinhe-se, configura um novo modo de ser no mundo. (GOMES, 2016, p. 18)

Assim, a partir da “sociedade em mediação”, é possível compreender como determinadas “posturas sociais” são transformadas e/ou ressignificadas pelo “ser humano em mediação”.

2.2 Propagabilidade

A partir da sociedade em vias de mediação (FAUSTO NETO, 2008), observa-se que acontecem também outros processos sociais, principalmente no cenário digital. Este universo, atualmente, é composto por vários elementos específicos do meio digital, como *softwares*, *hardwares*, sites, dispositivos, redes sociais digitais, dentre outros. No que se refere às redes sociais digitais, um dos focos deste estudo, é possível defini-las como espaços de troca de informações entre indivíduos, grupos, empresas, mediadas pela internet.

As trocas de informações, o compartilhamento de ideias e a propagação de conteúdos são ações frequentes desse universo, apesar dessas práticas não serem exclusivas do ambiente digital.

Considerado como um todo, esse conjunto de práticas sociais e culturais, e mais as inovações tecnológicas correlatas que cresceram em torno delas, constituem o que chamamos de “cultura ligada em rede”. Essas práticas culturais certamente não foram criadas pelas novas tecnologias. Há muito tempo já sabemos que notícias com narrativas geram conversas. (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p. 36)

No caso da propagabilidade, Jenkins, Ford e Green (2015) explicam que ela representa o “potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles” (p. 26). Dentro dessa lógica, todo conteúdo propagável obedece a uma série de interesses distintos.

A circulação de conteúdo de mídia dentro da cultura participativa pode servir a uma variedade de interesses, alguns deles culturais (como promover um dos sexos ou um artista), outros pessoais (como fortalecer os laços sociais entre amigos), ou políticos (como criticar a construção do gênero e da sexualidade dentro da mídia de massa) e

econômicos (como os que servem às necessidades imediatas de indivíduos comuns, assim como aqueles que atendem às necessidades das indústrias de mídia). (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p. 62-63)

É exatamente dentro do conceito de propagação que se aplica o que ficou conhecido na internet como o “funk da vacina”. Diante disso, um questionamento se faz pertinente, o que leva as pessoas a propagarem informações e conteúdos? De acordo com Jenkins, Ford e Green (2015), “quando uma pessoa ouve, lê ou vê conteúdos compartilhados, ela pensa não apenas – e muitas vezes nem principalmente – no que os produtores podem ter desejado dizer com aquele material, mas no que estava tentando lhe comunicar quem o compartilhou com ela” (p. 37).

É possível observar que, nesse cenário, além da troca, também é possível produzir informações. Algo que surge na internet pode ser compartilhado inicialmente nas redes sociais digitais e, posteriormente, pode fazer parte do jornalismo, ao ser publicado como notícia. Nesse quesito, Recuero (2011) observa que a produção de informação é própria das redes sociais digitais.

Essas redes, propiciadas pelas ferramentas da internet, formaram uma teia informativa, onde as conexões estabelecidas entre os milhares de indivíduos passam a ser caminhos por onde a informação pode ser produzida, circulada e filtrada. Cada ator conectado à rede é, assim, um emissor em potencial, capaz de atuar no contexto desses fluxos informativos, construindo, modificando e dividindo informação. (RECUERO, 2011, p. 3)

Diante do exposto, faz-se necessário analisar como o funk “Bum bum tam tam”, lançado em 2017, voltou a ser compartilhado/propagado na internet, em janeiro de 2021, a fim de compreender o compartilhamento/propagação de conteúdos nas redes sociais digitais, a partir do cenário da midiatização.

3. Procedimentos metodológicos

Neste trabalho, a Análise de Conteúdo (AC), de acordo com Bardin (2009), é utilizada como instrumento para a análise categorial das notícias que tratam do funk “Bum bum tam tam”. De acordo com a autora, a AC engloba:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens [...] A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). (BARDIN, 2009, p. 40)

É necessário, também, o Estudo Comparativo (EC), proposto por Schneider e Schmitt (1998), pois serve como ferramenta para comparar o modo que os dois portais pesquisados (UOL e G1) enfocam o assunto estudado. O EC “implica em descobrir os elementos comuns aos diferentes casos, típicos para as diferentes classes de casos, ou singulares, que não podem se repetir” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 36). Assim, os referidos autores acreditam que a correta identificação do nível estratégico, representa, em termos comparativos, a chave que garante a correta articulação entre os dados empíricos e a teoria.

3.1. *Corpus da pesquisa*

As duas matérias que compõem o *corpus* da pesquisa foram selecionadas, a partir do termo “funk da vacina” como elemento de busca, nos portais UOL e G1 no dia 8 de janeiro de 2021, um dia após o anúncio feito pelo Instituto Butantan sobre a eficácia da vacina CoronaVac, utilizada contra a Covid 19.

Tabela 1 – Matérias que compõem o corpus da pesquisa

Matérias	Portal
‘Vai no Bumbum Tantan’: MC Fioti faz versão de hit para vacina do Butantan	UOL
Bum bum tam tam vira hino da Coronavac e MC Fioti faz versão: a vacina é saliente, vai curar muita vida e salvar muita gente	G1

Fonte: Tabela elaborada pelas autoras.

4. “Bum bum tam tam”: compartilhamento e propagação nos portais UOL e G1

Durante o período da pandemia provocada pela Covid-19, desde março de 2020, o Brasil vivia a expectativa pela cura da doença. No dia 07 de janeiro de 2021, o Instituto Butantan (São Paulo) divulgou um vídeo no *YouTube*⁷ e nos perfis das redes sociais digitais da Instituição sobre a eficácia da vacina CoronaVac, desenvolvida pelo Instituto Butantan em parceria com a Sinovac (instituição chinesa). Somente no *YouTube* o vídeo foi visualizado mais de 200 mil vezes e compartilhado nas redes sociais digitais.

Com o anúncio da eficácia da vacina, ao passo em que esse compartilhamento foi impulsionado nas redes sociais digitais, a música de MC Fioti, lançada em 2017 e intitulada “Bum bum tam tam”, foi associada ao imunizante devido à semelhança entre o título da música e o nome do Instituto Butantan. Assim, o termo “Bum bum tam tam” foi amplamente compartilhado na internet no dia 08 de janeiro de 2021, de acordo com os dados do *Google Trends*⁸.

7 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QFVO1Pp_ZYQ>. Acesso em: em 21/01/2021, às 20h43.

8 Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=today%201-m&-geo=BR&q=bum%20bum%20tan%20tan_>. Acesso em: 22/01/2021, às 22h21.

Diante deste cenário, é possível afirmar que se trata de um cibercontecimento. De acordo com Bittencourt (2015), o cibercontecimento refere-se aos acontecimentos que são decorrentes das relações de interatividade, compartilhamentos comuns nas redes sociais digitais e que desencadeiam processos de produção de conteúdos, com início do ambiente digital.

A apropriação desses conteúdos gera múltiplos sentidos que revelam uma força simbólica em torno do acontecimento. Dessa forma, o que impulsiona a constituição de um cibercontecimento não é o ponto de partida dado por um veículo jornalístico na cobertura de um fato, mas as dinâmicas sociais em torno do ocorrido, que acabam levando a mídia tradicional a dar atenção ao que aconteceu diante da dimensão que o acontecimento ganhou nas redes. (BITTENCOURT, 2015, p. 343)

Após o anúncio da eficácia da vacina e a viralização⁹ nas redes sociais digitais, os portais de notícias mais acessados do Brasil, no caso UOL e G1, publicaram matérias sobre a associação feita, por usuários das redes digitais, entre a música de MC Fioti e o anúncio da vacina, fomentando ainda mais a sua capacidade de propagação. Ainda de acordo com Bittencourt (2015), o público tem um papel fundamental nesse processo.

É a constituição desse espaço que propicia a produção de sentidos diversos, pois se dá a partir das apropriações feitas por leitores de veículos e usuários de redes sociais que além de repassarem os conteúdos contribuindo com o espalhamento, reconfiguram os fatos a partir de memes, hashtags, imagens, vídeos e textos que manifestam uma multiplicidade de sentidos. (BITTENCOURT, 2015, p. 355).

Assim, para a análise das matérias coletadas, foram criadas quatro categorias, a fim de identificar aspectos de compartilhamento/propagação, ocasionando um cibercontecimento, são elas: editoria, fonte utilizada, presença de *hiperlink*, rede social digital citada. Essas categorias foram criadas a partir do entendimento de que podem conter mecanismos geradores e/ou propulsores de compartilhamento/propagação de conteúdos noticiosos.

Tabela 2 – Categorias de Análise

Categoria	Portal	
	UOL	G1
Editoria	Entretenimento	Pop e Arte
Fonte utilizada	Instagram e Twitter	Instagram e Mc Fioti

9 Conteúdo muito repercutido na internet.

“FUNK DA VACINA”: uma análise do compartilhamento/propagação da música de Mc Fioti nas redes sociais digitais e no webjornalismo dos portais UOL e G1

Ana Paula Lima Leal e Cristiane Portela de Carvalho

Presença de link	1 link do <i>Instagram</i> 1 link do <i>Twitter</i> 1 link do <i>Youtube</i>	3 links do <i>Twitter</i> 1 link do <i>Youtube</i>
Rede social digital citada	<i>Instagram</i> e <i>Twitter</i>	<i>Instagram</i>

Fonte: Tabela elaborada pelas autoras.

A partir desse panorama, é possível inferir que as redes sociais digitais pautaram o webjornalismo dos portais UOL e G1, pois tudo aquilo que inicialmente foi compartilhado em números expressivos nessas redes ganha destaque e relevância nos referidos portais. Entre os aspectos comuns nas matérias, observa-se que, em ambos os portais, os títulos relacionam o funk “Bum bum tam tam” à vacina do Instituto Butantan. Essa relação acontece inicialmente nas redes sociais digitais e o webjornalismo dos referidos portais dá ênfase ao assunto. Outra característica comum aos dois portais é que essas matérias, apesar de abordarem um conteúdo sobre saúde, estão localizadas em editorias voltadas para o entretenimento.

Ainda como ponto semelhante, as matérias dos dois portais possuem *hiperlinks* de redes sociais digitais. No caso do UOL *hiperlinks* do *Instagram* e *Twitter* e no G1 *hiperlink* apenas do *Twitter*. Ambos os portais abordam que o videoclipe do funk “Bum bum tam tam” já era a música brasileira mais ouvida na história do *Youtube*, reforçando a ideia inicial de propagação nas redes sociais digitais.

Como característica singular, é possível afirmar que no caso do G1, uma fonte foi ouvida (Mc Fioti). Na matéria do UOL consta apenas a reprodução de perfis de redes sociais digitais como fontes de informação (*Instagram* e *Twitter*). E ainda, na matéria do G1, há um vídeo autoral do próprio portal sobre o processo de criação do funk “Bum bum tam tam”, de Mc Fioti. Na matéria do UOL é disponibilizado o videoclipe oficial da música. No que se refere às redes sociais digitais citadas, observa-se que enquanto o UOL cita *Twitter* e *Instagram*, o portal G1 cita apenas o *Instagram*.

Entre os desdobramentos desse ciberacontecimento, estão o aumento no número de visualizações do videoclipe oficial da música “Bum bum tam tam” no *YouTube* e ainda o lançamento de uma nova versão do funk, intitulado “Vacina-butantan (remix)”, gravado no próprio Instituto com participação dos funcionários. Em menos de 24 horas, o remix atingiu mais de dois milhões de visualizações no *YouTube*, esse feito também foi veiculado nos portais UOL e G1. De acordo com Jenkins, Ford e Green (2015), sites como o *YouTube* facilitam a inclusão de conteúdos em blogs ou a possibilidade de compartilhá-los por meio dos sites das redes sociais digitais.

5. Considerações finais

Neste cenário de compartilhamento/propagação de conteúdos no ambiente digital, o público, além de consumidor, passa a ser também produtor desses conteú-

dos e ainda se torna responsável pelo compartilhamento. Afinal, “todo criador – seja ele uma empresa de mídia, um fã, um acadêmico, um ativista – produz material na esperança de atrair um público de interesse” (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p. 32). Esse mesmo público favorece, assim, a resignificação dos conteúdos compartilhados.

Entre os impactos do processo de propagação no ambiente digital é possível inferir, a partir dos exemplos analisados neste artigo, que os conteúdos que ganham mais visibilidade e possuem um número expressivo de compartilhamentos nas redes sociais digitais podem ganhar espaço no jornalismo de modo geral e no webjornalismo de modo específico, transformando-se em notícia.

Um fator importante, também observado na associação entre o funk e a vacina, além da semelhança fonética entre os termos “Bum bum tam tam” e Butantan, é que a música original, lançada em 2017 e considerada a música brasileira de maior visibilidade no *Youtube*, obedece também à lógica da propagação no ambiente digital à medida que aciona a memória coletiva dos brasileiros.

6. Referências bibliográficas

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. Cibercontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 12, n. 2, p. 342-358, 2015.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. **Matrizes**, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.
- FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. **Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade**. São Paulo: Paulinas, 2016.
- GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista Famecos**, v. 23, n. 2, p. ID22253-ID22253, 2016.
- HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, 21-44, 2014.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.
- PORTAL G1**. Bum bum tam tam vira hino da Coronavac e MC Fiotti faz versão: a vacina é saliente, vai curar muita vida e salvar muita gente. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/01/08/bum-bum-tam-tam-vira-hino-da-coronavac-e-mc-fiotti-faz-versao-a-vacina-e-saliente-vai-curar-muita-vida-e-salvar-muita-gente.ghtml>>. Acesso em: 22 de jan./2021.
- PORTAL UOL**. ‘Vai no Bumbum Tantan’: MC Fiotti faz versão de hit para vacina do Butantan. Disponível em: <<https://www.bol.uol.com.br/entretenimento/2021/01/08/mc-fiotti-butantan-vacina-coronavac-funk.htm>>. Acesso em 22 de jan./2021.

“FUNK DA VACINA”: uma análise do compartilhamento/propagação da música de
Mc Fioti nas redes sociais digitais e no webjornalismo dos portais UOL e G1
Ana Paula Lima Leal e Cristiane Portela de Carvalho

- RECUERO, Raquel. Deu no *Twitter*, alguém confirma? Funções do jornalismo na era das redes sociais. **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Anais Eletrônicos. Rio de Janeiro/RJ, 2011. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorreacuero.pdf>>. Acesso em: 21 de jan./2021.
- SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Cláudia Job. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.