

Para a crise do jornalismo, “jornalismo de soluções”? Apontamentos a partir da experiência do Grupo RBS

For the journalism crisis, “solutions journalism”? Notes from the experience of Grupo RBS

Felipe Moura de Oliveira^[*] / felipecomunica@gmail.com
Carolina Monego Lins Pastl^[*] / carolinamlpastl@gmail.com
Isadora Smaniotto Garcia^[*] / isadorasmagarcia@gmail.com

RESUMO

O artigo reflete sobre a crise do jornalismo, marcada pela perda de credibilidade, a partir do chamado jornalismo de soluções. São evocados dois procedimentos: entrevista com Marta Gleich, diretora-executiva de Jornalismo e Esporte do Grupo RBS (RS); e análise, com base no protocolo da *Solutions Journalism Network*, de duas reportagens publicadas no portal GZH. É uma tentativa de aferir a pertinência dessas iniciativas como manifestações concretas do conceito de mediação qualificada. A suspeita é de que, como postura frente à representação dos acontecimentos, o jornalismo de soluções pode se constituir como alternativa de enfrentamento à crise – embora ainda sejam iniciativas incipientes, do que decorre a necessidade de avanço do nível conceitual ou de *marketing* (no relacionamento com seus públicos) às práticas jornalísticas. É preciso ressaltar, finalmente, a natureza ensaística do artigo, o que torna suas inferências ainda insuficientes para uma conclusão mais definitiva.

Palavras-chave:

credibilidade; mediação qualificada; Grupo RBS.

ABSTRACT

The article reflects on the journalism crisis, marked by the loss of credibility, from what is called solutions journalism. It evokes two procedures: an interview with Marta Gleich, executive director of Journalism and Sport at Grupo RBS (Brazil, RS); and analysis, based on the *Solutions Journalism Network* protocol, of two articles published on the GZH website. It is an attempt to assess the relevance of these initiatives as concrete manifestations of the concept of qualified mediation. The suspicion is that, as a posture towards the representation of events, journalism of solutions can be constituted as an alternative to face the crisis – although they are still incipient initiatives, which leads to the need to advance from the conceptual level or *marketing* (in the relationship with its audiences) to journalistic practices. Finally, it is necessary to emphasize the essayistic nature of the article, which makes its inferences still insufficient for a more definitive conclusion.

Keywords:

credibility; qualified mediation; Grupo RBS.

^[*] Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Santana, Porto Alegre (RS).

Introdução

A história do jornalismo é marcada por crises. Nas últimas décadas, como aponta Christofolletti (2019), a materialização do fenômeno é vista na redução de tiragens de jornais e de audiência na televisão, extinção de revistas, falência de empresas, desaparecimento de veículos, demissão de profissionais e no abandono de certas práticas. O diferencial da crise atual, contudo, são as redes sociais digitais, que, por meio dos usuários, intervêm na esfera pública e questionam o papel do jornalismo, que perde protagonismo como mediador entre a sociedade e os acontecimentos. Agora, as redes sociais digitais também operam como sistemas de produção de sentido em larga escala, que interagem com o jornalismo e questionam os sentidos por ele representados (Oliveira, 2018).

Não se trata, então, apenas de uma crise financeira, com modelos de negócio postos em xeque. O campo também se depara com uma crise de credibilidade – credibilidade aqui compreendida a partir da ideia de que há uma relação entre o que o leitor percebe e o que já sabe sobre o que deveria ser o jornalismo e dele espera, conforme Lisboa e Benetti (2017). A redução do interesse no noticiário, a migração de audiência, o aumento da desconfiança e do distanciamento do público e a busca por alternativas para informação são consequências desse fenômeno apontadas por Christofolletti (2019).

Ainda que, no Brasil, tenha havido um crescimento de três pontos percentuais na confiança em notícias em geral de 2020 para 2021, comparando os dois últimos relatórios do *Reuters Institute* (Carro, 2020; 2021), 54% de adesão ao contrato de leitura que tem como partes jornalismo e sociedade (Benetti, 2008) ainda é um índice frágil.

Para além da perda de confiança, outro aspecto também contribui para a tensão. Ao contrário de uma percepção comum na profissão – a de que a reportagem de fatos negativos ajuda a melhorar o mundo, pela indignação ou pelo alerta –, pesquisas mostram que, na maioria dos casos, o excesso de conteúdo enquadrado pelo seu viés negativo causa no indivíduo depressão, desânimo, apatia, sensação de impotência diante de um mundo visto como cruel, insensível, caótico e pode até distorcer a realidade (Lima, 2019).

Diante desse cenário, o jornalismo precisa (re) agir. E uma das alternativas que vêm sendo adotadas por redações pelo mundo é o jornalismo de soluções. Refletir, pois, sobre como essas iniciativas podem servir ao enfrentamento da crise é o objetivo deste trabalho, no esteio de dois procedimentos – o primeiro, de entrevista, acionado como fonte de informações, e o segundo, de

análise descritiva, mobilizado como metodologia.

Quanto à entrevista, foi realizada no modelo semia- aberto com a jornalista Marta Gleich (2021, informação oral), diretora-executiva de Jornalismo e Esporte e responsável pelo projeto no Grupo RBS, do Rio Grande do Sul, a fim de compreender a forma como o jornalismo de soluções é exercido na empresa. Quanto ao segundo procedimento, é apresentada neste artigo uma análise descritiva, que toma como parâmetro o protocolo proposto pela *Solutions Journalism Network* (Learning Lab, [ca. 2021]a), de reportagem identificada como jornalismo de soluções pelo Grupo RBS, no contexto da educação em meio à pandemia de Covid-19. Trata-se de uma tentativa de aferir a pertinência do jornalismo de soluções como manifestação concreta do conceito de **mediação qualificada**, defendido em trabalhos anteriores como estratégia de enfrentamento à crise (Oliveira, 2018; 2019; Oliveira, Stefenon, Ozorio, 2020).

O artigo se organiza em três frentes, começando pela delimitação da crise do jornalismo contemporâneo e suas implicações no âmbito da credibilidade, conceito também delineado na primeira seção. Na sequência, apresentamos consequências e alternativas. E, logo após, refletimos sobre o jornalismo de soluções a partir da experiência do Grupo RBS.

A suspeita que fica do trabalho é de que o jornalismo de soluções, entendido como postura frente à representação dos acontecimentos, pode se constituir como alternativa de enfrentamento à crise – embora ainda seja incipiente, em razão da natureza ensaística do artigo. Após a reflexão que segue, se percebe a necessidade de avanço do seu nível conceitual ou de *marketing* (no sentido do relacionamento com o público) às práticas jornalísticas.

A crise

Fenômenos que marcaram o início do século 21 permitem pensar a crise mais atual em diferentes âmbitos. A digitalização dos meios fez com que as empresas jornalísticas vissem seu monopólio territorial na circulação de informações cotidianas ser quebrado (Oddo, 2015). As novas fontes de informação, o acesso facilitado a elas e a possibilidade de produção de conteúdo por qualquer cidadão levaram ao questionamento, no primeiro momento, da justificativa social do jornalismo. “Pela primeira vez, o jornalismo é tensionado a olhar para si, para as suas funções” (Hauser, 2017, p. 19). O profissional da área não detém mais a informação, e as suas práticas são postas sobre a mesa para debate: a produção de notícias, antes um sistema fechado e restrito, torna-se passível de críticas e intervenções de qualquer cidadão. É por

isso que Christofolletti (2019, não paginado) argumenta que “a crise é financeira, mas também é política e existencial, de ética e credibilidade, de governança e gestão”.

Na mesma seara, em trabalho anterior, denotamos essa falência do projeto original do jornalismo moderno, que se afirmava capaz de reproduzir o objeto da ordem da realidade (com referência na semiótica pragmatista, mas traduzido aqui por acontecimento) tal como ele é, sem mediação, até chegar ao leitor (Oliveira, 2018). O que há é uma incapacidade do signo ocupar o lugar do objeto, o que acaba por gerar as “sobras” descritas por Santaella (2008) no processo de significação – sobras que agora ganham representações, nas redes sociais digitais, em signos que são amplamente compartilhados, alheios ao jornalismo e que o afetam naquilo que o consagrou na história: o protagonismo como instituição social outorgada para representar os acontecimentos públicos (Franciscato, 2005).

Fatores tecnológicos, econômicos e políticos, então, se cruzam na crise de legitimidade do jornalismo, segundo Franciscato (2018). Compreendendo que a crise, em verdade, é uma crise no plural – como Christofolletti (2019) intitula um dos capítulos de seu livro – o foco deste artigo recai sobre a sua face concretizada na credibilidade.

É também Christofolletti (2019) quem contribui para a compreensão dos entrelaçamentos da crise. Para compensar as perdas financeiras ou manter os patamares de lucratividade ante à internet, diz ele, as organizações noticiosas optaram por cortar custos. Como resultado, perdeu-se em diversidade, experiência, prestígio e qualidade. “Ao demonstrar incapacidade frequente de cumprir o contrato com o público, a empresa – seus veículos e profissionais – são questionados em sua credibilidade também. É um indesejável e às vezes irreversível processo de erosão” (2019, não paginado).

Nesse contexto de tensão e questionamento, como sinaliza Lima (2019), o jornalismo também tem perdido consumidores por um desvio vicioso de se exagerar na cobertura de temas considerados negativos – ou enquadramentos negativos a partir dos sentidos que os acontecimentos denotam, no que Quéré (2005) definiria como “poder hermenêutico” de que são dotados.

Pesquisas já apontavam para esse problema mesmo antes da consolidação do ambiente digital. Levine (1977), por exemplo, tentou provar essa percepção e descobriu que 71,4% de todas as notícias veiculadas na televisão demonstravam impotência. Já Haskins (1981) sugeriu que “a exposição prolongada a más notícias por longos períodos pode ter efeitos prejudiciais sobre o humor, atitudes, percepções e saúde emocional” (p. 11 in Jackson, 2016, p. 6, tradução nossa).

Outro estudo, feito pelos pesquisadores Achor e

Giellan (2015), revelou que indivíduos que assistiram apenas três minutos de notícias negativas pela manhã tiveram uma probabilidade 27% maior de relatar seu dia como infeliz seis a oito horas depois. Slovic, Fischhoff e Lichtenstein (1982) perceberam que o excesso do viés negativo pode até mesmo distorcer a realidade. Isso pode proporcionar ao público a ideia de que o mundo é mais violento do que realmente é.

Como explica Jackson (2016), não é a um assunto episódico que está se referindo. Também não se trata de não se reconhecer a importância do jornalismo em publicizar questões indigestas, trágicas, horripilantes. Para Lima (2019), essa é uma função necessária. O problema é a sua vulgarização. “Porque só a exposição dos aspectos negativos é insuficiente, raramente contribui para a transformação na qual o jornalista e o veículo bem-intencionados apostam” (2019, p. 4).

Vale lembrar ainda que, além de ser um vício de linguagem no jornalismo, reportar os acontecimentos majoritariamente pelas suas marcas negativas faz parte da maneira como nossos cérebros funcionam. De acordo com psicólogos, as pessoas estão acostumadas a prestar mais atenção em notícias desagradáveis (Baumeister *et al.*, 2001). Esse fenômeno é chamado de “viés da negatividade” – e é um dos primeiros aspectos que desenvolvemos quando crianças.

A legitimidade perante o público, por outro lado, de acordo com Lisboa e Benetti (2015), é alcançada por meio das noções de verdade e credibilidade. As autoras argumentam que “não há apenas uma confiança no que é dito, mas também na figura de quem enuncia e no compromisso moral que envolve a comunicação” (2015, p. 19). A credibilidade se formaria nessa relação, apoiada no compromisso moral, que se consolida na medida em que a fonte de informação conquista a confiança do seu público.

A credibilidade é tomada a partir de duas dimensões – a constituída e a percebida –, propõem Lisboa e Benetti (2017). A primeira está amparada em noções compartilhadas socialmente do que, por exemplo, é ser um bom informante. Deste modo, leva em conta valores, princípios e práticas constituídos ao longo da história como importantes para se ter confiança em algo ou alguém. A credibilidade percebida, por sua vez, é aquela que aparece para o outro, que é vista e interpretada por ele. As duas dimensões estão em interação; a credibilidade constituída tem valor quando a audiência passa a reconhecê-la. Algo ou alguém ser credível em maior ou menor grau é uma implicação da “relação entre o que o leitor efetivamente percebe e aquilo que sabia de antemão sobre o que deveria ser o jornalismo e que, portanto, dele esperava” (Lisboa e Benetti, 2017, p. 57).

Ou seja, a confiança depende da conformidade entre o dever-ser do jornalismo e o que o público nota que é realmente

praticado. Como consequência, quando os dois aspectos estão em dissonância, entendemos que o contrário acontece. É o que as redes sociais digitais têm exposto. Nelas, o compartilhamento de relatos de agentes diretamente envolvidos nos acontecimentos tende a atender mais à demanda por uma transmissão objetiva do real, contendo em si menos mediação (Oliveira, 2018). Assim, o que restaria ao jornalismo? Pergunta retórica, para qual uma resposta que evite sofismas depende da percepção das consequências e alternativas à crise.

As consequências; as alternativas

Diante da crise, decorrem algumas consequências, e a mais emblemática talvez seja a intensa proliferação da desinformação na internet. A partir do momento em que o monopólio da informação em primeira mão acaba (Souza, R. 2017), a representação que o jornalismo faz dos acontecimentos é questionada (Oliveira, 2018). Há também uma hiperconcorrência (Lückman, 2018), já que as novas tecnologias diversificaram as possibilidades de consumo – e, consequentemente, fragmentaram a audiência –, e a emergência de veículos hiperpartidários (Recuero *et al.*, 2021). Além de essas mídias contribuírem para o cenário de desinformação, estimulam uma repulsa pelo jornalismo profissional, a partir do fortalecimento do conceito de pós-verdade e sua agência na forma concreta das chamadas *fake news*.

Ao mesmo tempo, e talvez até como consequência desse cenário descrito até então, segundo Lima (2019), pesquisas na Europa e na América do Norte têm mostrado que o público não se contenta mais com a abordagem que se limita a denunciar um escândalo ou a expor um problema que parece sem solução, já que o registro, o compartilhamento dos sentidos que ele denota e o seu espalhamento como demanda social em si não são mais prerrogativas exclusivas do jornalismo. A internet facilitou o acesso às informações sem mediação. Agora, o público parece se interessar mais por reportagens que apresentem soluções, mesmo que a narrativa contemple – como não poderia deixar

de ser – os aspectos negativos que as demandam.

A essa altura, então, cumpre oferecer ao debate o conceito de **mediação qualificada** – no interior do qual se vislumbra, à frente, o jornalismo de soluções como transição às práticas. A proposta que localiza o conceito como estratégia de enfrentamento ao colapso informativo instaurado ante ao ambiente digital (Costa, 2019) é inspirada na compreensão mais clássica de mediação e incorpora a linguagem como lugar epistemológico para o seu processamento. Ollivier (2008), com lastro em Martín-Barbero (1997), faz uma analogia com a diplomacia internacional: 1) há um conflito entre dois países; 2) um terceiro intervém como mediador; 3) o conflito é superado pelo acordo.

Na esfera pública de Habermas (2003), o jornalismo tratar-se-ia de uma atividade de mediação em busca do melhor argumento dentre os quais nela circulam; mediação **qualificada** por ser praticada por um campo que possui teoria e método próprios (Oliveira, 2018). O filósofo alemão, definindo o conceito, confere à comunicação centralidade na construção social da realidade: a esfera pública concretizar-se-ia numa rede comunicativa, e seria o lugar em que se processa o bem-comum e o esclarecimento dos cidadãos. Ao jornalismo caberia, nessa leitura, não apenas circular discursos, mas, sim, escrutiná-los (em termos habermasianos).

Não bastaria, portanto, dar a ver do que acontece em uma dada esfera pública (especialmente quando digitalizada, onde essa tarefa não é mais exclusividade do jornalismo). Mas, sim, desvendar os campos problemáticos que os acontecimentos denotam pelo seu poder hermenêutico (Queré, 2005), com o interesse público teleológico em perspectiva, de modo a oferecer conhecimento sobre o presente para que os campos sociais que compõem determinada esfera pública sejam capazes de resolver seus principais problemas sociais.

Solutions Journalism Network (EUA)¹, uma das iniciativas pioneiras, fundada em 2013, *Constructive Journalism Network* (Holanda e EUA)², *Constructive Journalism Project* (Inglaterra)³, *Constructive Institute* (Dinamarca)⁴, *Constructive Voices* (Irlanda)⁵ e *The Catalyst Journalism*

1 – Disponível em: <https://www.solutionsjournalism.org>. Acesso em: 17 jul. 2021.

2 – Disponível em: <http://constructivejournalism.network>. Acesso em: 17 jul. 2021.

3 – Disponível em: <https://www.constructivejournalism.org>. Acesso em: 17 jul. 2021.

4 – Disponível em: <https://constructiveinstitute.org>. Acesso em: 17 jul. 2021.

5 – Disponível em: <https://constructive-voices.com>. Acesso em: 17 jul. 2021.

Project (EUA)⁶ são algumas das experiências nas quais suspeitamos haver indícios de uma evolução do conceito de **mediação qualificada** à prática cotidiana do jornalismo.

No caso de veículos que já aderiram a essa tendência, Lima (2019) cita o *De Correspondent*, na Holanda, *The Seattle Times* e *The New York Times*, nos EUA, e o *The Guardian*, na Inglaterra. O último criou inclusive uma aba em seu site intitulada “*The Upside*”, exclusiva para esse tipo de prática. No Brasil, o Grupo RBS é um dos pioneiros, iniciando um investimento nessa direção ainda em 2019.

A solução?

Mas do que exatamente estamos falando? Jornalismo de soluções – que, em outras bibliografias, pode ser referenciado como jornalismo construtivo, entre outras denominações, embora existam tênues diferenças (Souza, M. 2017).

Para a *Solutions Journalism Network*, a denominação se trata de “uma cobertura rigorosa e convincente de respostas a problemas sociais” (2021, *online*, tradução nossa). Também tem como objetivo combater ideias tais quais a de que o jornalismo só informa notícias ruins, não aprofunda as questões, não está atendendo a sociedade ou não a representa.

Curry e Hammonds (2014), por exemplo, identificam 10 elementos a que uma matéria pertencente ao jornalismo de soluções tenta responder. Seriam eles: (1) explicar as causas de um problema social, (2) apresentar uma resposta associada a tal problema, (3) referir-se à solução do problema e a detalhes de como executá-la, (4) usar o processo de solução como peça central da narrativa, (5) apresentar evidência dos resultados ligados à solução, (6) explicar as limitações da solução, (7) conter um *insight* ou uma lição ensinável, (8) evitar uma narrativa que elogie demais alguém ou algo⁷, (9) basear-se em fontes de elevado grau de *expertise* e (10) dar maior atenção à solução do que a um líder, alguém inovador ou alguém que pensa erroneamente que está ajudando. Na visão dos autores, esses elementos serviriam como estruturantes e não como um conjunto de regras.

Em resumo, a proposta é diferente das reportagens consideradas positivas, que focam em histórias extraordinárias e com finais felizes, por exemplo. O jornalismo de soluções estaria à procura, como a titulação já define, de

resolver o problema, mas não necessariamente de modo rápido ou com modelos já comprovados. “Não cabe a nós, jornalistas, dizer que a solução é fazer tal coisa. Mas a gente deve abrir espaço, ser uma arena onde a sociedade possa discutir a solução dos seus problemas”, é o que argumenta Marta Gleich (2021, informação oral), diretora-executiva de Jornalismo e Esporte e responsável pelo projeto de jornalismo de soluções no Grupo RBS, em entrevista realizada com vistas à produção deste artigo.

Insistimos aqui que discutir sobre o que está dando certo não significa, porém, voltar-se a elogios ou a adesão a governos e entidades. Técnicas jornalísticas como checar e ouvir diferentes lados se mantêm. A diretora-executiva também ressalta que os problemas não deixam de ser apresentados. O que é necessário é um equilíbrio diante do excesso de más notícias: “Senão, a gente está realmente estimulando que as pessoas não se informem. Por que eu vou ligar o rádio às seis horas da manhã e ficar ouvindo até meio-dia se só vai ter notícia ruim?” (2021, informação oral). Ela concorda com o público quando manifesta que há um excesso de notícias negativas. Como consequências corriqueiras deste fenômeno, Gleich (2021, informação oral) cita o *news avoidance* (evitação de notícias) e o *news fatigue* (fadiga de notícias).

Por outro lado, como já era esperado, o jornalismo de soluções tende a gerar maior engajamento dos leitores, como apontou pesquisa do *Center for Media Engagement*, da Universidade do Texas (Curry e Hammonds, 2014).

Os entusiastas da prática, porém, não acreditam ser este o único tipo de cobertura jornalística necessária (Souza, M. 2017). Para identificar a abordagem mais adequada, é necessário questionar o que está ausente na conversa pública. O jornalismo de soluções pode ser a escolha mais razoável caso exista uma inclinação pública para saber como resolver um problema, com as pessoas já estando conscientes sobre a existência do mesmo (Souza, M. 2017).

A fim de orientar a prática do jornalismo de soluções, a *Solutions Journalism Network* criou um laboratório de aprendizagem, onde consta o que nomeia como um kit de ferramentas básicas sobre o assunto. Entre os materiais em língua portuguesa, está a recomendação de cinco critérios a serem adotados durante a reportagem como protocolo – não é necessário que toda a história atenda a todos os critérios para se encaixar no jornalismo de soluções, mas é importante que inspirem reflexão (Learning Lab, [ca. 2021]a).

6 – Disponível em: <https://catalystjournalism.uoregon.edu>. Acesso em: 17 jul. 2021.

7 – No texto em sua versão original, em inglês, os autores utilizam a palavra *puff piece* para se referir a narrativas com muitos elogios.

Um deles é **concentrar-se profundamente na resposta a um problema social**: a história deve descrever uma resposta ao problema, explicada justamente no contexto do que se está tentando resolver.

Outro critério elencado é **examinar como a resposta funciona com detalhes significativos**, ressaltando que é importante se aprofundar em procedimentos da solução de problemas. O manual dá um exemplo: “Quais modelos estão sendo bem-sucedidos em melhorar um resultado educacional e como eles realmente funcionam?” (Learning Lab, [ca. 2021]a, *online*). O jornalismo de soluções pressupõe investigar perguntas como essa e guiar a narrativa pela solução de problemas.

É também um critério **concentrar-se na eficácia, não nas boas intenções, apresentando evidências disponíveis dos resultados**. “O jornalismo de soluções tem a ver com ideias – mas, como todo bom jornalismo, a determinação do que funciona (ou não) tem apoio, sempre que possível, em evidências sólidas” (Learning Lab, [ca. 2021]a, *online*). Para ideias ainda em estágio inicial, em que a única evidência possível é a afirmação de observadores considerados confiáveis, a sugestão, então, é de que não se exagere.

Oferecer não apenas inspiração, mas insights que outros podem usar aparece entre as recomendações, no sentido de que a narrativa de soluções pode levar o público a ter uma ideia de como o mundo funciona e até do que pode ser feito para que funcione melhor.

Por fim, **discutir o que não está funcionando na abordagem** é mais um critério, entendendo que não há uma solução perfeita para um problema social e que toda resposta é acompanhada por limitações e riscos.

Explicar o que não é jornalismo de soluções também ajuda a compreendê-lo, segundo a *Solutions Journalism Network* (Learning Lab, [ca. 2021]b). A organização elenca ainda sete tipos de “impostores” na prática. Seriam eles: o culto ao herói (celebrando ou glorificando um indivíduo), a solução milagrosa (enxergando algo como o “salva-vidas”), o favor para um amigo (trazendo predominante ou unicamente a voz de uma organização), o laboratório de ideias (propondo coisas que ainda não existem), o ativista instantâneo (apelando ou pedindo apoio para uma causa específica a fim de resolver um problema), a reflexão tardia (trazendo apenas um parágrafo ou frase curta no final de uma história sobre algum problema, exprimindo somente ali os esforços para resolvê-lo) e o reconfortante (mostrando que existem pessoas boas fazendo coisas legais no mundo, mas sem chegar a questões estruturais que o jornalismo de soluções pode abordar).

O caso do Grupo RBS

A ideia de levar o jornalismo de soluções para o Grupo RBS partiu de um workshop realizado pela empresa. E o caminho começou a ser pavimentado em 2019, com a estruturação da iniciativa nos primeiros meses de 2020, quando, em maio, também foram promovidos treinamentos específicos nas redações, com base nas orientações de instituições como a *Solutions Journalism Network* e o *Constructive Institute*. Depois, houve palestras, além da especialização de alguns editores que ficaram responsáveis pelo tema em suas editorias. Como resultado, RBS TV, Rádio Gaúcha, Zero Hora, Diário Gaúcho, Pioneiro e GZH passaram a adotá-lo.

Não há repórteres específicos para pautas dessa natureza. Fica a cargo dos editores incentivarem a prática em suas editorias, como, por exemplo, colocando na pauta do dia. Conforme Gleich (2021, *informação oral*), o jornalismo de soluções na empresa parte da postura do jornalista frente ao processo de produção da pauta. Ou seja, ao procurar histórias que estão dando certo e ao aumentar o espaço dado às soluções. “O jornalismo de soluções é uma cultura, é um modo de operar” (2021, *informação oral*).

Até a finalização deste artigo, no início de 2022, ainda estava em elaboração um manual sobre a prática para orientar todo o quadro de profissionais. A base para esse material, vale salientar, são as mesmas instituições que serviram de inspiração para os treinamentos feitos anteriormente. O que é usado para identificar ao leitor se a matéria faz parte do jornalismo de soluções é a *tag* “jornalismo de soluções” e/ou uma etiqueta, anexada junto ao texto:

O que é jornalismo de soluções, presente nesta reportagem?

*É uma prática jornalística que abre espaço para o debate de saídas para problemas relevantes, com diferentes visões e aprofundamento dos temas. A ideia é, mais do que apresentar o assunto, focar na resolução das questões, visando ao desenvolvimento da sociedade. (Kosachenco, 2021, *online*; Justino, 2021, *online*)*

Quando a referência é uma reportagem produzida sob a égide do jornalismo de soluções, é possível aferir um estágio ainda inicial e, em parte, distante do ideal manifestado por Gleich (2021, *informação oral*) na entrevista. A explicação vem a seguir, na análise das reportagens.

Para este artigo, são analisadas, então, duas publicações de forma descritiva. Admitimos que o volume é pequeno para uma análise mais completa, mas ressaltamos que nosso objetivo não é obter conclusões definitivas e, sim, iniciar o debate e aferir a potência do jornalismo de soluções como forma de enfrentamento à crise. A escolha das duas reportagens é calcada na atualidade e pertinência jornalística da situação da educação em meio à pandemia de Covid-19, sendo as duas mais recentemente publicadas à época da seleção – junho de 2021 – dentro da temática escolhida. A escolha também se baseia na transparência do próprio veículo ao não apenas inserir as duas publicações na *tag* específica de “jornalismo de soluções”, como também de apresentar a etiqueta, em meio às reportagens, com a definição do que é entendido como pertencente a esta categoria (conforme apresentado anteriormente).

A primeira publicação, mais recente na data de seleção, é de 29 de abril de 2021, com título “Unicef recomenda abertura segura de escolas e busca ativa de alunos afastados”, sob a cartola “Impacto da pandemia”, e com a linha de apoio “Crise sanitária deixou mais de 5 milhões de crianças e adolescentes sem acesso ao ensino em 2020 no Brasil” (Kosachenco, 2021, *online*). A autoria é da jornalista Camila Kosachenco.

A reportagem toma como gancho o estudo Cenário da Exclusão Escolar no Brasil, elaborado pelo Unicef e pelo Centro de Estudos e Pesquisas em Educação e Ações Comunitárias (Cenpec); são 5.244 caracteres

(entre texto corrido e entretítulos, desconsiderando outros elementos), distribuídos em 16 parágrafos (o primeiro com um lide convencional), divididos por dois entretítulos; sem fotos, com um infográfico e hiperlinks direcionados apenas a conteúdos do Grupo RBS.

São trazidas três fontes oficiais: Florence Bauer (representante do Unicef no Brasil), Cezar Mio-la (conselheiro do Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul e presidente do Comitê Técnico da Educação do Instituto Rui Barbosa) e Romualdo Portela de Oliveira (representante do Cenpec). Todas ou pelo menos a maioria das citações parecem ter sido extraídas da coletiva de lançamento do estudo.

A segunda publicação é de 4 de fevereiro de 2021, intitulada “Volta às aulas presenciais: conheça iniciativas no Brasil e no mundo para o retorno às escolas”, com a cartola “Ano letivo de 2021” e a linha de apoio “Cuidado nas atividades é importante no combate à disseminação do coronavírus, mas pesquisas mostram múltiplos impactos nos alunos e educadores sem elas, exigindo esforço prudente para a retomada” (Justino, 2021, *online*). A autoria é do jornalista Guilherme Justino.

No caso desta publicação, o gancho é menos factual do que na anterior: o que “move” a reportagem é o fato de que, na maioria dos estados brasileiros, as aulas total ou parcialmente presenciais estavam previstas para iniciar até março. O texto tem 10.225 caracteres (entre texto corrido e entretítulos, desconsiderando outros elementos), distribuí-

IMPACTO DA PANDEMIA

Unicef recomenda abertura segura de escolas e busca ativa de alunos afastados

Crise sanitária deixou mais de 5 milhões de crianças e adolescentes sem acesso ao ensino em 2020 no Brasil

29/04/2021 - 16h33min
Atualizada em 30/04/2021 - 10h45min

COMPARTILHE:   

Figura 1. Cabeçalho da reportagem 1 selecionada.

Figure 1. Header of report 1 selected.

Fonte/Source: Próprios autores / authors

dos em 32 parágrafos (os primeiros em tom de contextualização), divididos por três entretítulos e, dentro desses, constam sete subtítulos. Na publicação, há hiperlinks direcionados a conteúdos da empresa, um olho e duas fotos.

São ouvidas quatro fontes oficiais: Maria Helena Guimarães (presidente do Conselho Nacional de Educação), Ítalo Dutra (chefe de educação do Unicef no Brasil), Priscila Cruz (presidente-executiva do Todos pela Educação) e Ademar Batista Pereira (presidente da Federação Nacional das Escolas Particulares).

De modo geral, na reportagem 1, são apontadas soluções, mas pouco explicadas e pouco específicas. As sugestões têm como foco um futuro próximo e também aspectos sobre um futuro mais distante, ainda especulativo, o que reduz a precisão do conhecimento pretensamente produzido pela reportagem. Uma leitura ligeira permite concluir que não há distinções marcantes em relação à reportagem cotidiana e à publicação de conteúdos pelo jornalismo *hard news* – condição na qual, majoritariamente, é classificado GZH.

A constatação muda em relação à reportagem 2. Nela, até mesmo por conta do tamanho, é destinado maior espaço à contextualização do problema: os desafios rela-

cionados à forma como serão as aulas ao longo do ano. Já no título, é possível perceber o objetivo da reportagem em mostrar o que está sendo feito no país e no mundo para resolver essa questão, como se convidasse o leitor a ver no horizonte a situação em outros lugares para o ajudar a ter ideias sobre como sua cidade pode agir. Na descrição das iniciativas propriamente ditas, percebe-se uma mistura de informação factual com contextualização.

Quando o protocolo da *Solutions Journalism Network* (Learning Lab, [ca. 2021]a) é evocado, tais percepções são adensadas. Aqui, este acionamento é utilizado como parâmetro para comparar o ideal com o que é colocado em prática – entendendo que, quanto mais seguir os critérios sugeridos por uma instituição de referência no assunto, mais próximo se está de uma reportagem ideal de jornalismo de soluções. É necessário ponderar, porém, que compreendemos o caráter subjetivo que permeia tais comparações.

Na relação com a primeira recomendação citada neste artigo (**concentrar-se profundamente na resposta a um problema social**), a reportagem 1 concentra-se apenas na epiderme da resposta ao problema social em tela; não são investigadas, por exemplo, iniciativas em curso no Brasil, em estados que, àquela altura, já per-

ANO LETIVO DE 2021

Volta às aulas presenciais: conheça iniciativas no Brasil e no mundo para o retorno às escolas

Cuidado nas atividades é importante no combate à disseminação do coronavírus, mas pesquisas mostram múltiplos impactos nos alunos e educadores sem elas, exigindo esforço prudente para a retomada

04/02/2021 - 19h41min

COMPARTILHE:   

Figura 2. Cabeçalho da reportagem 2 selecionada.

Figure 2. Header of report 2 selected.

Fonte/Source: Próprios autores / authors

mitiam o retorno às atividades presenciais nas escolas. Percebe-se que não são descritas profundamente eventuais respostas; elas ficam em um âmbito mais amplo.

Por exemplo, uma das falas trazidas nesta reportagem pontua: “**Precisamos encontrar mecanismos de acolhimento e ações** que demonstrem para a família e para o estudante a importância da escola como condição transformadora” (Kosachenco, 2021, *online*, grifo nosso). Outra fonte ressalta a necessidade de uma busca ativa, sugerindo que gestores públicos devam ir atrás dos estudantes que largaram as atividades a fim de restabelecer os vínculos. Já outra destaca a necessidade de reforçar as campanhas de matrículas escolares. Nestes três casos, embora existam respostas do que pode ser feito, parecem faltar informações que respondam dúvidas como: de que forma essas ideias podem ser postas em prática? Em que lugares essas alternativas estão sendo executadas? Como está sendo o resultado?

Na reportagem 2, o problema aparece melhor descrito e a ele são dadas diversas alternativas de respostas. Por exemplo, uma das fontes entrevistadas, em um dos parágrafos iniciais, sugere: “As escolas podem, então, **desenvolver um replanejamento, flexibilizando a proposta curricular**, de modo que alunos tenham a possibilidade de fazer a recuperação da aprendizagem e, **depois, as escolas iniciam o cumprimento do currículo previsto para 2021**” (Justino, 2021, *online*, grifo nosso). A partir da parte em que começam a ser citadas iniciativas no Brasil e no mundo que buscam tornar o retorno às aulas presenciais seguro, é possível encontrar mais opções, com base nas experiências de outros, da forma como lidar com o problema.

Estas percepções estão diretamente relacionadas às recomendações seguintes (**examinar como a resposta funciona com detalhes significativos e concentrar-se na eficácia, não nas boas intenções, apresentando evidências disponíveis dos resultados**). Na reportagem 1, o sentido é oposto em relação a ambos os critérios. Em trechos da opinião de uma das fontes, é possível notar a falta de evidências, com soluções que ficam mais no campo das ideias do que de um passo a passo que pode ser posto em prática, assim como se percebe a falta de detalhes sobre o funcionamento e sobre as limitações da resposta sugerida ao problema: “**independentemente do modelo de ensino adotado, o restabelecimento do vínculo com as escolas é o mais importante e é o que vai garantir a permanência desses alunos no ambiente escolar**” (Kosachenco, 2021, *online*, grifo nosso).

Na reportagem 2, o foco parece ser mais na quantidade de possibilidades do que na descrição aprofundada de

uma em específico, olhando seus diferentes lados. Nesse sentido, a segunda recomendação também não é atendida. Quanto a evidências, neste caso, são as falas de especialistas e não dados ou documentos, por exemplo. O que, de certa forma, também pode ser justificado pela falta de parâmetro e de experiência: como avaliar se medidas recém-executadas, em uma situação nova e emergencial, vão surtir o melhor efeito? Aqui é possível entender que a terceira recomendação foi pelo menos parcialmente atendida.

A quarta recomendação citada (**oferecer não apenas inspiração, mas insights que outros podem usar**) é negligenciada, na reportagem 1, quando aspas imprecisas de uma das fontes são reportadas: “**Há muito trabalho qualificado no país e no Rio Grande do Sul**. Agora, se de um lado tem **muita boa vontade**, não raras vezes faltam recursos materiais. **Os municípios precisam alocar verbas na educação**” (Kosachenco, 2021, *online*, grifo nosso). Trechos como este podem deixar o leitor sem base para refletir sobre como a sociedade pode funcionar melhor em relação àquele assunto.

Por outro lado, na reportagem 2, esse parece ser o critério mais seguido na medida em que são apresentadas as soluções que diferentes lugares encontraram para lidar com as aulas em 2021. Esse trecho exemplifica a argumentação: “As turmas seriam **divididas pela metade** e cada grupo **se revezaria em sala de aula a cada semana ou intervalo de dias definido pela escola. A lotação seria, portanto, de no máximo 50% da sala de aula, com distanciamento** entre as cadeiras” (Justino, 2021, *online*, grifo nosso). Embora com limitações (a serem explicadas na sequência), isso permite ao leitor perceber que há formas de agir diante do problema em questão e possibilita a ele comparar e refletir sobre os caminhos descritos tendo em perspectiva a realidade em que vive.

Como último componente desta breve análise descritiva, pode-se identificar que a quinta recomendação da *Solutions Journalism Network* mencionada neste artigo (**discutir o que não está funcionando na abordagem**) é pelo menos parcialmente atendida na reportagem 1. A publicação, em certa medida, mostra as limitações de outras abordagens do problema, como as dificuldades financeiras citadas na fala já mencionada anteriormente. No entanto, quanto às respostas para o problema apresentadas na própria reportagem, não chegam a ser citados os riscos ou as contingências que podem envolver.

O mesmo ocorre em relação à reportagem 2. Nela, são apresentadas as alternativas vislumbradas, algumas ainda não postas em prática, mas sem detalhes sobre sua efetividade e seus limites – o que,

de certa maneira, também pode deixar o público com dúvidas sobre o caminho mais recomendado.

Considerações finais

Postulamos, ao encerrar uma reflexão inicial sobre o tema, que aproximar a prática do conhecimento sobre o jornalismo “é buscar formas de estabelecer diálogos [...] menos dissonantes entre o saber e o fazer na esperança de que [...] possa [...] contribuir para o esclarecimento do mundo” (Berger, 2010, p. 24-25). Ao atender a esse chamado, as percepções obtidas se dividem em duas instâncias: a primeira mais prescritiva, localizada em iniciativas e protocolos de jornalismo de soluções no exterior – como a *Solutions Journalism Network* (Learning Lab, [ca. 2021]a) – e nas diretrizes que Marta Gleich (2021, informação oral) define para o seu exercício no Grupo RBS; outra, em relação à sua prática propriamente dita, representada na breve análise descritiva de duas reportagens do portal GZH.

Na primeira instância, destacamos o esforço de iniciativas empreendidas em torno do jornalismo de soluções como movimentos no sentido da percepção da necessidade de uma **mediação qualificada** como alternativa de enfrentamento à crise do jornalismo. Isso denota avanço da fase mais instintiva de reação a uma fase mais reflexiva, que reconhece a crise e visa a enfrentá-la por meio de posturas frente aos acontecimentos que favoreçam a produção de conhecimento específico sobre o presente (Oliveira, 2019). E, ainda como hipótese, desse movimento pode decorrer o reconhecimento do público quanto à legitimidade da função de mediação, elevando também os índices de credibilidade.

Gleich (2021, informação oral) elenca como consequências da adoção da iniciativa no Grupo RBS no estágio que se encontrava no momento da entrevista: um certo estranhamento do leitor sobre a abordagem focada na solução de problemas; crescimento do engajamento do público; e um aumento do leque de fontes. Em relação à queda de credibilidade da imprensa, ela entende a iniciativa como um antídoto por mostrar que há um

comprometimento com soluções para problemas sociais. E acredita que a conjuntura ajudou a reduzir a crise neste aspecto: “A pandemia trouxe fôlego para o jornalismo e a retomada da credibilidade. Quanto mais *fake news* tem, mais o jornalismo cresce em seu valor” (Gleich, 2021, informação oral). Uma pesquisa realizada pela empresa em maio de 2021 para avaliar a percepção dos assinantes ajuda a confirmar o cenário: de 1.851 respondentes, 64% já haviam lido reportagens que focavam em soluções e 68% consideravam a prática importante.

Quanto às reportagens analisadas em GZH, a prática do jornalismo de soluções, no momento em que foi realizada esta pesquisa, é compreendida como incipiente. Nota-se que a etiqueta que identifica as reportagens da categoria é atribuída a publicações que têm diferenças marcantes entre si no que se refere a seguir as recomendações de como compor uma narrativa de jornalismo de soluções. Assim, enquanto a definição de jornalismo de soluções – apresentada na etiqueta – parece bem estabelecida, percebe-se a ausência de um certo padrão na prática. Talvez até pelo fato de ainda não ter sido estabelecido um manual até aquele momento, como mencionou Gleich (2021, informação oral).

Com a ressalva de que a entrevista e a análise das duas reportagens ajudam a ter uma percepção apenas inicial sobre o cenário, entende-se, então, que a iniciativa se coloca ainda preponderantemente como *marketing* (no sentido do que representa no relacionamento com o público), já que mostra que a empresa está interessada em atender às demandas do leitor e deixar o conteúdo mais atraente, sem, necessariamente, estar bem estruturada (com um manual, por exemplo). Esse cenário poderia ser considerado, em metáfora inspirada no contrato de leitura (Benetti, 2008), como mera revisão da “ementa”.

Uma mudança mais estrutural, que altere “cláusulas” que estabelecem o ofício do jornalismo, passando pelo escrutínio e não apenas a circulação das informações na esfera pública, depende ainda da sistematização de processos e práticas ao encontro do que propõe Genro Filho (1989), ao advogar o jornalismo como forma de conhecimento, perspectiva cuja premissa é a intervenção fundamental do campo na construção social da realidade.

Referências

- ACHOR, S.; GIELAN, M. 2015. Consuming Negative News Can Make You Less Effective at Work. Disponível em: <https://hbr.org/2015/09/consuming-negative-news-can-make-you-less-effective-at-work>. Acesso em: 17/07/2021.
- BAUMEISTER, R.; BRATSLAVSKY, E.; FINKENAUER, C.; VOHS, K. 2001. Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4): 323-370. Disponível em: <http://assets.csom.umn.edu/assets/71516.pdf>. Acesso em: 17/07/2021.
- BENETTI, M. 2008. O jornalismo como gênero discursivo. *Galáxia*, 8(15): 13-28.
- BERGER, C. 2010. O conhecimento do jornalismo no círculo hermenêutico. *Brazilian Journalism Research*, 6(2): 17-25. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/14/14>. Acesso em: 17/07/2021.
- CARRO, R. 2020. Brazil. 2020. Disponível em: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/>. Acesso em: 17/07/2021.
- CARRO, R. 2021. Brazil. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/brazil>. Acesso em: 17/07/2021.
- CHRISTOFOLETTI, R. 2019. *A crise do jornalismo tem solução?*. Edição Kindle, Barueri, Estação das Letras e Cores.
- COSTA, A. 2019. *O imaginário do jornalismo: fundamentos epistemológicos para uma crise simbólica*. Porto Alegre, RS. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 234 p. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/194535/001094204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 17/07/2021.
- CURRY, A.; HAMMONDS, K. 2014. *Solutions journalism*. Disponível em: <https://mediaengagement.org/research/solutions-journalism/>. Acesso em: 17/07/2021.
- FRANCISCATO, C. 2005. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão, Editora UFS/ Fundação Oviedo Teixeira.
- FRANCISCATO, C. 2018. A produção de conhecimento no jornalismo: transformações e renovações do cenário contemporâneo. In: Encontro Anual da Compós, XXVII, Belo Horizonte, 2018. *Anais da Compós*.
- GENRO FILHO, A. 1989. *O segredo da Pirâmide*. Porto Alegre, Tchê.
- GLEICH, M. 2021. *O jornalismo de soluções no Grupo RBS*. Virtual. Entrevista concedida a Carolina Pastl e Isadora Garcia, através da plataforma Microsoft Teams.
- HABERMAS, J. 2003. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 2. ed., Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- HAUSER, V. 2017. *A práxis das redações em contexto de crise: continuidades e rupturas no jornalismo*. Tese de doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 206 p.
- JACKSON, J. 2016. *Publishing the Positive: Exploring the motivations for and the consequences of reading solutions-focused journalism*. Reino Unido. Master's dissertation. University of East London, 44 p.
- JUSTINO, G. 2021. Volta às aulas presenciais: conheça iniciativas no Brasil e no mundo para o retorno às escolas. GZH. Educação e Trabalho. Online, 4 fev. Disponível em: <https://GZH.clicrbs.com.br/educacao-e-emprego/noticia/2021/02/volta-as-aulas-presenciais-conheca-iniciativas-no-brasil-e-no-mundo-para-o-retorno-as-escolas-ckkref6sh006r017w2v1uso4e.html>. Acesso em: 27/07/2021.
- KOSACHENCO, C. 2021. Unicef recomenda abertura segura de escolas e busca ativa de alunos afastados. GZH. Educação e Trabalho. Online, 29 abr. Disponível em: <https://GZH.clicrbs.com.br/educacao-e-emprego/noticia/2021/04/unicef-recomenda-abertura-segura-de-escolas-e-busca-ativa-de-alunos-afastados-cko39x-qxr0086018mkd9xo886.html>. Acesso em: 27/07/2021.
- LAB, LEARNING. [ca. 2021]a. Como Sei que é Jornalismo de Soluções?. Disponível em: <https://learninglab.solutions-journalism.org/pt/courses/basic-toolkit/introduction/how-do-i-know-its-solutions-journalism>. Acesso em: 16/08/2021.
- LAB, LEARNING. [ca. 2021]b. Como Sei Que Não É Jornalismo de Soluções?. Disponível em: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/pt/courses/basic-toolkit/introduction/how-do-i-know-its-not-solutions-journalism>. Acesso em: 16/08/2021.
- LEVINE, G. 1977. “Learned Helplessness” and the Evening News. *Journal of Communication*, 27(4): 100-105.
- LIMA, E. 2019. Jornalismo literário e jornalismo de soluções: proposta de diálogo para fertilização mútua. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17º, Goiânia, 2019. *Anais da SBPJor*. Online. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2044/1162>. Acesso em: 17/07/2021.
- LISBOA, S.; BENETTI, M. 2015. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, 11(2): 10-29. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/666>. Acesso em: 17/07/2021.

- LISBOA, S.; BENETTI, M. 2017. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, **14**(1): 51-62. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/172693/001060319.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 17/07/2021.
- LÜCKMAN, A. 2018. O discurso da crise e uma reflexão sobre sua pertinência nos Estudos de Jornalismo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 16º, São Paulo, 2018. *Anais da SBPJor*. Online. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1411/672>. Acesso em: 17/07/2021.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1997. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, UFRJ.
- ODDO, M. 2015. Território, jornalismo e credibilidade: influências territoriais da digitalização dos meios na crise do jornalismo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 13º, Campo Grande, 2015. *Anais da SBPJor*. Online. Disponível em: <https://conferencias.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/view/4606/1016>. Acesso em: 17/07/2021.
- OLIVEIRA, F. M. de. **La semiosis de la noticia: Movimientos sociales en red y crisis del periodismo**. Barcelona: Editorial UOC, 2018.
- _____. Da crise à mediação qualificada: apontamentos a partir da #VazaJato como cibercontecimento jornalístico. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2019, Goiânia. *Anais da SBPJor*, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://bityli.com/Qegbg>. Acesso em: 17 jul. 2021.
- OLIVEIRA, F.; STEFENON, E.; OZORIO, J. A crise em 20 anos: reflexões sobre a mediação qualificada como estratégia de enfrentamento à luz do GT Estudos de Jornalismo da Compós (2000-2019). In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2020. *Anais da SBPJor*, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://bityli.com/mUEmU>. Acesso em: 17 jul. 2021.
- OLLIVIER, B. 2008. Medios y mediaciones. *Anthropos*, **219**: 121-131.
- QUÉRÉ, L. 2005. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, **6**: 59-76.
- RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. 2021. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter. *Contracampo: Brazilian journal of communication*, **40**(1): 1-17. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611/28708>. Acesso em: 17/07/2021.
- SANTAELLA, L. 2008. *A Teoria Geral dos Signos: como as linguagens significam as coisas*. ed?, São Paulo, Cengage Learning.
- SLOVIC, P.; FISCHHOFF, B.; LICHTENSTEIN, S. 1982. Why study risk perception?. *Risk analysis*, **2**(2): 83-93.
- SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. 2021. Who We Are. Disponível em: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>. Acesso em: 17/07/2021.
- SOUZA, M. 2017. *Jornalismo de soluções: Um caminho possível*. 2017. Porto Alegre, RS. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 81 p. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/177692/001063353.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 07/01/2022.
- SOUZA, R. 2017. Pós-verdade, jornalismo e a credibilidade em perigo: o mercado de notícias falsas e as consequências para o jornalismo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40º, Curitiba, 2017. *Anais da Intercom*. Online. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1636-1.pdf>. Acesso em: 17/07/2021.