

TELEVISÃO, NOVOS MEIOS E DIVERSIDADE

SÓNIA DE SÁ,

HAHISA MUGNAINI

INÊS SALVADOR

FRANCISCO MERINO

[EDS.]

TELEVISÃO, NOVOS MEIOS E DIVERSIDADE

SÓNIA DE SÁ,
HAHISA MUGNAINI
INÊS SALVADOR
FRANCISCO MERINO
[EDS.]

Ficha Técnica

Título

Televisão, Novos Meios e Diversidade

Editores

Sónia de Sá, Hahisa Mugnaini, Inês Salvador
e Francisco Merino

Editora Labcom

www.labcom.ubi.pt

Coleção

Livros de Comunicação

Direção

Gisela Gonçalves

Design Gráfico

Cristina Lopes e Sara Pedrais

Capa

Cristina Lopes e Thaís Longaray

ISBN

978-989-9229-73-0 (papel)

978-989-9229-74-7 (pdf)

Dep. Legal

570333/26

Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama
6201-001 Covilhã
Portugal
www.ubi.pt

Covilhã, 2026



© 2026, Sónia de Sá, Haphisa Mugnaini, Inês Salvador e Francisco Merino.
© 2026, Universidade da Beira Interior.
O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.

Índice

Introdução	11
Sónia de Sá, Hahisa Mugnaini, Inês Salvador & Francisco Merino	
PARTE 1 - TELEVISÃO, JORNALISMO E ESPAÇO PÚBLICO	15
Entre a ecologia da atenção e a economia da emoção	17
Sónia de Sá	
<i>Breaking news</i> e linguagem jornalística: a cobertura da rtp ao ataque a Donald Trump	39
José António Pereira & Aline Grupillo	
ARTV: a política nacional mediatizada e mediada	67
Jaime Lourenço & Carlos Pedro Dias	
Representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro: uma revisão sistemática da literatura (2000-2024)	83
Rafael Rodrigues Pereira	
Jornalismo de Brechas na TV: um conceito em construção	111
Juliana Ângela Lapenda Figueiroa	
Quantas mulheres estão no centro da roda? Uma análise da presença de mulheres como entrevistadas no programa Roda Viva.	139
Rodrigo de Castro Resende	
PARTE 2 - TELEVISÃO, FICÇÃO E NARRATIVA	155
A geração de conteúdos audiovisuais para plataformas de streaming a partir da Inteligência Artificial: uma análise das séries Sweet Tooth (Netflix - 2021-2024) e The Last of Us (HBO - 2023)	157
Juliana Fernandes Teixeira & Cristiane Portela de Carvalho	

Além do arco-íris: desconstruindo estereótipos e redefinindo identidades nas séries contemporâneas	179
Daniel Souza	
Personagens com deficiência nas telenovelas portuguesas: representatividade, representações e percepções sociais	209
Inês Salvador	
Análise do jornalismo colaborativo no conflito em Gaza no Jornal Nacional	233
Paulo Cajazeira	
PARTE 3 - TELEVISÃO, DIVERSIDADE E INCLUSÃO	249
Imagens testemunhais da violência urbana e os dilemas da autoridade jornalística profissional na televisão brasileira	251
Aline Grupillo & Marco Roxo	
"A televisão é tudo que temos": envelhecimento e consumo mediático na covilhã	275
Elizângela Carvalho Noronha	
Jornalismo sob ataque: misoginia e liberdade de imprensa na América Latina	295
Haphisa Souza Mugnaini & Branco Di Fátima	
Pode o jornalista 'dar voz a quem não tem'? Um estudo de caso sobre as tentativas do jornalismo de representar o outro	309
Gustavo Ramos Schwabe	
PARTE 4 - PLATFORMISATION AND DIGITAL IDENTITIES	333
Gendered narratives in iranian children TV program: feminist perspectives on gender representation	335
Marzieh Ghavidel Darestani & Mohammad Mahdi Rahmati	

Women's rights in news media narratives of war: the case of Syrian War	355
Athina Simatou	
We're all born naked and the rest is drag: divas da subversão social a favor da diversidade performática de gênero nas mídias digitais	397
Raffael Almeida, Cida de Sousa & Juliana Teixeira	

Introdução

A televisão, enquanto meio central da modernidade mediática, atravessa um dos seus momentos mais complexos e, possivelmente, mais férteis. Longe de desaparecer com o surgimento das plataformas digitais, reconfigura-se, hibridiza-se e reinscreve-se num cenário marcado pela convergência tecnológica, pela fragmentação das audiências e pela intensificação das disputas simbólicas em torno da visibilidade, da representação e da diversidade. É neste contexto de transformação que se insere a presente obra, intitulada “Televisão, Novos Meios e Diversidade”.

O livro parte do pressuposto de que a televisão continua a desempenhar um papel estruturante na construção do espaço público, mesmo quando deixa de ocupar uma posição central e exclusiva. Ao interagir com os novos meios, como as redes sociais, plataformas de *streaming*, ambientes algorítmicos e a inteligência artificial (IA), a televisão amplia as suas formas de produção narrativa, os seus regimes de atenção e os seus impactos socioculturais. Esta transição implica novas formas de mediação, novas hierarquias de visibilidade e novas tensões entre informação, entretenimento, emoção e poder.

A diversidade, entendida de forma ampla, como diversidade cultural, social, política, identitária e simbólica, constitui o eixo transversal que atravessa todos os capítulos deste volume. Num cenário mediático marcado por desigualdades persistentes, discursos polarizados e disputas em torno da representação, os estudos aqui reunidos interrogam o papel da televisão e dos novos meios na construção ou desconstrução de narrativas inclusivas, plurais e democraticamente relevantes.

A obra está organizada em quatro partes principais, que refletem diferentes dimensões desta problemática.

A *Parte I – Televisão, Jornalismo e Espaço Público* reúne investigações que analisam o papel do jornalismo televisivo num ambiente marcado pela aceleração informativa, pela competição pela atenção e pela crescente emotividade do discurso. Os textos exploram temas como a ecologia da atenção, o impacto das lógicas de notícias de última hora, a mediatização da política, as representações identitárias e os limites éticos do jornalismo televisivo na atualidade. Ao fazê-lo, evidenciam as tensões entre o serviço público e o mercado, a informação e o espetáculo, a reflexão e o impacto emocional.

A *Parte II – Televisão, Ficção e Narrativa*, centra-se nos produtos ficcionais e nos novos formatos narrativos, dedicando especial atenção às plataformas de *streaming* e às transformações estéticas e ideológicas por elas introduzidas. Os capítulos analisam a construção de identidades, a representação da diversidade, o papel da IA na criação audiovisual e a reconfiguração das narrativas clássicas, demonstrando como a ficção televisiva se tornou um espaço privilegiado de negociação cultural e simbólica.

A *Parte III – Televisão, Diversidade e Inclusão*, aprofunda a reflexão sobre a forma como a televisão representa ou silencia determinados grupos sociais. Questões como o envelhecimento, o género, a violência, o discurso de ódio, a autoridade jornalística e a representação do “Outro” são abordadas a partir de perspetivas críticas que evidenciam o papel dos média na legitimação ou contestação das desigualdades sociais. Esta secção reforça a ideia de que a televisão continua a ser um espaço de disputa simbólica fundamental para a democracia.

Por fim, a *Parte IV – Platformisation and digital identities*, desloca o olhar para o contexto transnacional e digital, explorando as dinâmicas de género, identidade e poder em ambientes mediados por plataformas. Os textos aqui reunidos analisam narrativas de guerra, representações femininas e expressões performativas de género, ou seja, como os novos meios reconfiguram as formas de subjetivação, visibilidade e resistência cultural.

No seu conjunto, este livro, que surge na sequência da 4.^a edição da Conferência “TV e Novos Meios”, realizada na Universidade da Beira Interior, em parceria com o Labcom – Laboratório de Comunicação e a Sopcom, propõe uma leitura crítica e interdisciplinar da televisão contemporânea, entendida como espaço de produção de sentidos, afetos e relações sociais. Ao relacionar a televisão, os novos meios e a diversidade, os capítulos aqui reunidos demonstram que o debate sobre os média é, como salientamos, um debate sobre democracia, cidadania e justiça simbólica.

PARTE 1

TELEVISÃO, JORNALISMO E ESPAÇO PÚBLICO

ENTRE A ECOLOGIA DA ATENÇÃO E A ECONOMIA DA EMOÇÃO

Sónia de Sá

Resumo: O artigo analisa as estratégias audiovisuais da RTP Notícias e da SIC Notícias no Instagram, a partir dos conceitos de economia e ecologia da atenção de Yves Citton. Por via da análise de 120 publicações, investiga-se como os dois canais estruturam regimes distintos de atenção e emoção nas redes sociais. Os resultados mostram que a RTP privilegia uma atenção reflexiva, associada ao silêncio e ao vagar, enquanto a SIC enfatiza a atenção ressonante, sustentada na emoção e no ritmo acelerado. Conclui-se que as emissoras representam modos contrastantes de gestão da atenção no jornalismo social digital português.

Palavras-chave: economia da atenção; jornalismo audiovisual; emoção; Instagram.

Abstract: This article analyzes the audiovisual strategies of RTP Notícias and SIC Notícias on Instagram, based on Yves Citton's concepts of attention economy and ecology. Through the analysis of 120 posts, it investigates how the two channels structure different regimes of attention and emotion on social media. The results show that RTP favors reflective attention, associated with silence and wandering, while SIC emphasizes resonant attention, sustained by emotion and fast pace. It is concluded that the broadcasters represent contrasting modes of attention management in Portuguese digital journalism.

Keywords: attention economy; audiovisual journalism; emotion; Instagram.

Introdução

Este é o tempo em que a atenção se tornou um dos recursos mais disputados do espaço público. O excesso de estímulos, a aceleração informativa e a convergência entre ecrãs e redes transformaram a atenção num bem escasso e mercantilizado. A televisão, longe de desaparecer, tem vindo a adaptar-se a este novo regime da atenção económica, expandindo-se para plataformas digitais e redes sociais, espaços onde o valor da visibilidade depende da capacidade de captar e manter o olhar da/o utilizador/a.

Assim, a economia da atenção surge como um quadro conceptual fundamental para compreender as dinâmicas de mediação e receção contemporâneas. Encontramos em Yves Citton (2014) esta leitura ecológica da atenção, entendendo-a não apenas como um recurso económico, mas como um bem comum, cuja gestão ética e sustentável é essencial à vida democrática. O autor distingue entre diferentes modos de atenção, a vigilante, reflexiva e ressonante, que podem ser observados nas práticas mediáticas e nos comportamentos do público.

O presente artigo aplica este modelo teórico à análise das contas de Instagram da RTP Notícias e da SIC Notícias, dois canais que representam polos distintos do panorama televisivo português: o serviço público e um dos canais privados. O objetivo é compreender de que forma cada um constrói regimes/estruturas de atenção e emoção no espaço desta rede social, articulando a linguagem audiovisual televisiva com as lógicas próprias também do Instagram, desde a instantaneidade, fragmentação ao estímulo contínuo.

Ao cruzar a teoria da atenção de Citton (2014,2017) com a semiótica das paixões de Greimas e Fontanille (1993), procura-se identificar como o discurso mediático mobiliza afetos e emoções, convertendo-os em estratégias de visibilidade e envolvimento. Argumentamos, portanto, que, enquanto a RTP se aproxima de uma atenção reflexiva, mais próxima do ideal de ecologia da atenção, a SIC tende a privilegiar uma atenção ressonante, centrada na emoção e na dispersão sensorial.

A análise pretende, assim, contribuir para o debate sobre a responsabilidade dos média na construção de espaços de atenção equilibrados e democráticos, capazes de resistir à lógica de saturação e de promover uma cidadania mediática mais crítica e consciente.

A economia e a ecologia da atenção: do capitalismo mental à sustentabilidade cognitiva

Nas últimas décadas, a atenção tornou-se um dos conceitos-chave para compreender as transformações do capitalismo cognitivo e mediático. O filósofo Yves Citton (2014) propõe que vivemos hoje num regime de ‘capitalismo mental’, em que a atenção humana se converteu em recurso económico, social e simbólico. Tal como a energia sustentou o capitalismo industrial, a atenção alimenta o capitalismo informacional, funcionando como o combustível invisível de todas as trocas mediáticas e digitais (Citton, 2014; Kolesnikova, 2019).

Autores como Georg Franck (2018) e Van Krieken (2018) descrevem esse processo como uma forma de capitalismo da atenção, em que o reconhecimento público, a visibilidade e o tempo de exposição são convertidos em capital. A atenção, tal como o dinheiro, é acumulável e transferível, o que permite que se reproduza numa lógica de autorreferência e competição. Esta equivalência simbólica transforma o olhar humano num bem transacionável, sujeito às mesmas dinâmicas de escassez e valor de mercado.

Citton (2014) critica esta mercantilização do olhar, argumentando que a atenção não é apenas uma faculdade individual, mas uma prática coletiva que molda o tecido comum da vida social. No seu livro *Pour une écologie de l'attention*, o autor desloca a metáfora económica para uma metáfora ecológica, defendendo que a atenção deve ser entendida como um ecossistema cognitivo vivo, interdependente e vulnerável. Cuidar da atenção significa, portanto, criar condições de habitabilidade mental e afetiva num ambiente saturado de estímulos e ruído mediático.

Esta dimensão ecológica tem sido aprofundada por várias leituras contemporâneas. Desde logo, Vandsø (2023) que analisa o silêncio como componente fundamental da ecologia da atenção, entendendo-o como o ‘fundo sonoro’ da batalha pela escuta. O silêncio não é ausência, mas espaço de resistência e de regeneração perceptiva, mas sim um intervalo necessário à recomposição do sujeito face à sobrecarga sensorial do capitalismo mediático.

De la Torre, Pérez-Verdugo e Barandiaran (2025) alargam esta discussão ao domínio da neurociência e da inteligência artificial, mostrando como a economia da atenção está a ser apropriada por modelos de aprendizagem automática que replicam e amplificam a lógica tecnopolítica da captação de foco. Para os autores, compreender a atenção hoje implica articular as dimensões cognitivas, tecnológicas e políticas do olhar, numa tarefa que convoca tanto a filosofia como as ciências da computação. E da comunicação, acrescentamos (Bonacho, et al, 2022; Sá, 2021).

No plano cultural, Ganteau (2022) destaca a importância da ‘poética e ética da atenção’, observando como a literatura e as narrativas contemporâneas propõem modos alternativos de resistir à economia da distração. Estas práticas estéticas inscrevem-se numa micropolítica do sentir e do imaginar que desafia o insustentável do presente (Read, 2016).

Esta crítica, inspirada no pensamento de Citton, aproxima-se de uma ética da atenção que atravessa da filosofia e a estética, a psicologia e a comunicação. Ao introduzir a noção de ecologia, o autor propõe uma deslocação da economia do impacto para uma ecologia do cuidado, no qual a escuta, a pausa e a relação com o outro são formas de resistência ao ruído mediático e à captura algorítmica.

Estas reflexões revelam-se particularmente pertinentes no campo dos média audiovisuais e do jornalismo televisivo. Como demonstram Tassi (2018) e Carlini et al. (2024), a transição da economia do contacto para a economia da atenção – e desta para a economia da emoção – redefine o modo como a informação é produzida, distribuída e recebida.

Por isso, Cushion (2022) sublinha que os média públicos continuam a desempenhar um papel fundamental na criação de ambientes informativos distintos, baseados em valores de confiança, credibilidade e serviço cívico. Este dilema entre sustentabilidade financeira e pluralidade mediática, entre emoção e informação é central para compreender as tensões da televisão portuguesa contemporânea.

A partir de Citton e dos autores aqui revisitados, torna-se possível pensar o sistema mediático português como um campo de atenção em disputa, de diferentes modos de olhar e de sentir. De um lado, o regime de atenção ressonante e emocional, orientado para o impacto imediato, e do outro, o regime de atenção reflexiva e pública, comprometido com a deliberação democrática. É neste interstício que a análise da RTP e da SIC, desenvolvida neste artigo, se inscreve, entre a economia e a ecologia da atenção, entre a captura e o cuidado.

A semiótica das paixões e a economia da emoção: Greimas, Fontanille e o apelo afetivo nas narrativas mediáticas

A teoria da semiótica das paixões, desenvolvida por Algirdas Julien Greimas e posteriormente expandida por Jacques Fontanille, oferece um enquadramento decisivo para compreender como as emoções são produzidas, representadas e comunicadas nos textos e nas práticas mediáticas. Com efeito, as paixões não são estados psicológicos internos, mas construções discursivas que emergem da relação entre sujeito e objeto de valor (Greimas & Fontanille, 1993). As emoções são, portanto, efeitos de sentido que se manifestam através de formas linguísticas, visuais e rítmicas, organizando-se em torno de intensidades, variações e durações (Le Huenen, 2006; Nöth, 2022).

Fontanille amplia esta abordagem ao introduzir a noção de tensividade, conceito que descreve as variações de energia afetiva presentes nos textos. A emoção é entendida como um movimento, uma oscilação entre o excesso e a ausência, o que permite reconhecer as dinâmicas rítmicas e somáticas

que atravessam o discurso (Biglari, 2017). Esta perspectiva incorpora o esquema canónico das paixões, composto por dimensões modais, somáticas, perceptivas e figurativas, que possibilitam descrever como o texto mobiliza o corpo e a sensibilidade do leitor ou espectador (Fontanille, 2003).

A semiótica das paixões contribui, assim, para o entendimento da economia da emoção, conceito que designa a circulação social e mediática dos afetos. Como observa Almeida (2024), as emoções nos média não são apenas experiências individuais, mas também recursos simbólicos ao serviço de interesses sociais e económico-financeiros. As práticas mediáticas contemporâneas convertem as emoções em dispositivos de ligação, visibilidade e fidelização, transformando a afetividade numa forma de capital.

Esta lógica tem sido particularmente visível no jornalismo televisivo português, que tem vindo a incorporar estratégias narrativas de dramatização e empatia. Peixinho e Santos (2021) demonstram como a hibridização dos géneros jornalísticos, entre reportagem e *storytelling*, produz efeitos de autenticidade emocional que favorecem a identificação do público. A emoção torna-se um operador discursivo que legitima a proximidade e reforça a credibilidade da narrativa (Sá, 2019, 2015).

Nas redes sociais, e especialmente no Instagram, esta economia da emoção é amplificada pela dimensão visual e interativa. Brigas, Gonçalves, Marques e Gonçalves (2023) observam que o formato de *reels* e vídeos curtos nas contas noticiosas da RTP e da SIC potencia um regime de atenção baseado na afetividade instantânea. A combinação entre imagem, texto e som cria microdispositivos de envolvimento sensorial, em que a emoção é o principal vetor de retenção e circulação.

Durante a pandemia da COVID-19, vários estudos mostraram como as emoções dominaram o discurso mediático digital. Oliveira et al. (2022) identificaram uma prevalência de tristeza, incerteza e negatividade nas redes sociais portuguesas, associadas ao medo e à desconfiança institucional. De modo semelhante, Oliveira e Azevedo (2021) perceberam que as emoções

de controvérsia e indignação foram amplamente exploradas pelos meios de comunicação em linha, alimentando uma economia afetiva de reações rápidas e polarizadas.

No plano da comunicação política, Aparicio, De Sequeira e Costa (2021) analisaram o discurso emocional dos partidos portugueses no Twitter durante o mesmo período, concluindo que as estratégias de envolvimento afetivo foram decisivas para o aumento da visibilidade digital. Esta tendência confirma o papel das emoções como mediadores cognitivos e ideológicos na esfera pública contemporânea.

Do ponto de vista metodológico, Feng e Qi (2014) introduzem o conceito de prosódia emocional como ferramenta analítica da construção dinâmica das emoções nas narrativas audiovisuais. Esta abordagem social semiótica permite compreender como elementos como o ritmo, a entoação e a montagem contribuem para o impacto emocional das histórias, sendo particularmente relevante para a análise televisiva.

Em síntese, a semiótica das paixões oferece um instrumento teórico para compreender a forma como o jornalismo televisivo e o jornalismo digital português, nomeadamente nas plataformas da RTP e da SIC, constroem regimes afetivos de atenção. As notícias deixam de ser apenas enunciados informativos para se tornarem experiências mais intensamente sensoriais e emocionais, nas quais a empatia e a identificação substituem, muitas vezes, a distância crítica. Ao integrar a análise das paixões com a economia da emoção, é possível compreender como os média portugueses participam num regime híbrido de atenção e afeto, em que o impacto visual e o vínculo emocional se tornaram indicadores de sucesso e legitimidade comunicacional.

Estudo empírico

A adaptação do jornalismo televisivo português para os espaços digitais e, no caso, para o Instagram, tem obrigada a reconfigurar as formas de produção e receção da informação. Num ambiente mediático saturado, num tempo de

informação ubíqua, em que a atenção se converte em capital (Citton, 2014), a televisão enfrenta o desafio de manter a sua relevância social no meio destas novas linguagens e dispositivos mais ou menos razoáveis.

Este estudo parte da seguinte pergunta de investigação: De que modo os canais noticiosos portugueses RTP e a SIC, com *ethos* dissemelhantes, constroem normas potencialmente distintas de atenção nas suas práticas audiovisuais no Instagram?

A partir desta questão central, o trabalho propõe-se atingir os seguintes objetivos específicos: i) Analisar as estratégias de produção audiovisual e discursiva das contas oficiais da RTP e da SIC no Instagram. ii) Identificar os modos de atenção – reflexiva, ressonante, vigilante – e as modalidades afetivas – empatia, indignação, esperança, melancolia – predominantes à luz da teoria da ecologia da atenção (Citton, 2014; 2017) e da semiótica das paixões (Greimas & Fontanille, 1993).

O estudo adota uma abordagem qualitativa e interpretativa, inspirada na análise semiótica no campo das ciências da comunicação. A metodologia articula-se em três níveis:

técnico-formal (características audiovisuais e estruturais das publicações), semiótico-discursivo (centrado nas categorias de economia da atenção) e político-afetivo, que aborda a funções das narrativas mediáticas criadas.

O corpus é constituído por 120 publicações – 60 da RTP e 60 da SIC – recolhidas entre janeiro e março de 2025 nas contas oficiais de Instagram de ambos os canais. A amostra foi selecionada segundo os seguintes critérios de inclusão: presença audiovisual; pertinência jornalística; equilíbrio entre formatos (tempo e ação); e acessibilidade pública. Foram excluídas publicações meramente promocionais, anúncios comerciais e conteúdos sem relevância informativa. A recolha foi efetuada manualmente, com captura de ecrã, registo de metadados (data, duração, número de interações) e transcrição das legendas e descrições. Os dados foram organizados num quadro de análise em Excel e processados qualitativamente em função das categorias teóricas.

A análise foi orientada por uma grelha de categorias elaborada a partir das obras de Yves Citton de Greimas e Fontanille anteriormente abordadas e analisadas e foram definidos os seguintes eixos de observação:

Modo de atenção: tipo de relação cognitiva o conteúdo e a exposição do mesmo por parte da/o espectador/a – reflexiva, ressonante ou vigilante; emoção predominante evocada – empatia, indignação, esperança ou melancolia; estrutura visual e sonora da narrativa –

montagem, voz, enquadramento, legendagem; e participação digital: grau de envolvimento – comentários, partilhas, respostas. Estas categorias foram operacionalizadas em indicadores observáveis e aplicadas a todas as publicações analisadas.

A investigação decorreu em três fases complementares: 1) Descritivo contextual: levantamento das características formais das publicações; 2) Categorização discursiva: identificação e codificação das categorias segundo a grelha analítica; e 3) Interpretação teórica: leitura dos resultados à luz dos conceitos de economia e ecologia da atenção (Citton) e semiótica das paixões (Greimas e Fontanille).

Resultados

Tabela 1. Caracterização geral do corpus

Canal	Número total	Formato predominante	Frequência semanal	Duração média	Interações médias
RTP	60	Reels informativos e testemunhais	3–4	42 segundos	4.500
SIC	60	Reels informativos e testemunhais	5–6	38 segundos	10.200

Fonte: autor/a

A RTP apresenta um padrão de publicação regular, com forte presença de conteúdos informativos e educativos/formativos. A SIC evidencia uma frequência mais elevada e uma preferência por formatos híbridos que combinam informação com elementos de entretenimento e emoção visual.

Tabela 2. Categorias

Categoria	Definição operacional	Indicadores observáveis	Exemplos (RTP / SIC)
Modo de atenção	Tipo de relação cognitiva e emocional mobilizada	Ritmo, duração, densidade textual, sonoridade	RTP – atenção reflexiva; SIC – atenção ressonante
Modalidade afetiva	Emoção dominante evocada	Tom de voz, expressões, música, cor	RTP – empatia; SIC – indignação
Dispositivo narrativo	Estrutura visual e discursiva	Enquadramento, montagem, legendagem	RTP – institucional; SIC – impacto
Interação digital	Grau e tipo de envolvimento do público	Comentários, partilhas, hashtags	RTP – discursivo; SIC – reativo
Função / enquadramento discursivo	Posicionamento cívico ou ideológico	Enquadramento, apelo à reflexão ou emoção	RTP – serviço público; SIC – dramatização

Fonte: autor/a

Tabela 3. Distribuição dos modos de atenção e emoção (n = 120)

Canal	Atenção reflexiva	Atenção ressonante	Atenção vigilante	Emoção empática	Emoção indignada	Emoção esperançosa	Emoção melancólica
RTP	34	18	8	26	10	14	10
SIC	12	38	10	22	28	6	4

Fonte: autor/a

Análise

Os resultados revelam dois modelos distintos de gestão da atenção e da emoção.

A RTP privilegia um formato de atenção reflexiva, sustentado na lentidão, na contenção emocional e na valorização do testemunho contido. O uso do silêncio, da pausa e da fala pausada contribui para criar um ambiente de escuta e confiança. Esta estratégia coincide com a ecologia da atenção proposta por Citton (2014), que defende práticas mediáticas sustentáveis e resistentes à hiperestimulação digital.

As publicações da RTP constroem uma estética da calma, que favorece o processamento cognitivo e a empatia ponderada. A emoção é modulada pela racionalidade e pelo valor público da informação, que se aproxima do que Vandsø (2023) designa como ‘micropolítica do silêncio’, uma ética da presença atenta e da mediação.

Já a SIC desloca predominantemente uma atenção ressonante (Citton, 2017), caracterizada pelo ritmo rápido, pela musicalidade e pela intensidade afetiva. A emoção indignada e a empatia performativa dominam as narrativas, reforçando a identificação imediata com o público. O impacto visual e a aceleração narrativa favorecem a circulação e o envolvimento instantâneo, mas produzem uma atenção fragmentada e efémera (muito própria do contexto de consumo nesta rede digital). Com efeito, as emoções tornam-se ferramentas de visibilidade e fidelização (Almeida, 2024). Este modelo reproduz a lógica do capitalismo mental (Citton, 2014; Kolesnikova, 2019), ou seja, emoção é convertida em valor económico-financeiro.

A análise semiótica evidencia ainda diferenças no dispositivo narrativo: A RTP recorre a planos fixos, cores neutras e música discreta, privilegiando a densidade informativa e a sobriedade, enquanto a SIC aposta em cores vibrantes, cortes rápidos e música envolvente, ampliando a carga sensorial.

No plano das interações, a SIC obtém números significativamente superiores de *likes* e comentários, mas a RTP apresenta um padrão discursivo mais

argumentativo e menos reativo. Assim, percebemos, a quantidade de atenção não corresponde necessariamente à qualidade da escuta (Citton, 2017).

Em síntese, a RTP constrói uma ecologia da atenção, enquanto a SIC representa uma economia da emoção. A primeira enfatiza o cuidado, a segunda o impacto.

Discussão

A análise empírica das publicações da RTP e da SIC no Instagram revela duas formas distintas, mas interligadas, de operar a atenção e a emoção no jornalismo audiovisual português contemporâneo. Estas formas correspondem, conceptualmente, a dois regimes mediáticos: o da ecologia da atenção, orientado para o cuidado e a escuta, e o da economia da emoção, orientado para o impacto e a circulação, como enquadrado pela teoria e sustentado pelos resultados ora trabalhados.

Esta dualidade não é apenas técnica ou estilística, mais uma dualidade de opções, ou seja, uma centrada na formação cívica e na mediação reflexiva (RTP), outra orientada para a performance afetiva e o reconhecimento imediato (SIC). A análise confirma que, nesta contemporaneidade, a atenção tornou-se o principal capital simbólico e a emoção, o seu veículo de valorização (Citton, 2014; Franck, 1998; Almeida, 2024).

Entre o cuidado e a captura: duas ecologias da atenção

A RTP apresenta um padrão discursivo que corresponde ao que Citton (2014, 2017) designa como atenção reflexiva: uma forma de relação cognitiva que procura criar espaços de pensamento, pausa e compreensão. As publicações analisadas evidenciam moderação sonora, ritmo lento e enquadramentos fixos - dispositivos que, segundo Vandsø (2023), produzem uma espécie de lógica da distração generalizada.

Ora, esta escolha estética e ética está em sintonia com a missão de serviço público da RTP, que historicamente se define pela credibilidade e pela

construção de confiança. O silêncio, a pausa e a sobriedade discursiva convertem-se em estratégias de resistência cognitiva, ou até de disfunção. O que está em questão é mais do que a transmissão de informação, mas a possibilidade de uma escuta ativa e de uma atenção partilhada e participada (Citton, 2014).

Em contrapartida, a SIC adota um regime de atenção ressonante, termo usado por Citton (2017) para descrever as formas de atenção imediata e emocionalmente amplificadas pelas lógicas de mercado, já que as publicações são dominadas por cores saturadas, cortes rápidos, trilhas sonoras emotivas e discursos marcados por indignação, empatia performativa ou humor. Esta estrutura discursiva reflete o que Almeida (2024) chama de economia da emoção, um sistema de produção simbólica que converte afetos em valor mediático. Na SIC, a emoção funciona como operador de visibilidade, que tem como função criar amplificação algorítmica.

Ambos os modelos, contudo, coexistem e revelam dimensões complementares do atual capitalismo cognitivo. A RTP representa a tentativa de sustentar a atenção, talvez porque continua assente no seu cariz de canal público de TV, enquanto a SIC recrudesce nas opções de captá-la. Esta tensão entre cuidado e captura, reflexão e impacto pode constituir um dos eixos mais significativos da comunicação mediática contemporânea (Citton, 2014; van Krieken, 2019).

A emoção como estrutura e estratégia narrativa

A análise semiótica das publicações confirma que as emoções não surgem como efeitos colaterais, mas como estruturas organizadoras do discurso. De acordo com a semiótica das paixões (Greimas & Fontanille, 1993), o texto mediático constrói afetos por meio de tensões, ritmos e intensidades. No caso da RTP, a emoção dominante é a empatia cognitiva: o sujeito do discurso procura compreender antes de sentir. Na SIC, a sequência inverte-se: sente-se primeiro, compreende-se depois. A RTP mobiliza um regime afetivo de esperança e confiança, frequentemente associado à

dimensão do testemunho e à narrativa de superação. Já a SIC aposta em emoções indignadas e compassivas, que favorecem a adesão imediata e o envolvimento coletivo.

Esta diferença remete para dois modelos de modulação da tensão, pensando em Fontanille (2003), 1) a RTP privilegia a tensão baixa e durativa, que sustenta uma atenção contínua; 2) a SIC privilegia a tensão alta e breve, que produz impacto imediato e consumo acelerado. Ambos os modos, claro está, revelam uma sofisticada compreensão do papel da emoção na cultura digital. A emoção não é apenas um adorno expressivo, mas um dispositivo de intermediação simbólica, que organiza a forma como o público se liga às mensagens mediáticas (Biglari, 2017; Nöth, 2022).

A pausa como resistência mediática

Um dos resultados mais relevantes diz respeito ao uso estratégico do silêncio na RTP, identificado em mais de 40% das publicações analisadas. Este silêncio não deve ser entendido como ausência de conteúdo, mas como ato expressivo e político (Vandsø, 2023). No cenário mediática atual, o silêncio converte-se em gesto de recusa, como que numa forma de ‘desintoxicação sensorial’. Ao suspender o fluxo sonoro e visual, a RTP cria condições de atenção mais densas e reflexivas. Esse gesto traduz o que Citton (2014) descreve como atenção ecológica: uma atenção que não visa o controlo do olhar, mas o cuidado com o olhar do outro.

A SIC, pelo contrário, constrói a sua eficácia comunicativa a partir da saturação sonora e cromática, reforçando o ritmo do consumo digital contemporâneo. O som constante e as cores intensas funcionam como estímulos destinados a impedir a dispersão da/o espectador/a. Esta estética de ‘não silêncio’ é coerente com o que De la Torre, Pérez-Verdugo e Barandiaran (2025) identificam como ‘tecnopolítica da atenção’, um sistema onde a sobrecarga sensorial substitui a argumentação racional.

Deste contraste resulta uma oposição estrutural: o silêncio como forma de resistência e espaço de alento cognitivo (RTP); e o ruído como mecanismo de captura e aceleração (SIC).

O ethos da televisão pública e privada

A análise comparativa reforça a importância da televisão pública enquanto espaço de diferenciação informativa. Cushion (2022) sublinha que os serviços públicos de média mantêm uma relação qualitativamente distinta com a informação política e cívica, pautada pela credibilidade e pelo compromisso democrático. No caso da RTP, essa diferença manifesta-se na escolha deliberada por uma estética da clareza e pela ausência de sensacionalismo. A credibilidade é construída visualmente, através da estabilidade da câmara, pela neutralidade cromática, pela ausência de ruído, e discursivamente, através da moderação e da explicação contextual. A SIC, enquanto emissora privada, responde às dinâmicas de mercado que Carlini et al. (2024) associam à necessidade de visibilidade contínua. O seu discurso procura o efeito de presença e a adesão emocional rápida. Tal como refere Almeida (2024), as emoções servem aqui como catalisadores de envolvimento/engajamento e de fidelização.

Este confronto ilustra a coexistência de dois modelos de sustentabilidade mediática ou de ethos distintos: o da atenção pública, que procura prolongar o tempo de escuta e reflexão (RTP); e o modelo da atenção mercantil, que visa maximizar o alcance e a emoção partilhada (SIC).

Ambos respondem a desafios distintos da esfera digital, mas evidenciam uma convergência inevitável: a integração das emoções como forma de capital simbólico.

Voltemos aos resultados que mostram que 56% das publicações da RTP se inscrevem na categoria de atenção reflexiva, enquanto 63% das publicações da SIC correspondem a atenção ressonante. Esta discrepância é confirmada pelos padrões afetivos dominantes: a empatia na RTP e a indignação na SIC.

E esta distinção ecoa a oposição entre dois regimes culturais descritos por Citton (2017): o regime da ressonância, característico das redes sociais, que privilegia a emoção rápida e a reação instantânea, e o regime da reflexão, que valoriza a lentidão e a construção coletiva de sentido.

No Instagram, ambas as formas coexistem e se influenciam mutuamente. O público oscila entre a necessidade de sentir e a necessidade de compreender. Assim, as plataformas digitais tornam-se espaços híbridos onde se negociam novas formas de cidadania emocional, numa espécie rivalidade entre a compreensão e de manipulação.

Este estudo sugere que o jornalismo audiovisual português vive um momento de redefinição entre a dispersão digital e o regresso à escuta. A televisão, ao adaptar-se ao ambiente das redes sociais, arrisca perder parte da sua densidade cognitiva (se assumirmos ter existido), mas também adquire novas formas de presença sensível.

Esta constatação confirma a pertinência de uma leitura atualizada dos média que passa por compreender o jornalismo não apenas como transmissor de conteúdos, mas como agente de lugares de cognição e afetividade (Citton, 2014; Ganteau, 2022).

Conclusões

A análise desenvolvida ao longo deste estudo permitiu compreender que o jornalismo televisivo português, ao migrar para o espaço digital do Instagram, tende a reconfigurar as suas práticas, ainda que sem consistência.

Os resultados apontam para a coexistência de dois regimes distintos de atenção e emoção: um centrado na ecologia da atenção e outro ancorado na economia da emoção. A RTP, enquanto serviço público, representa o espaço da atenção reflexiva, mesmo na rede social Instagram, sustentada na lentidão, no silêncio e na ética do cuidado comunicativo. Através de narrativas ponderadas e de um ritmo visual e sonoro contido, constrói-se uma estética da escuta e da confiança, que resiste à lógica da dispersão. Esta estratégia

traduz a preocupação com a sustentabilidade cognitiva e afetiva do olhar, aproximando-se do ideal de ‘atenção ecológica, defendido por Citton (2014, 2017).

A SIC, em contraste, corporiza o regime da atenção ressonante, característico do capitalismo mediático contemporâneo. As suas publicações privilegiam o impacto emocional, a aceleração narrativa e a amplificação sensorial. Este modelo confirma a observação de Almeida (2024) sobre a transformação das emoções em capital simbólico e mediático, na qual a empatia e a indignação convertem-se em instrumentos de visibilidade e fidelização.

Do ponto de vista teórico, o estudo demonstrou a relevância de integrar a ecologia da atenção (Citton) com a semiótica das paixões (Greimas & Fontanille), evidenciando que a comunicação mediática contemporânea é tanto um espaço cognitivo como afetivo.

Os afetos não são meros subprodutos do discurso, mas componentes estruturais da narrativa e da receção. Tal como mostram Greimas e Fontanille (1993), as paixões organizam o sentido e produzem formas de ligação entre sujeito e mundo.

O contraste entre a RTP e a SIC reflete, portanto, um modo de mediação simbólica baseado na escuta e outro na estimulação permanente. A televisão pública atua como guardiã de uma atenção partilhada e ética; a privada, como motor de uma emoção circulante e mercantil. Ambas, contudo, participam da mesma metamorfose da informação em experiência sensorial e emocional.

Esta investigação confirma que o desafio contemporâneo dos média não é apenas captar a atenção, mas cuidar dela. O que está em causa é a possibilidade de preservar um espaço público de deliberação e de escuta num ambiente mediático saturado. Assim, o jornalismo português enfrenta uma dupla exigência: manter o rigor informativo e, simultaneamente, responder à lógica emocional das plataformas.

Em termos práticos e éticos, a noção de ecologia da atenção oferece um horizonte de ação para repensar o papel do serviço público na era digital, sustemos, um jornalismo que escute antes de reagir, que privilegie a complexidade em vez do ruído, e que reconheça que a atenção é um bem comum, não uma mercadoria.

Por fim, o estudo sugere três linhas de investigação futura: alargar o corpus a outras plataformas e a outros géneros jornalísticos, incorporar metodologias de receção e etnografia digital e explorar as implicações políticas e educativas da ecologia da atenção como paradigma de sustentabilidade mediática.

Em suma, compreender o jornalismo português à luz da ecologia da atenção e da semiótica das paixões permite repensar o lugar da televisão como prática de cuidado cognitivo e de construção de laços afetivos.

Referências

- Almeida, A. (2024). Praising pop emotions: Media emotions serving social interests. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03210-2>
- Aparicio, J. T., De Sequeira, J. S., & Costa, C. J. (2021). Emotion analysis of Portuguese political parties' communication over the COVID-19 pandemic. In *Proceedings of the Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*. IEEE.
- Biglari, A. (2017). La sémiotique des passions: hier, aujourd'hui, demain [The semiotics of the passions: Yesterday, today, tomorrow]. *Semiotica*, 201-217. <https://doi.org/10.1515/sem-2017-0076>
- Bonacho, F., Martins, A. F., Santos, H. C., Marôpo, L., Bonixe, L., & Sá, S. (2022). Reading the world: Journalism, communication, and I. *The Journal of Media Literacy*, 12–22. Disponível em <https://ic4ml.org/journal-article/reading-the-world-journalism-communication-and-i/>

- Brigas, J., Gonçalves, F., Marques, H., & Gonçalves, J. (2023). Impact of short videos on digital journalism in social media. *Revista de Ciências Sociais*, 29, 8, 45–63.
- Carlini, R., Cádima, F. R., Flynn, R., & Kalbhenn, J. C. (2024). Media viability vs. market plurality: A comparative perspective. In *Media Pluralism in the Digital Era: Legal, Economic, Social, and Political Lessons Learnt from Europe* (pp. 45–72). Springer.
- Citton, Y. (2014). Pour une écologie de l'attention. Paris: Seuil.
- Citton, Y. (2012). Renverser l'insoutenable. Paris: Seuil.
- Citton, Y. (2017). Médiarchie. Paris: Seuil.
- Cushion, S. (2022). Are public service media distinctive from the market? Interpreting the political information environments of BBC and commercial news in the United Kingdom. *European Journal of Communication*, 37(5), 514–530. <https://doi.org/10.1177/02673231211012149>
- De la Torre, P. G., Pérez-Verdugo, M., & Barandiaran, X. E. (2025). Attention is all they need: Cognitive science and the (techno)political economy of attention in humans and machines. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.06478>
- Feng, D., & Qi, Y. (2014). Emotion prosody and viewer engagement in film narrative: A social semiotic approach. *Narrative Inquiry*, 24(2), 233–256. <https://doi.org/10.1075/ni.24.2.09fen>
- Fontanille, J., & Greimas, A. J. (1993). Sémiotique des passions: Des états de choses aux états d'âme. Paris: Seuil.
- Franck, G. (2018). The economy of attention. *Journal of Sociology*, 55(1), 8–19. <https://doi.org/10.1177/1440783318811777>
- Greimas, A. J. (2012). *Du Sens I. Essais Semiotiques*. Paris: Seuil.
- Kolesnikova, D. A. (2019). The economy of attention in the age of mental capitalism. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta: Filosofii i Konfliktologii*, 35(4), 521–537. <https://doi.org/10.21638/SPBU17.2019.403>

- Le Huenen, R. (2006). Paris School Semiotics. In *Encyclopedia of Language & Linguistics* (2nd ed., pp. 422–425). Amsterdam: Elsevier. DOI:10.1016/B0-08-044854-2/01435-8
- Nöth, W. (2022). Semiotic conceptions of emotion. In J. Panksepp & D. Pecher (Eds.), *Language and Emotion: An International Handbook* (pp. 45–61). Berlin: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110347524-016>
- Oliveira, L., Silva, P., Mesquita, A., & Oliveira, A. (2022). Sadness, negativity, and uncertainty in education during COVID-19 on social media. *International Journal of Online Pedagogy and Course Design*, 12(4), 67–82. <https://doi.org/10.4018/IJOPCD.2022010103>
- Oliveira, L., & Azevedo, J. (2021). Profiling media outlets and audiences on Facebook: COVID-19 coverage, emotions and controversy. In *Proceedings of WEBIST – International Conference on Web Information Systems and Technologies* (pp. 112–120). SciTePress. DOI: 10.5220/0010717400003058
- Peixinho, A. T. Santos, T. A. (2021). Hibridismo e Gêneros Jornalísticos: análise de uma ‘reportagem-folhetim’. *Media e Jornalismo*, 21(39), 55–75. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_3
- Read, J. (2016). Under pressure: A review of Renverser l’insoutenable by Yves Citton. *Historical Materialism*, 24(2), 197–205. DOI:10.1163/1569206X-12341465
- Sá, S. (2015). O espectador em alta definição. In *A televisão ubíqua* (pp. 145–167). Covilhã, Portugal: Livros LabCom.
- Sá, S. (2019). *Jornalismo integrador: O noticiário televisivo na era da abundância informativa*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom.
- Sá, S. (2021, setembro). Youngsters participation within media environments: Covilhã’s Gulbenkian Knowledge Academy. In *European Communication Conference (ECREA)*. Braga, Portugal: ECREA.
- Tassi, P. (2018). Media: From the contact economy to the attention economy. *International Journal of Arts Management*, 20(3), 65–78.

- Van Krieken, R. (2018). Georg Franck's "The economy of attention": Mental capitalism and the struggle for attention. *Journal of Sociology*, 55(1), 3–17. DOI: 10.1177/1440783318803997
- Vandsø, A. (2023). Silence! The background of attention as a battleground. *The Nordic Journal of Aesthetics*, 32(67), 5–21. <https://doi.org/10.7146/nja.v32i65-66.140098>

BREAKING NEWS E LINGUAGEM JORNALÍSTICA: A COBERTURA DA RTP AO ATAQUE A DONALD TRUMP

José António Pereira

/Universidade da Beira Interior

Aline Grupillo¹

/Instituto Politécnico de Bragança

Resumo: Pressionado pelo imediatismo, o jornalismo televisivo procura priorizar a emissão de notícias de última hora, capazes de atrair audiência. O ataque ao então candidato do Partido Republicano dos EUA, Donald Trump, em julho de 2024, pode ser apontado como exemplo deste fenómeno, uma vez que desencadeou uma cobertura jornalística imediata, explicada pela relevância do contexto eleitoral e pela dimensão mediática do “político-celebridade”, mas centrada mais no potencial imagético do que no conteúdo informativo. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar a linguagem jornalística utilizada na cobertura do acontecimento, a fim de perceber em que medida se adapta e é moldada pelas fontes oficiais e pelos discursos políticos no dia do ataque e nos dias seguintes. Para isso, utiliza-se, como procedimento metodológico, a análise de conteúdo ao jornal televisivo “24 horas”, da RTP, a televisão pública portuguesa, no período compreendido entre 13 e 18 de julho. A investigação indica uma intensa variação na linguagem que, além de ser ajustada em função das informações divulgadas pelas fontes oficiais, tende a acompanhar a apropriação político-partidária do caso.

Palavras-Chave: Linguagem jornalística; política; RTP1; televisão pública; Trump

1. Doutora em Comunicação. Instituto Politécnico de Bragança. Professora Adjunta da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo (EsACT-IPB). alinechagas@ipb.pt

Abstract Pressured by immediacy, television journalism seeks to prioritize the broadcast of *breaking news*, capable of attracting an audience. The attack on then-candidate of the US Republican Party, Donald Trump, in July 2024, can be pointed out as an example of this phenomenon, as it triggered immediate journalistic coverage, explained by the relevance of the electoral context and the media dimension of the “political-celebrity”, but focused more on the imagetic potential than on the informative content. Therefore, the objective of this work is to analyze the journalistic language used in covering the event, in order to understand to what extent it adapts and is shaped by official sources and political speeches on the day of the attack and in the following days. To this end, the methodological procedure used was content analysis of the television newspaper “24 Horas”, from RTP, portuguese public television, in the period between July 13th and 18th. The investigation indicates an intense variation in language which, in addition to being adjusted according to information released by official sources, tends to follow the political-partisan appropriation of the event.

Keywords: Journalistic language; politics; RTP1; public television; Trump

Introdução

*As americans go to the polls,
their choices have ramifications of the world.*

As implicações para a comunidade global decorrentes de umas eleições presidenciais norte-americanas suscitam um acompanhamento jornalístico permanente, tendo em conta o elevado valor-notícia (Wolf, 1999) que, por norma, as define. Deste modo, o excerto retirado do *The Global Impact of the 2024 U.S. Presidential election*, relatório internacional organizado pelo *Center for Strategic and International Studies*, sintetiza os efeitos daquilo que acontece nos EUA para o restante do mundo².

O ataque a Donald Trump, a 13 de julho de 2024, na Pensilvânia, ocorreu num contexto de alta polarização política dos Estados Unidos da América.

2. Disponível em <https://tinyurl.com/4ap3try4>. Acesso 23/01/25.

Por ter acontecido num comício, em plena campanha eleitoral, alvo de especial atenção mediática, teve eco internacional, com projeção a nível mundial, uma vez que a figura política de Donald Trump atrai a comunicação social com relativa facilidade tendo em conta o perfil imprevisível e o cargo que estava em disputa. Estávamos, à data, perante uma figura política que, além de ser ex-presidente norte-americano, se apresentava como candidato republicano à Casa Branca. Sousa (2000, p. 205) defende que os conteúdos dos “mass media” produzem efeitos “pessoais, sociais, ideológicos e culturais que têm um impacto no próprio sistema de meios”, ideia corroborada por Devereux (2013) que defende que os conteúdos mediáticos atuam como uma poderosa fonte de significado social. Por essa razão, o ataque a Trump teve um significado político ainda mais decisivo quando o apoio democrata parecia desmoronar ao redor de Joe Biden (Cancryn et al., 2024), que acabou por desistir da candidatura dias depois do ataque, também na sequência das fragilidades que lhe foram apontadas nos últimos tempos de campanha (Zurcher, 2024).

O imediatismo que o advento tecnológico veio trazer à forma como se produzem conteúdos jornalísticos, em particular na televisão, fez com que um evento ganhe eco mundial num breve espaço de tempo. Se, por um lado, o jornalismo procura reafirmar o papel de relevância ao garantir-se como um bem de cariz público, pertinente, por outro lado, os riscos da falta de verificação podem pôr em causa os seus padrões de qualidade:

O ciclo de notícias 24 horas por dia, 7 dias por semana, impulsionado pelas plataformas digitais, deixa pouco espaço para a verificação de factos ou para reportagens de investigação aprofundadas, que tradicionalmente sustentam a excelência jornalística. (Swaroop 2024, p. 69)

A partir desta linha de raciocínio, esta investigação parte da seguinte questão: Como evoluiu a linguagem da RTP perante o ataque a Donald Trump? Trata-se de um questionamento importante, pois o seu foco incide sobre a estação de TV pública portuguesa, tendo como objeto de análise específica o noticiário “24 horas”. O jornal televisivo encerra o dia de emissões

informativas e, não raramente, consegue trazer os temas que farão parte da agenda pública nos dias seguintes, o que demonstra a sua relevância. Além disso, embora o peso do imediatismo sobre a produção de notícias seja objeto de preocupação nos estudos de jornalismo, a abordagem desta problemática a nível nacional ainda é um campo a ser explorado.

O principal objetivo da investigação consiste na discussão das implicações do imediatismo na cobertura noticiosa televisiva e as chamadas *breaking news* (notícias de última hora), dedicando, para isto, um olhar atento à linguagem jornalística e ao peso dados às imagens testemunhais do ataque a Trump, sem esquecer o caráter mediático do então candidato, assente nas discussões sobre “político-celebridade” (Kellner, 2017).

Entre outros pontos, conclui-se que a cobertura do ataque a Donald Trump denota uma intensa variação de linguagem, num primeiro momento, estabilizada mais em função das informações divulgadas pelas fontes oficiais e pelas agências internacionais, que se sobrepuseram às outras fontes de notícia. Percebeu-se também um destaque praticamente nulo dado aos vídeos amadores, que costumam ser mais frequentes em coberturas de última hora (Palmer, 2012; Niekamp, 2011). Paralelamente, nota-se o esforço jornalístico para preservar a função de um serviço público na medida em que procura fazer o contraponto à tese de “herói” criada pela campanha republicana e aproveitada por outros líderes da mesma ideologia política de Donald Trump. A investigação sublinha, também, que, apesar do valor-notícia ter assegurado a relevância da cobertura, é preciso ampliar o debate sobre a linguagem mais adequada para as *breaking news*, identificando limites e riscos para o conjunto geral das informações veiculadas.

***Breaking news*: potencialidades e desafios para o jornalismo televisivo**

O desenvolvimento tecnológico alterou significativamente as rotinas jornalísticas e o modo com o público passou a consumir notícias. Ainda assim, os meios de comunicação tradicionais mantêm a sua relevância. No caso específico da televisão, parte dela está associada à emissão de acontecimentos

de última hora, em direto, e ao valor da imagem que, segundo Brasil (2012, p. 78) “faz a TV suplantar os outros veículos de comunicação”.

Sendo assim, a revolução digital dos últimos anos permitiu um acesso mais global à informação, o que alarga o alcance e o impacto do jornalismo (Swaroop, 2024, p. 73). A facilidade de cobrir determinado evento em direto, aliada às escolhas editoriais - que são, muitas vezes, o reafirmar do posicionamento dos órgãos de comunicação social - colocou o imediatismo como fator decisivo na lógica dos canais de notícias. “As notícias de última hora são vistas como excitantes, dramáticas, imprevisíveis e, acima de tudo, um marcador do valor das notícias” (Lewis & Cushion, 2009, p. 316).

Este exercício constante faz-se num equilíbrio que, se não for bem gerido, pode pôr em causa a credibilidade do papel dos jornalistas e do próprio jornalismo. De um lado, a cobertura em direto serve bem o interesse público (Tuggle & Huffman, 1999, p. 492), mas, de outro lado, a repetição de transmissões de notícias de última hora, assim como o excesso de diretos sobre determinado assunto, ancorados na facilidade tecnológica, podem ridicularizar o formato e causar a perda de interesse do público (Stănescu, 2015, p.82), tornando o jornalismo alvo de crítica e até percecionado como inútil aos olhos dos consumidores (Tuggle & Huffman, 1999, p. 492).

Acresce, a este dilema, o risco para o jornalismo, na medida em que a cobertura imediata pode pôr em causa o rigor a que a conduta jornalística deve obedecer:

Quando os jornalistas lidam com notícias de última hora, a velocidade com que devem reunir e relatar informações pode entrar em conflito com a rotina de objetividade que, na prática, envolve garantir o equilíbrio e a interpretação de fontes externas das histórias, em vez de oferecer a interpretação individual de uma história ou acontecimento. (Reynolds & Barnett, 2003, p. 691)

A cobertura televisiva em direto tende a envolver-se mais ativamente o público pelo ritmo, mas enfrenta vários riscos, nomeadamente, o facto

de a informação ser escassa e estar, na generalidade das vezes, totalmente por apurar quando as primeiras linhas das *breaking news* são lançadas na emissão, o que pode pôr em causa os padrões de qualidade e a ética das reportagens. Swaroop (2024, p. 68) sublinha que “com a pressão para publicar notícias de última hora rapidamente, muitas organizações noticiosas priorizam a velocidade em vez da minúcia, resultando em reportagens incompletas, imprecisas ou sensacionalistas”, um risco agravado pela proliferação de desinformação no ecossistema digital.

Deste modo, na televisão, as *breaking news* têm um alcance maior quanto maior for o valor-notícia, a força do acontecimento e as imagens a ele associadas. Para Kellner (2017, p. 76), “estes espetáculos assumem uma forma narrativa e tornam-se focos de atenção durante um período temporal e histórico específico, que pode durar apenas alguns dias, ou podem vir a dominar as notícias e informações por longos períodos de tempo”. O ataque a Donald Trump pode ser enquadrado no interior desta discussão, pois deu-se num momento histórico, o que obrigou alterações editoriais, já que “a informação é valorizada e categorizada em função do seu presumível valor noticioso.” (Ekström et al., 2021, p. 188).

Para a duração das *breaking news* são determinantes as imagens que configuram uma espécie de autoridade moral, intelectual e pessoal que valoriza a transmissão dos acontecimentos (Weaver, 1993). Em muitos casos, as notícias de última hora estruturam-se e contam-se, em televisão, a partir de vídeos testemunhais, enviados por meio da colaboração do público ou retirados das plataformas digitais pelos jornalistas. Na maior parte das vezes, essas imagens auxiliam os jornalistas na contestação de certas versões oferecidas, inclusive pelas fontes oficiais (Chagas, 2024).

No caso específico do ataque a Donald Trump, as primeiras imagens enviadas às redações de televisão foram captadas por agências internacionais, o que, na nossa visão, em nada altera o carácter flagrante e, por isso mesmo, apresenta alto valor noticioso.

Trump, personalização da política e o “político-celebridade”

“A ascensão de celebridades que se tornaram políticos tornou-se mais possível e provável devido a alterações nos sistemas de mídia, sistemas políticos e cultura política” (Boydston & Lawrence, 2020, p. 2). A inserção de celebridades na esfera política e a transformação de políticos em celebridades foi objeto de estudo de Drake e Higgins (2006), que também tentaram distinguir conceitualmente estas duas categorias de agentes político-sociais. Assim, termos como “celebridade política” e “político celebridade” aparecem na tentativa de diferenciar performances e compreender em que medida esses agentes adquirem o *status* de produto de consumo cultural e mediático³. Os autores utilizaram duas personalidades bastante conhecidas internacionalmente como exemplo: o vocalista da banda U2, Bono, e o ator norte-americano Arnold Schwarzenegger.

Bono é visto como uma figura pública que, ao longo da carreira, utilizou o *status* de celebridade, a sua influência e álbuns da banda para chamar a atenção para causas políticas e relacionadas aos direitos humanos. Diferentemente de Bono, Arnold Schwarzenegger é visto como alguém que usa a fama para obter ou manter um cargo político. O ator foi governador da Califórnia e é filiado ao mesmo partido de Donald Trump. Deste modo,

Bono é aquele que indica claramente a sua independência, mas influência sobre a esfera política (...) apoiando e criticando simultaneamente o New Labor. Schwarzenegger, ao referir-se constantemente ao seu passado como estrela de cinema, molda a sua performance de tal forma que as suas ações e políticas são justificadas pela convicção, força e alta visibilidade da sua persona de herói de ação no ecrã. (Drake e Higgins, 2006, p. 99)⁴

Couto (2019, p. 62) defende que a hiperpersonalização da política é uma tendência dos sistemas presidenciais e apresenta trajetória ascendente nas democracias parlamentares, explicando ainda que:

3. Tradução nossa dos termos em inglês “political celebrity” e “celebrity politician”.

4. Tradução nossa.

Os políticos-celebridade são uma categoria mais recente e que está ligada não só à proliferação e impacto dos media na sociedade, mas também a um crescente desencanto com os partidos políticos e uma evidente personalização da política. (Couto, 2019, p. 25)

Por sua vez, Street (2019, p. 3) distingue dois tipos de político-celebridade: 1) o aspirante a ator político que adotou técnicas de celebridade; e 2) a celebridade que se envolveu na política, mas não aspirou a cargos ou responsabilidades políticas. A título de exemplo, o Presidente da República de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, corresponde às características do primeiro tipo de político-celebridade. Após a atividade de ex-líder partidário, Marcelo Rebelo de Sousa construiu, durante décadas, através do comentário televisivo, uma proximidade com os cidadãos que lhe permitiu alargar poderes no exercício das funções (Couto, 2019, p. 248).

Em sentido contrário, é no segundo tipo de político-celebridade que Street enquadra Donald Trump: figura cujas aventuras na política “derivaram ou dependeram da fama e da notoriedade que adquiriu” (Street, 2019, p. 4), algo similar ao ocorrido com Arnold Schwarzenegger. Ao longo da carreira, Trump participou em filmes, séries e programas televisivos, interpretando ou brincando com a imagem de magnatas, ampliando, assim, a sua popularidade. Apesar disso, Street (2019, p. 5) defende que Trump não tem uma preocupação em ser visto, em primeira instância, como político:

É uma verdade quase universalmente reconhecida que ele não é um “político”, seja porque não cumpre os padrões esperados de um representante democrático, seja porque não expressa qualquer desejo de ser tal figura.

Nesta perspetiva, a personalidade extravagante e a imprevisibilidade de Donald Trump, tanto no que diz respeito à própria personalidade (Turner & Kaarbo, 2022), quanto à influência que tem no campo das Relações Internacionais (Bentley & Lerner, 2021), coloca-o como uma figura central, em parte, pelo elevado valor-notícia que tais características podem oferecer. Além do mais, segundo Street (2019, p. 7), “as metáforas

e analogias dos jornalistas são uma parte significativa do fenómeno dos políticos-celebridade”.

A notoriedade que Donald Trump ganhou na televisão, muito antes de se apresentar com propósitos políticos, e o discurso antagónico (Carlson, 2018, p. 5) que adotou nos constantes ataques aos órgãos de comunicação social tradicionais em favor das redes sociais, fizeram dele um dos candidatos presidenciais mais invulgares dos tempos modernos (Nord et. al, 2017, p. 11). Kellner (2017, p. 83) explica que Trump é “a personificação das tendências para a política das celebridades e para a implosão da política e do entretenimento”. Isto porque à imagem de “herói”, Trump aliou uma mensagem eficaz para atrair um eleitorado descontente. “O discurso de campanha de Trump baseou-se numa reivindicação simples e imperiosa de ser uma voz autêntica e vernácula de si mesmo e, ao mesmo tempo, de ser a voz do povo.” (Montgomery, 2017, p. 18).

Boydston e Lawrence (2019) argumentam que a colisão entre a política impregnada de entretenimento e as práticas tradicionais do jornalismo trouxeram um dilema à imprensa que se revelou incapaz de cobrir a primeira campanha eleitoral de Trump de forma coerente. Nord, Mancini e Gerli (2017, p. 11) referem que, em comparação com Hillary Clinton, por exemplo, “as declarações controversas e os comportamentos foram muitas vezes enquadrados negativamente nos jornais europeus”. De todo o modo, a atenção mediática dada a Donald Trump revelou novos contornos depois das presidenciais de 2020, cujos resultados foram contestados pelo republicano, em ataques que “não tiveram precedentes na história americana e causaram graves danos à política americana.” (Pfiffner, 2021, p.118).

Metodologia

Para este trabalho, serão analisados os noticiários emitidos entre os dias 13 e 18 de julho de 2024, do “24 horas”, noticiário da Rádio e Televisão de Portugal (RTP), que além de ser um órgão de comunicação público, é o canal

de televisão mais antigo de Portugal, em antena com emissões regulares desde 1957.

Em termos metodológicos, este estudo baseia-se, em primeiro lugar, na análise de conteúdo, por ser este um método de investigação capaz de permitir “inferências a partir de dados verbais, pictóricos, simbólicos e de comunicação” (Krippendorff, 2018, p. 23). Foram analisados 2 horas e 40 minutos de emissão, no dia em que se registou o ataque a Donald Trump, além do tempo dedicado ao assunto nos dias seguintes. No total, em 11 horas e 30 minutos de emissão, foram analisadas 7 horas e 32 minutos, dedicadas aos acontecimentos na América.

A 13 de julho, o *24 horas* arrancou cinco minutos mais cedo e foi prolongado para além da duração prevista, sendo inteiramente dedicado ao ataque a Donald Trump. A 14 de julho, apesar da atenção dividida com o campeonato Europeu de Futebol, o jornal voltou a ser prolongado para acompanhar a declaração de Joe Biden ao país. A partir do dia 16, o tema passa a entrar na síntese do jornal e nota-se uma diminuição da importância e, consequentemente, do tempo de antena dedicado a Trump.

O estudo é complementado por entrevistas individuais em profundidade com três elementos do quadro da RTP, responsáveis pela produção e emissão do noticiário: a coordenadora, o editor-geral e o realizador. Conforme destaca Duarte (2005), a entrevista constitui uma técnica exploratória, empregada quando o objetivo é buscar informações, percepções e experiências pessoais que permitam analisá-las e interpretá-las. Para Stoke e Bergin (2006), a flexibilidade e a liberdade presentes nesta técnica oferecem as condições para os informadores expressarem as suas crenças e sentimentos sobre um determinado assunto, aprofundando, assim, a investigação.

As entrevistas foram realizadas presencialmente, no dia 25 de novembro de 2024, no Centro de Produção do Norte da RTP, em Vila Nova de Gaia, de onde é emitido o jornal televisivo “24 horas”. Apesar da autorização dada pelos entrevistados para o uso das gravações na elaboração de

trabalhos científicos, por se compreenderem as pressões relacionadas às práticas jornalísticas, optou-se por não os identificar. Nesta investigação, portanto, os entrevistados serão apresentados apenas como coordenadora, editor-geral e realizador. Os guiões das entrevistas são apresentados nas tabelas seguintes.

Guião de Entrevista à Coordenadora e ao Editor-Geral

1. Como é que se trabalha em direto sem grandes informações, no caso do ataque a Donald Trump?
 2. O que é que determinou a escolha do comentário na cobertura do ataque?
 3. Como é que a linguagem foi sendo adaptada, em função das fontes?
 4. Como se justifica a grande cobertura, cá, em Portugal, do ataque a Donald Trump, e mexidas na grelha informativa?
 5. Em que medida é que a cobertura de *breaking news* pode pôr em causa o jornalismo?
 6. Na televisão do imediato, tem havido alguma reflexão sobre a cobertura de *breaking news*?
-

Guião de Entrevista ao Realizador

1. No ataque a Donald Trump, vimos que ao contrário de outros *breaking news*, as imagens que foram para o ar são de agências, em detrimento de vídeos amadores. Isso joga a favor de uma cobertura mais rigorosa?
 2. Quando é que se toma a opção de dividir o ecrã com várias imagens em janelas diferentes?
 3. Em que medida é que a cobertura de *breaking news*, no caso de Donald Trump, pode pôr em causa o jornalismo?
 4. Como é que se trabalham *breaking news* em TV, do ponto de vista imagético, quando há imagem e escassez de informação?
 5. Quais os efeitos disso para o jornalismo público?
 6. A lógica comercial impera, até na TV pública, perante uma notícia de última hora?
 7. Na televisão do imediato, tem havido alguma reflexão sobre a cobertura de *breaking news*?
-

Análise descritiva: o impacto do ataque nos alinhamentos e grelha televisivos

O inesperado é, na generalidade das vezes, o pretexto para uma notícia de última hora. Ainda que seja possível preparar, por antecipação, alguns eventos com conteúdos informativos (biográficos, de enquadramento, entrevistas previamente gravadas, etc.) e isso seja uma prática das redações

– como servem de exemplo as mortes de monarcas ou de líderes políticos, no caso do ataque a Donald Trump a imprevisibilidade levou a um tratamento do assunto de raiz.

Perante as imagens do ataque recebidas em direto na redação, a equipa responsável pelo jornal televisivo “24 horas” (RTP) não teve dúvidas, do ponto de vista editorial, em abrir uma emissão de *breaking news* (Coordenadora, 2024; Editor-geral, 2024), quer pelo perfil de Donald Trump como ex-presidente norte-americano e candidato republicano, quer pelo impacto do evento no mundo, em plena campanha eleitoral. A relevância da representatividade de Donald Trump e dos EUA no cenário político mundial justificava a mudança no alinhamento, a notícia de última hora e a permanência da cobertura.

Estamos perante um antigo Presidente dos EUA que tinha recusado a derrota nas anteriores eleições. Estranhamente, para nós europeus e para o mundo ocidental, tirando os EUA, toda a gente achou estranho que fosse o escolhido nas internas dos republicanos para ser o candidato. De repente, havia grande expectativa para ver como ia correr, havia também já a provável desistência de Joe Biden. Portanto, *é óbvio que um atentado contra um Chefe de Estado é sempre importante e relevante. Tratando-se do país mais importante do mundo e de um candidato ao cargo mais importante do mundo, é óbvio que não se pode largar o assunto, não enquanto não estiver completamente esclarecido e enquanto houver informações para dar.* (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos]).

O facto do ataque ter acontecido ao início da noite, na Pensilvânia, num período de intenso fluxo informativo, nos Estados Unidos da América, justificou, em Portugal, a cobertura além do previsto, segundo os jornalistas da RTP. O “24 horas” do dia 13 de julho de 2024 arrancou mais cedo cinco minutos, imediatamente no final de um programa gravado que estava a ser emitido, e foi prolongado para lá da habitual hora de fecho. Apesar do consumo informativo cair depois da meia-noite, a diferença horária de 5 horas entre Lisboa e Washington DC justificou o prolongamento (Editor-geral, 2024). A emissão foi inteiramente dedicada ao ataque a Donald Trump e durou 2 horas e 40 minutos (23h55-02h35).

A presente investigação considera não só o ataque em concreto, como toda a atualidade relacionada com o evento, como serve de exemplo a Convenção Republicana que, de acordo com os jornalistas entrevistados, não teria tido a mesma repercussão em Portugal se Donald Trump não tivesse sido atingido por um tiro. Assim, foi possível observar, ao longo do período analisado, várias mexidas de grelha para se acomodar a cobertura da atualidade norte-americana em direto. Em situação normal, no período analisado, o “24 horas” teria tido 6 horas totais de emissão. Com os referidos ajustes, passaram a ser 11 horas e 30 minutos de emissão, sendo que desse tempo, 7 horas e 32 minutos foram dedicadas à atualidade norte-americana. Este facto demonstra a necessidade do canal de notícias se mostrar ágil, a fim de assegurar a sua importância:

Aqui os critérios são editoriais. O assunto transformou-se num assunto do momento e, portanto, não o devemos largar. Trump ia reaparecer em público na Convenção Republicana depois do tiro. Não apareceu no primeiro dia, portanto, havia uma série de fatores que estavam a concorrer para que fosse um assunto interessante. Ia, também, anunciar o nome do Vice-Presidente, portanto, ele já estava a cavalgar. Ninguém quer levar um tiro, mas, no caso dele, só tirou partido disso. (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos])

É importante sublinhar o peso não linear que o assunto foi tendo nos jornais, ao longo do período de análise, notando-se uma diminuição sequente do tempo de antena dedicado a Trump. No “24 horas” de 14 de julho, dividem-se as atenções com a final do campeonato Europeu de Futebol, que decorreu nesta noite (um dos tópicos que recolhe maior audiência e com força para abrir um jornal). Contudo, a atualidade norte-americana continuou a ocupar o espaço principal com “offs”⁵, “bocas”⁶, reportagens, comentários com especialistas em Relações Internacionais e diretos do local da Convenção Republicana. O jornal voltou a ser prolongado para acompanhar uma

5. Em televisão, um “off” é um texto inteiramente lido pelo pivot do jornal, acompanhado, quase na totalidade, por imagens referentes ao assunto em questão.

6. Na gíria televisiva, uma “boca” é o mesmo que um “vivo” ou “TH - Talking Head”. Corresponde à declaração de uma fonte.

declaração de Joe Biden ao país com análise de dois comentadores previamente convidados para o momento. O ataque ocupou 1 hora e 5 minutos do jornal com 1 hora e 30 minutos de duração.

A 15 de julho, a atualidade norte-americana volta a ser assunto de abertura, mas o destaque essencial é dado à Convenção Republicana. O telespectador assiste a uma abertura curta, de pouco mais de um minuto. O assunto é retomado mais adiante e já com outros ângulos para lá da Convenção. Além de reportagem, diretos e comentários, o bloco é composto pelas últimas informações sobre a investigação ao ataque, reação do governo português e ainda a declaração do Presidente do Brasil. O jornal desse dia também é prolongado meia hora mas com outros assuntos a comporem o alinhamento. No total, 25 minutos são dedicados à atualidade norte-americana.

A 16 de julho, o assunto ainda entra na síntese do jornal, mas já não é o escolhido para abrir. Os editores preferem destacar temas nacionais como o Debate do Estado da Nação, uma sondagem da RTP sobre o estado do país, ou as negociações sobre o Orçamento do Estado. O ataque a Donald Trump reaparece depois de 19 minutos de noticiário, ocupando 6 minutos de alinhamento, além de mais 2 minutos no fecho do jornal, durante o olhar de um comentador. A atualidade norte-americana está relacionada com a presença de Trump na Convenção Republicana e, por exemplo, com o pedido de desculpas de Joe Biden, por ter reconhecido que errou, ao ter dito que Donald Trump devia ser “um alvo”, dias antes do atentado.

A 17 de julho, a atualidade norte-americana não entra na síntese. A abertura é o teste positivo de Covid-19 de Joe Biden, seguida por um direto da Convenção Republicana que serve, em simultâneo, como o olhar de contexto que chega da América ao público português. O assunto é recuperado mais à frente, com reportagem e direto sobre a Convenção e a fechar o jornal, no comentário. Ao todo, são 12 minutos de atualidade norte-americana.

A 18 de julho, o assunto volta a entrar na síntese. A possível desistência de Joe Biden é a abertura, seguida de uma reportagem de contexto sobre os democratas que pediam a desistência ao então Presidente dos Estados

Unidos. Há ainda reportagem sobre a Convenção Republicana e a aceitação formal de J.D. Vance para ser candidato a vice-presidente de Trump, e um direto de Milwaukee, onde decorre o encontro republicano. O bloco, de 10 minutos, fecha com uma promoção à emissão especial da RTP3 para acompanhar o discurso de Donald Trump. Essa emissão começa às 2h30 e prolonga-se durante 2 horas e 50 minutos, tempo inteiramente dedicado à Convenção Republicana, com diretos do local e comentário de três especialistas em Relações Internacionais.

Os referidos alinhamentos e a interligação entre notícias relacionadas com o ataque dão força ao papel do jornalista como ator social na tarefa de estabelecer a agenda temática, dando maior atenção a um acontecimento em detrimento de outro, produzindo, assim, efeitos sociais (Brandão, 2021, p. 251).

A variação da linguagem em função das fontes oficiais

A análise de conteúdo dos noticiários descritos acima mostra, num primeiro momento, a intensa variação de linguagem na cobertura jornalística ao ataque a Donald Trump. Menos de uma hora depois do candidato republicano ter sido atingido na orelha, o “24 horas” arranca com a expressão “alegados sons de tiros” e uma descrição das imagens que tinham sido recolhidas pelas agências internacionais. A linguagem escolhida pelos jornalistas evidencia, já na abertura, uma falta de clareza sobre o ocorrido e a carência de explicações mais substanciais a serem passadas ao telespectador. Assim, percebem-se as assunções de dúvidas, quer do pivot, que usa expressões como “não se sabe, ainda” ou “o que sabemos nesta altura”, quer dos comentadores chamados à emissão.

Tínhamos de dizer aquilo que estávamos a ver e não avançar com qualquer suspeição, isso era a prioridade; e depois, também, conseguirmos algum especialista na matéria que nos pudesse de alguma forma avançar aquilo que poderia ter acontecido para conseguirmos segurar aquela breaking news. (Coordenadora, 2024 [sublinhados nossos])

Inicialmente, tratou-se, portanto, quase que de uma descrição das imagens do ocorrido, seguida de comentários que pudessem sustentar a permanência do assunto no noticiário. Sendo assim, a urgência revela um alinhamento jornalístico em aberto e em constante atualização. A partir das palavras da coordenadora, pode depreender-se que, à semelhança da maioria, a *breaking news* acabou por atender à necessidade da rapidez noticiosa em contraponto à falta de apuração e informação.

Temos logo as agências internacionais a disponibilizar alguma informação, temos de recorrer aos nossos comentadores e correspondentes para tentar não largar o assunto. *Quando se agarra um assunto destes, temos que o desenvolver, temos que tentar explicar o que é que estava a acontecer. Temos de ter o suporte da imagem em direto do local para segurar o tema.* Em termos de opção editorial, não se pode largar aquele tema.” (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos])

Apesar da falta de dados inicial, a própria relevância mediática da persona de Donald Trump facilitou o acesso a uma série de informações periféricas (Editor-geral, 2024) que foram utilizadas para “costurar” facto principal. Deste modo, o jornal permaneceu com linha aberta para qualquer intervenção relevante (Coordenadora, 2024), como aconteceu com a declaração de Joe Biden ou com as reações imediatas de líderes políticos nas redes sociais digitais.

Essa dinâmica explica, na emissão de 13 de julho, o porquê do pivot usar expressões como “ato”, “atentado” e “ataque”, à medida que os jornalistas vão recebendo informações de fontes oficiais como a Casa Branca ou Serviços Secretos. De certa forma, este aspeto revela uma dependência das fontes oficiais, apesar de se perceber um esforço no sentido de atribuir fontes à informação relevada, na gestão de um fluxo informativo que se mostrou de grande intensidade. Assim, o que começa com “alegados sons de tiros” acaba a ser tratado como “tentativa de assassinato”, expressão normalizada por uma declaração oficial e depois utilizada pela imprensa internacional (Editor-geral, 2024).

À medida que vai avançando o tempo, também vão surgindo novas informações. E é importante, também, de forma a não ser tão cansativo para o telespectador, irmos diversificando as fontes que vamos ouvindo e dessa forma também darmos tempo para conseguirmos dar novas informações que vão surgindo. (Coordenadora, 2024)

Importa sublinhar o alargado recurso a comentadores, alguns dos quais especialistas em Relações Internacionais. Na emissão do dia 13 de julho, além da correspondente da RTP nos Estados Unidos, que tinha aterrado em Milwaukee, local da Convenção Republicana, entraram no ar, na qualidade de comentadores, cinco investigadores universitários e jornalistas, incluindo a editora de internacional da RTP e antiga correspondente do canal em Washington. Os comentadores revelam-se essenciais para dar suporte à emissão e a abastecer de conteúdo num momento de escassez informativa, sobretudo pelo contexto e enquadramento, porque os factos continuaram a ser avançados pelo pivot do jornal.

O pivot tem de estar mais concentrado noutros aspetos e o comentário é sempre uma almofada que o pivot tem para reunir outras informações e para, se calhar, até, recentrar a sua intervenção em relação às próximas entrevistas que vai fazer. Numa breaking news, o momento que mais custa é ter um ou dois comentadores que vão suportar a emissão. O pivot é fundamental, como é óbvio, porque é quem vai divulgar as informações, mas os comentadores permitem que num momento em que a emissão possa estar a morrer ou possa haver alguma ausência de informação, serem um suporte para não se largar o assunto. (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos]).

No entanto, os comentários em estúdio levaram, em certos momentos, ao uso de uma linguagem abstrata e muito subjetiva, que se encontra na análise prematura ao eventual resultado das eleições presidenciais, apontando para um favorecimento do candidato republicano com o ataque, sem falar na especulação sobre as possíveis consequências de uma vitória de Donald Trump para a Europa. De resto, nesta *breaking news* particular,

a discussão é tão centrada no candidato republicano que a notícia da morte de um apoiante passa muito despercebida no contexto geral da emissão.

Como a priori não aconteceu nada de grave a Donald Trump, começou-se logo a “cavalgar” os benefícios que aquilo podia ter, tal como aconteceu com o Bolsonaro, no ataque à faca. (Editor-geral, 2024)

É neste “limbo” constante entre a tirania do imediato e da necessidade de informar e a qualidade da informação prestada que residem os riscos para o jornalismo. As explicações do realizador indicam que a escolha consciente pela rapidez vem acompanhada da preocupação dos jornalistas de falhar no papel de mediador de relevância, pondo em risco uma tarefa primordial no jornalismo, a verificação. A ausência de confirmações oficiais quando uma emissão de *breaking news* arranca, coloca em causa o rigor informativo.

Nem sempre conseguimos ter essa capacidade de distinguir o que é verdadeiro e o que não é, ou o que é verdadeiramente importante do que é completamente acessório. A forma como fazemos hoje a emissão é muito diferente da que fazíamos há 20 anos. É tudo muito mais rápido. Às vezes é mais arriscado, pode pôr em causa o jornalismo quando corremos o risco de por querer dar primeiro, eventualmente, não temos a certeza absoluta que de facto é exatamente aquilo que está a acontecer e é aquilo que temos que dar. (Realizador, 2024 [sublinhados nossos])

Apesar de associarem a relevância de um canal de notícias à rapidez com que coloca um tema urgente em antena, os jornalistas compreendem que isto aumenta a possibilidade de erros, o que retira credibilidade ao jornalismo, essencial num tempo em que as plataformas digitais são um campo fértil de propagação de desinformação, colocando-se essa realidade como um dos maiores desafios à classe jornalística. No caso específico de Donald Trump, as imagens tiveram um papel duplamente importante, servindo não apenas para ilustrar a própria notícia, mas também conferindo uma certeza mínima da existência do facto para os jornalistas, justificando, assim, a alteração completa do alinhamento pré-estabelecido para a emissão da *breaking*

news ainda que as etapas de verificação das informações não estivessem todas cumpridas, como revela um dos editores-gerais da redação da RTP.

É arriscado mas é desse jornalismo que é feito em direto que as pessoas gostam mais. O maior risco do breaking news é saltar etapas do trabalho jornalístico. Um jornalista tem acesso a uma informação, vai tratá-la, vai confirmá-la e difundi-la. No direto, saltamos ou fazemos em direto as duas etapas do meio. Esse é o risco principal: correremos o risco, que já aconteceu a quase todos, de divulgarmos uma informação porque saiu em algum lado, porque tivemos uma perceção errada, e podermos ter de recuar, que é uma das coisas que mais desacredita o jornalismo. A credibilidade do jornalismo é muito posta em causa pelo breaking news. Mas diria que acho que não aconteceu porque havia imagens que mostravam Donald Trump com sangue. O breaking news tem estas duas coisas: por um lado tem um fluxo informativo muito dinâmico, para quem consome informação e gosta, se calhar até mais apelativo, porque tem a análise, tem os repórteres em direto, tem as imagens em direto; por outro lado, pode comprometer a qualidade do jornalismo porque as etapas ou são saltadas ou são executadas com muito menos tempo. (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos])

A partir do dia 14 de julho, já é geralmente usada, na emissão, a expressão “ato terrorista”, validada em comunicado pelo Departamento Federal de Investigação Norte-Americano, o FBI, apesar de indicar que a investigação está em curso e que não são claras as motivações do atirador. Editorialmente, por parte dos jornalistas, há uma tentativa de desmontar o uso estratégico do acontecimento na construção política de uma figura de herói para Donald Trump. Exemplo disso, foi a apresentação de uma reportagem sobre o perfil do atirador. Mesmo assim, a imagem de Donald Trump com o punho erguido tornou-se um ícone da campanha republicana. A cobertura jornalística da RTP também procurou, através do contexto que ofereceu, abordar a apropriação política tentada por parte de outros líderes partidários, tais como André Ventura ou Jair Bolsonaro, numa tentativa de chamar a atenção para a legitimação da ideia de perseguição política à ideologia radical.

A imagem ao serviço das emissões de *breaking news*

Em televisão, as imagens exercem um papel importante pois orientam os jornalistas na elaboração das notícias com foco no impacto que podem trazer para elevar os índices de audiência (Bourdieu, 1997). Em TV, portanto, as notícias são construídas para favorecer a compreensão do telespectador sobre aquilo que será visto dentro de um segmento temático organizado e pré-editado através do alinhamento.

Isto só é possível porque as imagens visuais têm um caráter fortemente representativo, tal como evidenciado pelos jornalistas ouvidos neste trabalho. Filma-se o Presidente da República não pela pessoa que é, mas por ser o personagem principal da política de um país. Isto permite ao jornalismo televisivo atribuir o significado dos seus atos ao telespectador (Weaver, 1993). Tendo um efeito de comprovação daquilo que está a ser noticiado, para Bock (2016), a imagem parece ter um apelo mimético (de mostrar o que está a acontecer) mais do que diegético (de contar o que está a acontecer).

Neste sentido, de maneira geral, as imagens e, de maneira específica, as imagens testemunhais, apresentam um valor adicional para as emissões jornalísticas em direto, que encontram raízes na cobertura da primeira Guerra do Golfo, pela CNN, no início dos anos 90 (Johnson, 2015). A evolução tecnológica generalizou esta prática a partir dos anos 2000, com a banalização dos meios que permitem a transmissão em direto (Ilan, 2021), ainda que, numa primeira fase, essa facilidade tenha contribuído para o deteriorar da qualidade informativa, como entende o Editor-geral da RTP.

Houve alguma confusão de alguns responsáveis editoriais no início porque tínhamos acesso a tudo em direto [nas régies]. Havia lixo no ar porque havia informação sem tratamento, sem contraditório, só a ser difundida porque, de repente, não estávamos preparados para lidar com esta situação. *Não é necessário pôr tudo no ar. É preciso intermediação do jornalista, e quanto mais intervenção houver de variados agentes, melhor produto vamos pôr no ar. Hoje em dia há mais essa perceção disto.* (Editor-geral, 2024 [sublinhados nossos])

Pela facilidade tecnológica, generalizaram-se, também, as emissões monotemáticas decorrentes de assuntos de última hora, o que faz levantar questões sobre a qualidade da cobertura jornalística, sobretudo na lógica do serviço público de televisão que não se pode demitir de entrar na corrida quando há uma cobertura de *breaking news*.

Seria bem mais necessário pesarmos mais a decisão de fazermos *breaking news*. Às vezes fazemos por tudo e por nada e se calhar não se justifica, porque estamos a repetir informação de meia em meia hora. Acho que devemos ter uma reflexão mais profunda sobre quando e porquê e quando avançar com uma *breaking new* porque estamos a dar prioridade a uma notícia e se calhar há outras que também importam dar. Fazemos muito menos *breaking news* do que os outros canais. Podemos ter aí um ponto de vista comercial, não digo que não, mas acho que a decisão que pesa mais é mesmo a editorial e a das regras do jornalismo. (Coordenadora, 2024 [sublinhados nossos])

Tornou-se habitual, com a digitalização, que as *breaking news* encontrem eco a partir do jornalismo cidadão e de vídeos ou fotografias que são recolhidos por testemunhas e divulgados a partir das redes sociais digitais (Grupillo, 2018). É, muitas vezes, a partir desse “alerta”, que o jornalista se desloca ao local para verificar e recolher novas informações para fazer um relato jornalístico de determinado evento. No caso concreto, esse cenário não se verifica porque, ainda que não se esperasse um comício com grande efeito de noticiabilidade, os jornalistas já estavam no terreno a acompanhar o candidato republicano. Por essa razão, a preferência vai inteiramente para as imagens da transmissão *broadcast* das agências internacionais que estão no local e que emitem o sinal para todo o mundo e para a rede de televisões que o compram.

É, obviamente, um carimbo de credibilidade, que nos dá mais segurança para as podermos usar sem nenhum tipo de filtro ou de receio que, eventualmente, possam não ser verosímeis porque são de certeza absoluta. (Realizador, 2024 [sublinhados nossos]).

Assim, as imagens sobre as quais não há qualquer desconfiança vêm compensar o discurso jornalístico de incerteza, atrás referido. Apesar da força imagética do momento do ataque e da própria figura política de punho erguido, num certo aproveitamento político da situação e como tentativa de capitalização, nota-se um excesso de repetição que se percebe inevitável.

É uma gestão difícil de fazer e nem sempre fazemos bem, provavelmente. Porque há um ímpeto noticioso que nos leva a dar, a ter que fazer, ter que ir, e muitas vezes somos levados nesse espírito de tentar “*pôr o comboio em andamento*” e não conseguir pará-lo porque de facto estamos ali numa concorrência direta com os nacionais e, neste caso, com os internacionais. *É muito ao sabor do momento e depois tem de haver uma lógica, algum bom senso, para não estarmos ali a colocar a mesma imagem 50 vezes seguidas, em loop, sobretudo se forem imagens de duração muito reduzida.* (Realizador, 2024 [sublinhados nossos])

É o momento em vídeo do ataque que marca, no essencial, a emissão. Essas imagens são sempre acompanhadas por um *ticker*⁷ de última hora e títulos de última hora, também, a avançar com informações textuais atualizadas em permanência, como servem, de exemplo, os seguintes: “Biden já foi informado sobre incidente”; “Atirador abatido pelas autoridades”; “2 mortos e um ferido com gravidade”; “Serviços Secretos dizem que está bem”. A realização do “24 horas” dá preferência às imagens a cheio no ecrã, em detrimento do rosto dos comentadores ou do próprio pivot da emissão, mesmo quando falam, até porque é a força destas imagens que atesta a *breaking news* em concreto.

Num caso destes ainda mais relevante se torna proteger ao máximo o apresentador porque está muitas vezes “pendurado”, tem poucas informações. *A imagem a cheio tem dois objetivos: proteger o apresentador e dar o essencial ao espectador porque o importante não é o apresentador, é a notícia.* (Realizador, 2024 [sublinhados nossos])

7. Na linguagem televisiva, um “*ticker*” é um rodapé onde se pode ler informação em constante circulação.

A dada altura, e já depois da repetição exaustiva do momento em vídeo do ataque, aparecem fotografias como alternativa, na emissão do dia 13 de julho. O ecrã divide-se em várias janelas, à medida que chegam novas fontes e recursos, o que pode tornar a informação mais difícil de interpretar e a acrescentar “ruído visual” à emissão.

O ecrã em *multiview* é uma coisa que pegou e visualmente todos nós, enquanto consumidores, estamos acostumados a isso e estamos quase a obrigar as antenas a fazer isso porque *se uma faz, a outra faz, e a outra já não faz, acaba por parecer que essa não faz porque não sabe ou porque não consegue*. (Realizador, 2024 [sublinhados nossos])

Do ponto de vista da imagem, a cobertura jornalística não descurou, também, as redes sociais. Na emissão de dia 13 de julho, vários perfis são mostrados no ecrã, a cheio, para validar as sucessivas reações que vão surgindo de líderes políticos ou autoridades, como foi a primeira declaração de Donald Trump na rede *Truth Social*. Confirma-se que as *breaking news* demonstram a importância do *Twitter* como um mecanismo de *gatewatching* distribuído de forma clara (Bruns et al., 2012, p. 14).

Considerações Finais

Com foco mais direcionado para a televisão, a presente investigação discute a dependência do jornalismo das fontes oficiais quando se trata de uma cobertura informativa de última hora. No caso do ataque a Donald Trump, essa dependência levou à intensa variação de linguagem utilizada pelos jornalistas no arranque da emissão da referida *breaking news*, atestando, por um lado, o lugar imperioso do imediatismo, e, por outro, uma certa vulnerabilidade da coberta diante da falta de clareza e informações substanciais.

O ataque ao então candidato do Partido Republicano dos EUA, Donald Trump, foi escolhido pela representatividade do assunto no cenário político global e por ter desencadeado uma cobertura jornalística imediata, explicada, em certa medida, pela relevância de Donald Trump no contexto eleitoral e pela dimensão mediática do político-celebridade, mas centrada mais no

potencial imagético do que no conteúdo informativo. A análise coloca em evidência o equilíbrio difícil de se alcançar entre a necessidade de colocar no ar e a obrigação de confirmar factos, o que se apresenta como um hiato altamente propício ao erro. No caso trazido por este estudo, a assunção de dúvidas por parte do pivot, num primeiro momento, contribui para manter a credibilidade jornalística, face ao inesperado.

O ataque a Donald Trump foi um assunto incontornável com alto valor-notícia, o que, para os jornalistas, assegura a relevância da cobertura nos moldes em que foi feita, dando cumprimento às obrigações de serviço público, apesar dos problemas que relatam e que são inerentes às *breaking news*. A cobertura da RTP não perdeu interesse jornalístico pelos desenvolvimentos que a emissão foi apresentando e que acrescentaram informação ao ponto de partida. Além disso, o jornal “24 horas” procurou o contexto e o enquadramento além do evento em si, nomeadamente, com a figura de comentadores especialistas. É dessa forma que os jornalistas procuraram assegurar os critérios relacionados com a independência editorial, utilizando peças informativas também para desconstruir a tese de “herói” criada pela campanha do candidato republicano e amplificada por líderes políticos da mesma família ideológica.

Do ponto de vista imagético, a recusa da utilização de vídeos amadores em detrimento das imagens transmitidas pelas agências internacionais, contribuiu para conferir credibilidade ao noticiário num momento de grande escassez informativa, ao passo que também demonstrou a sua dependência. Apesar da repetição notória do momento do ataque e do risco de dispersar a leitura do essencial, notou-se um excesso de informação no ecrã, comum à cobertura de *breaking news*. A investigação sugere que, na TV, continua a notar-se uma precariedade da reflexão sobre a melhor linguagem a ser utilizada em momentos em que o “imediato” fala mais alto.

Bibliografia

- Bentley, M., & Lerner, A. B. (2022). Introduction: Trump and unpredictability in international relations. In *A Trump Doctrine?* (pp. 1-12). Routledge.
- Bock, M. A. (2016). Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites. *Journalism*, 17(4), 493-510.
- Boydston, A. E., & Lawrence, R. G. (2020). When Celebrity and Political Journalism Collide: Reporting Standards, Entertainment, and the Conundrum of Covering Donald Trump's 2016 Campaign. *Perspectives on Politics*, 18(1), 128-143.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Brandão, N. G. (2021). O jornalismo televisivo e as notícias dos telejornais – ética, responsabilidade e convergência mediática. In *Televisão e Novos Meios: da produção aos públicos*. Livros LabCom.
- Brasil, A. C. (2012). *Telejornalismo imaginário – memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV*. Florianópolis: Insular.
- Bruns, A., Highfield, T., & Lind, R. A. (2012). Blogs, Twitter, and breaking news: The produsage of citizen journalism. *Producing theory in a digital world: The intersection of audiences and production in contemporary theory*, 80(2012), 15-32.
- Cancryn, A., Lemire, J., & Stokols, E. (2024, July 19). Biden inner circle shifts “moment to moment” as defections grow; Politico. <https://www.politico.com/news/2024/07/19/joe-biden-campaign-decmorats-defections-00169753>
- Carlson, M. (2018). The information politics of journalism in a post-truth age. *Journalism Studies*, 19(13), 1879-1888.
- Cha, V. (2024, September 26). The Global Impact of the 2024 U.S. Presidential Election. Csis.org. <https://features.csis.org/2024-us-election-global-impact/>
- Chagas, A. G. (2024). *Apps Colaborativos e Autoridade Jornalística: O OTT e o Fluxo Distributivo de Flagrantes da Violência Urbana no Brasil* (Doctoral dissertation, Universidade da Beira Interior (Portugal)).

- Couto, S. S. (2019). O presidente-celebridade. Universidade do Porto (Portugal).
- Devereux, E. (2013). Understanding the media.
- Drake, P., & Higgins, M. (2006). I'm a celebrity, get me into politics. *Framing celebrity: New directions in celebrity culture*, 87-100.
- Duarte, J. (2005). Entrevista em profundidade. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 1, 62-83.
- Ekström, M., Ramsälv, A., & Westlund, O. (2021). The epistemologies of breaking news. *Journalism Studies*, 22(2), 174-192.
- Grupillo, A. (2018). A “Ralé” do Telejornalismo: O Jornalista Amador na Produção da Notícia e os Limites da Autoridade Jornalística na Televisão. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.
- Johnson, T. (2015). *Desert Storm: The first war televised live around the world (and around the clock)*. Atlanta Magazine. <https://www.atlantamagazine.com/90s/desert-storm-the-first-war-televised-live-around-the-world-and-around-the-clock/>
- Kellner, D. (2017). Donald Trump, media spectacle, and authoritarian populism. *Fast capitalism*, 14(1), 75-87.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Lewis, J., & Cushion, S. (2009). The thirst to be first: An analysis of breaking news stories and their impact on the quality of 24-hour news coverage in the UK. *Journalism Practice*, 3(3), 304-318.
- Ilan, J. (2021). We Now Go Live: Digital Live-News Technologies and the “Reinvention of Live” in Professional TV News Broadcasting. *Digital Journalism*, 9(4), 481–499.
- Montgomery, M. (2017). Post-truth politics? Authenticity, populism and the electoral discourses of Donald Trump. *Journal of Language and Politics*, 16(4), 619-639.

- Niekamp, R. (2011). Pans and zooms: The quality of amateur video covering a breaking news story. *Amateur Images and Global News*. Edited by Kari Andén-Papadopoulos and Mervi Pantti. Bristol: Intellect.[Google Scholar].
- Nord, L., Mancini, P., & Gerli, M. (2017). The exceptional election: Press coverage of Clinton and Trump in Italy, Sweden and the UK.
- Palmer, L. (2013). “iReporting” an Uprising: CNN and Citizen Journalism in Network Culture. *Television & New Media*, 14(5), 367-385.
- Pfiffner, J. P. (2021). Donald Trump and the Norms of the Presidency. *Presidential Studies Quarterly*, 51(1), 96-124.
- Reynolds, A., & Barnett, B. (2003). This Just in ... How National TV News Handled the Breaking “Live” Coverage of September 11. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 689-703.
- Sousa, J. P. As notícias e seus efeitos. Coimbra: Minerva, 2000.
- Stanescu, G. C. (2015). Breaking News and News Alert, between Information and Spectacle for Rating. *Social Sciences and Education Research Review*, 2(2), 81-91.
- Stokes, D., & Bergin, R. (2006). Methodology or “methodolatry”? An evaluation of focus groups and depth interviews. *Qualitative Market Research*, 9(1), 26-37.
- Street, J. (2019). What is Donald Trump? Forms of ‘Celebrity’ in Celebrity Politics. *Political Studies Review*, 17(1), 3-13.
- Swaroop, T.S. (2024). The Challenges and Role of Modern Journalism in Digital Media Enterprises. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(7), 68–76.
- Tuggle, C.A., & Huffman, S. (1999). Live news reporting: Professional judgment or technological pressure? A national survey of television news directors and senior reporters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(4), 492-505.
- Turner, O., & Kaarbo, J. (2022). Predictably unpredictable: Trump’s personality and approach towards China. In *A Trump Doctrine?* (pp. 105-124). Routledge.

- Weaver, P. H. (1993). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: Traquina, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. 2. ed. Lisboa: Veja.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. 5 ed. Lisboa: Presença.
- Zurcher, A. (2024, June 28). *Who won the debate? Biden's incoherent performance worsens age fears*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/articles/crgedpw4r5eo>

ARTV: A POLÍTICA NACIONAL MEDIATIZADA E MEDIADA

Jaime Lourenço

/Universidade Autónoma de Lisboa / ICNova

Carlos Pedro Dias

/Universidade Autónoma de Lisboa / OBSERVARE

Resumo: Com mais de 20 anos de emissões regulares de televisão, a ARTV – o canal de televisão da Assembleia da República, a instituição central do sistema político português (Leston-Bandeira, 2002; Branco & Diogo, 2023) – é dos principais meios que o Parlamento português tem de dar a conhecer o debate da política nacional exercido neste órgão de soberania.

A ARTV transmite, seja pela TDT, por cabo, no seu website ou nas redes sociais digitais, as reuniões do plenário, das comissões de especialidade ou outros eventos que ocorram no parlamento português, como conferências ou iniciativas como o Parlamento dos Jovens. Estas são emissões sem mediação e, por isso, livres de comentários ou contextualização.

No entanto, a ARTV fornece o *feed* de toda a atividade parlamentar às estações de televisão para o trabalho jornalístico que não invalida a presença de um largo número de repórteres parlamentares na Assembleia da República.

No fundo, promove-se a junção da arena política, dos *media* e da própria ação política, dando origem a um *theatrum politicum* (Prior, 2021).

Neste trabalho procuramos refletir sobre o papel de mediação e mediação do debate da política nacional levado a cabo pela ARTV.

Introdução

Mais do que nunca, a sociedade encontra-se dependente dos ecrãs, tendo-se moldado a uma Cultura-Ecrã Global (Lipovetsky & Serroy, 2018) que coloca ao nosso dispor uma quantidade ilimitada de imagens e informação contínua numa multiplicidade de suportes novos. Vivemos, portanto, num mundo social cada vez mais povoado de múltiplos ecrãs, uma verdadeira Sociedade de Ecrãs (Cardoso & Quintanilha, 2013), onde ocorre a mediação sustentada num processo de interação em rede. É, em larga medida, nesta Sociedade de Ecrãs que os portugueses têm conhecimento do debate político nacional, nomeadamente aquele que ocorre na Assembleia da República, através dos ecrãs, seja do tradicional televisor, do *smartphone*, ou qualquer outro dispositivo.

Acessível nos ecrãs dos portugueses está a ARTV, também conhecida por Canal Parlamento, o canal institucional de televisão que emite a atividade parlamentar e é fonte de sinal audiovisual para os *legacy media*. É resultado de um esforço que os parlamentos das democracias representativas têm vindo a desenvolver, determinando que o envolvimento e a comunicação com os cidadãos são um motor fundamental para estas instituições e “desenvolveu-se a tal ponto que agora pode ser equiparado aos outros papéis tradicionais desempenhados pelo parlamento” (Leston-Bandeira, 2014), que foi reforçado aproveitando as oportunidades digitais (Serra-Silva, 2021).

A ARTV emite a larga maioria da atividade parlamentar da Assembleia da República (AR), desde os debates das reuniões plenárias, o trabalho das comissões, ou eventos que decorram no Parlamento português. O edifício está dotado de equipamento audiovisual que permite esta cobertura extensiva a praticamente toda a sua atividade.

O facto de os trabalhos parlamentares serem transmitidos mediaticamente permitiu que a esfera política se adaptasse e adotasse lógicas e regras dos *media* para a sua *performance*, aliando a arena política, os *media* e a própria ação política, originando um *theatrum politicum* (Prior, 2021) que se adaptou à iluminação, visibilidade, reconhecimento e aquiescência que o campo dos

media lhe atribui. Deste modo, “os meios de comunicação converteram-se numa arena coletiva na qual as qualidades representativas e expressivas dos atores políticos prevalecem, em muitos casos, sobre as ideologias partidárias e sobre as categorias discursivas” (Prior, 2021, p. 37).

Neste trabalho procuramos refletir sobre o papel da ARTV e de como esta tem sido fulcral para a mediatização da discussão político-ideológica nacional, mas também um recurso fundamental no exercício da mediação jornalística.

Assembleia da República, a arena central do debate político

A Assembleia da República (AR) é o centro nevrálgico da política e da legitimidade democrática (Leston-Bandeira, 2002) considerada uma arena central do debate político-ideológico do Portugal democrático (Branco & Diogo, 2023). Essa centralidade está patente no seu papel enquanto órgão político de carácter dual: “por um lado, o Parlamento é uma instituição marcadamente consensual, permitindo a inclusão de toda a sociedade, através da representação política das correntes maioritárias e minoritárias. Por outro, o Parlamento tem um carácter maioritário, e excludente, porque existe uma clivagem entre os partidos que apoiam o governo e aqueles que fazem oposição” (Fernandes, 2015, p. 12). Por norma, em todas as democracias representativas, os parlamentos têm quatro funções essenciais: 1. representar politicamente; 2. selecionar o Governo; 3. realizar uma parte importante da produção legislativa; e 4. exercer o controlo político dos atos do Governo e da administração pública (Fernandes, 2015, p. 12).

O Parlamento é, por isso, a instituição central do sistema político triangular português, entre o Governo e o Presidente da República (Tibúrcio & Leston-Bandeira, 2023). Constituída desde 1976, a AR dá sinais de ser uma instituição democrática amadurecida, muito mais profissionalizada e com um papel muito mais complexo, tendo vindo, nas últimas décadas, a desenvolver recursos para reforçar o seu papel escrutinador do executivo, impulsionando a afirmação enquanto instituição-chave da vida

democrática (Tibúrcio & Leston-Bandeira, 2023). Esta aposta tem sido estendida à abertura e acessibilidade da AR aos cidadãos. Tal verifica-se, por exemplo, no aumento da cobertura mediática, seja através do Canal Parlamento (ARTV) que grava e transmite em cabo e *online* grande parte das sessões parlamentares; seja através da cobertura jornalística resultante do número crescente de jornalistas credenciados que diariamente marcam presença na Assembleia da República (Mineiro, 2022, p. 104).

ARTV e a mediatização da política nacional

A ARTV, ou Canal Parlamento, é o “instrumento privilegiado de difusão de conteúdos e comunicação com a população, na qual a AR tem investido profusamente” (Serra-Silva, 2024, p. 108). Este configura-se um canal de comunicação da instituição Assembleia da República em que, segundo João Amaral, antigo responsável pelo gabinete de comunicação da AR em declarações ao *PÚBLICO*, “o critério não é o da oportunidade jornalística, mas apenas o da divulgação institucional, transparente e não adulterada” daquilo que se passa no Parlamento (Lopes & Santos, 2020).

As primeiras incursões da ARTV surgiram em 1997 com as reuniões plenárias e algumas reuniões de comissões parlamentares a serem transmitidas¹. Só a 25 de Abril de 2003 a ARTV teria as emissões em direto, sete meses após o início das transmissões regulares da televisão parlamentar (Amaral & Fonseca, 2019). O antigo diretor do gabinete de comunicação da AR, João Amaral, em declarações à investigadora Sofia Serra-Silva (2024), refere que o Canal Parlamento “fez um caminho de evolução tremendo porque passa de filmagem interna para consumo interno, para presença nas redes de cabo, depois para presença na TDT, que é recente (2012), e depois ainda para uma plataforma de internet que, desde Dezembro de 2015, permite

1. De acordo com declarações o antigo deputado do Partido Socialista José Magalhães, um dos responsáveis pelo impulsionamento da ARTV, à investigadora Sofia Serra-Silva (2024), foi necessário alterar a lei porque “as televisões temáticas eram proibidas por lei e, portanto, quando o Parlamento quis ter uma televisão teve que abrir uma exceção à lei, o que aliás, abriu caminho à revisão da lei e a eliminação da proibição de canais temáticos” (Serra-Silva, 2024, p. 108).

a qualquer pessoa do mundo consultar e ver os Plenários e as reuniões de comissão” (Serra-Silva, 2024, p. 108).

Deste modo, o Parlamento acaba por se tornar protagonista da sua própria informação, cumprindo a função de “iluminar os ‘procedimentos dos representantes da Nação’, com todos os constrangimentos que decorrem do carácter institucional, plural e apolítico da comunicação parlamentar” (Amaral & Fonseca, 2019, p. 401).

A prioridade da ARTV é transmitir em direto (embora também o faça em diferido) reuniões plenárias, reuniões das comissões parlamentares, eventos institucionais e informação sobre a programação da ARTV e sobre a agenda parlamentar. O Canal Parlamento tem liberdade para alargar a sua atividade e produzir e transmitir outros conteúdos: sejam matérias relacionadas com a atividade, a história e o património parlamentares, sobre as competências e o funcionamento da Assembleia da República, ou ainda a possibilidade de realizar entrevistas, debates, blocos de notícias e reportagens (Amaral & Fonseca, 2019).

A emissão das reuniões plenárias ou de comissões não tem cortes nem comentários, ao contrário do que acontece nos canais televisivos informativos quando emitem o sinal, por exemplo, dos debates quinzenais ou da discussão do Orçamento do Estado, uma vez que a ARTV fornece o *feed* para as televisões ou para os *sites* de informação (Lopes & Santos, 2020). No que diz respeito à estrutura da grelha e a hierarquia para as emissões televisivas, as reuniões plenárias ocorrem sempre em direto, uma vez que, por regra, não ocorrem outros trabalhos parlamentares em simultâneo. Em seguida, a prioridade é dada a audições com membros do Governo, em primeiro os requerimentos potestativos, seguidos dos normais e só então as audições regimentais. Quem decide a prioridade entre vários membros do Governo é o conselho diretivo, composto por um deputado de cada grupo parlamentar (Lopes & Santos, 2020).

É precisamente nos debates que os canais televisivos (generalistas ou informativos) decidem emitir que se encontra a maior fatia de espectadores da

atividade parlamentar, mas também via transmissões online, uma vez que a emissão regular é transmitida no canal de Facebook e site da AR (Lopes & Santos, 2020).

Em declarações ao *PÚBLICO*, João Amaral refere que “a eleição de novos partidos e novos deputados trouxe mais pessoas” a assistir aos debates parlamentares. Sem especificar, entende-se que o protagonista do CHEGA André Ventura tem um peso importante nessa realidade e, segundo João Amaral, na nova necessidade de moderar comentários, que passaram de inócuos a ofensivos em alguns casos (Lopes & Santos, 2020).

O facto de a atividade parlamentar ser simultaneamente transmitida mediaticamente (e mais tarde difundida e partilhada numa multiplicidade de redes sociais digitais) levou a que a esfera política adaptasse e moldasse a sua forma de intervenção aos sabores e temperos dos *media*.

O discurso, a linguagem, a forma (no fundo, a *performance*) passam a ser concebidos tendo em conta a lógica dos *media*, no fundo porque os políticos “consideram que ao aplicarem as regras dos *media* vão conseguir controlar um pouco a forma como os meios de comunicação falam sobre eles” (Figueiras, 2019b, p. 43).

Assumimos que estamos perante um processo de mediatização (Hjarvard, 2008) da política nacional que, tal como Rita Figueiras (2019b) argumenta, deriva de uma dupla contingência do sistema político: a necessidade de atenção pública para garantir a sua legitimidade e a incapacidade em conseguir atrair atenção pelos próprios meios (Figueiras, 2019b, p. 52). Ou seja, este processo não é espoletado pelos *media*, mas pelos intervenientes políticos que moldam e reconfiguram as suas ações de acordo com a gramática dos *media*.

No fundo, a mediatização é resultado da interação entre as especificidades de uma determinada sociedade e cultura, das práticas e dos diferentes *media* e das necessidades diversas de visibilidade das instituições e dos atores políticos (Figueiras, 2017; 2019b). Configura-se um processo de reajustamento

contínuo - com objectivos políticos - da adaptação do desempenho político às transformações tecnológicas em três domínios: a imagem que os actores políticos projectam de si (pertencam ao Governo, oposição, partidos, etc.); as técnicas de comunicação que empregam; e a relação que estabelecem com os cidadãos/electorado (Figueiras, 2019b, p. 52).

É neste contexto que o debate parlamentar se reconfigurou com a visibilidade que lhe é proporcionada pela ARTV, implicando que o orador aplique um “jogo duplo” (Bourdieu, 1989) ao se dirigir aos restantes deputados, mas também para a audiência que estará a assistir à sessão via ARTV, redes sociais *online* ou órgãos de comunicação social. Estes discursos e a forma como são expressos, não são somente instrumentos de influência sobre o exercício do poder, são eles próprios mecanismos de produção do poder (Mineiro, 2022).

É deste modo que os *media* funcionam como os gestores da visibilidade e do capital simbólico dos atores políticos, persistindo enquanto objetos de desejo indispensáveis da esfera política (Prior, 2021, p. 42).

Hoje é exigido a quem entre na atividade parlamentar que desenvolva competências e domine a retórica de tribuna e a retórica do debate (Bourdieu, 1989; Mineiro, 2022). No primeiro caso, é recorrente, a partir da tribuna dos oradores, a apresentação de discursos estruturados e pensados de modo a comunicar com diferentes públicos, com uma linguagem coloquial, espontânea e desprendida, destacando declarações com vista a cativar jornalistas para que estes possam elaborar notícias a partir das declarações (Mineiro, 2022, p. 159). Já a retórica do debate implica a discussão e troca de ideias de modo improvisado que ocorre no hemiciclo e para a qual a agilidade discursiva é essencial. No debate parlamentar não há discursos e intervenções alheios às dinâmicas conflituais, políticas e sociais, que se sentem dentro e fora da instituição (Mineiro, 2022, p. 160).

Neste sentido, as competências retóricas reconfiguraram-se uma vez que a política passou a operar com os valores típicos da cultura mediática e, no caso de os acontecimentos da esfera política não se converterem

espontaneamente em notícia, o campo político encarrega-se de produzir acontecimentos simbólicos que são elaborados propositadamente para serem noticiados pelos *media* (Prior, 2021, p. 43), jogando o jogo político de acordo com as regras e gramática dos *media*.

Mas não apenas no debate das reuniões plenárias se verifica esta reconfiguração, tendo-se alastrado à restante atividade parlamentar, nomeadamente às comissões parlamentares de inquérito onde se regista uma “novelização noticiosa” (Cardoso, 2023). Esta manifesta-se no agendamento noticioso em que se procura prolongar o tempo narrativo o tempo narrativo do objeto factual-noticioso à semelhança de uma novela ou série. Vejamos os casos recentes das comissões parlamentares de inquérito aos casos das gémeas, TAP, entre outros. Neste último caso, quando o antigo ministro João Galamba foi ouvido pela comissão, a audição foi amplamente mediatizada em direto por grande parte dos *legacy media*. No caso da Comissão Parlamentar de Inquérito à TAP, a audição do então Ministro das Infraestruturas durou mais de sete horas e foi seguida, em média, por 326 mil espectadores nos vários canais televisivos de informação (Lopes, 2023). A prática que se tem verificado pelos canais televisivos de informação na cobertura destas audições tem investido, em simultâneo, em painéis de comentadores em estúdio que vão opinando sobre as revelações dos depoentes e fazendo a interpretação dos factos políticos, (Lopes, 2023). Jorge Fernandes (2015) aponta que a crescente mediatização torna as comissões parlamentares funcionalmente parecidas com o plenário, o que, a prazo, exigirá alterações no modo de funcionamento no Parlamento (Fernandes, 2015, p. 78).

Mediação jornalística no Parlamento

A quase totalidade das imagens da AR que são emitidas nos espaços televisivos de informação dos canais generalistas e de informação provêm da ARTV. Tal ocorre porque a ARTV fornece o *feed* de toda a atividade parlamentar às estações de televisão para trabalho jornalístico, o que não invalida a presença de um largo número de repórteres parlamentares na Assembleia da República.

A televisão, em particular, ainda é um meio preponderante junto da sociedade portuguesa. “Nenhum outro meio de comunicação atinge tanta gente, todos os dias (...) Nenhum agenda tão extensa e envolventemente o quotidiano relacional com os seus públicos” (Gomes, 2012, p. 12). Atualmente, a *praxis* da esfera política ocorre em estreita articulação com os *legacy media*, em particular com a televisão, uma vez que é um elemento-chave que se mantém relevante nas práticas e consumos mediáticos dos cidadãos e dos políticos (Figueiras, 2019a, p. 42).

Deste modo, no jornalismo televisivo “as imagens são o elemento diferenciador, a mais-valia perante os outros *media*” (Dias, 2024) e aquelas que provêm da AR têm permitido uma cobertura jornalística extensiva da atividade parlamentar nacional naquilo que se veio a solidificar enquanto especialização jornalística de pleno direito.

O jornalismo parlamentar é “um caso único de estudo” (Neves, 2012, p. 31) na cobertura jornalística da atividade política dos parlamentos das democracias ocidentais muito devido à liberdade de circulação e de atuação que os jornalistas possuem dentro do edifício da Assembleia da República. É uma marca histórica do Parlamento português que possibilita o estabelecimento de um convívio e diálogo entre os deputados, Governo, assessores e jornalistas que “mantém a sua identidade e riqueza na cobertura permanente e intensiva dos órgãos de comunicação social. E que contribuiu, com altos e baixos, para criar uma democracia mais escrutinada e, por isso, mais sólida e resistente” (ARTV, 2016).

Esta é uma especialização jornalística que beneficia da sua integração no espaço do órgão de soberania que cobre, seja no Plenário em que os jornalistas têm uma bancada própria que integra o hemiciclo (fator distintivo entre outros parlamentos europeus), seja nos espaços adjacentes como os corredores dentro de um estilo de jornalismo que procura fazer mais do que o mero relato da agenda político-parlamentar (Lourenço, 2024).

Neste sentido, o jornalismo parlamentar necessita de cultivar uma rede de fontes que gerem notícias e informações de contexto, de noticiar a propensão

para os acontecimentos, mais do que os acontecimentos em si mesmo, e de entender que o que diferencia o valor das notícias é a capacidade de antecipação, e não o simples relato dos factos (Mineiro, 2022, p. 258).

Tal vai ao encontro daquilo que é o papel de mediação do jornalismo que se distingue pela exposição social, que o torna objeto de uma constante apreciação, escrutínio e vigilância públicos, uma vez que é permanentemente visível o produto do seu trabalho, mas também por aquilo que representa, enuncia e interpreta: aspetos e realidades dos vários campos, o que faz dele terreno de constantes disputas acerca da sua legitimidade social e simbólica para fazer o seu trabalho (Bourdieu, 1997; Pinto, 1999). É esta mediação que configura uma centralidade aos *media* no espaço público (Silveirinha, 2010, pp. 45-46).

Na esfera político-parlamentar cabe, portanto, aos jornalistas parlamentares olhar para toda a atividade política da AR, procurando exercer o tipo de jornalismo parlamentar que busca a compreensão dos processos de tomada de decisão política (Baptista, 2016, p. 265). Estes procedimentos fazem parte da rotina parlamentar, introduzindo ao jornalismo parlamentar - que se vê como instrumento de retracto e escrutínio da realidade política - a construção dessa mesma realidade e da forma como ela se organiza, projeta e representa perante o exterior (Mineiro, 2024, p. 95).

Constrói-se assim uma relação entre o campo político e o campo jornalístico sendo que este último tem assumido duas grandes funções: manter um público informado, instruído e politicamente ativo; e agir como *watchdog* dos cidadãos, face aos poderes, com a responsabilidade de assegurar que a autoridade é usada com responsabilidade (Silveirinha, 2010, pp. 47-48). No jornalismo parlamentar, enquanto se escrutinam os representantes parlamentares, os jornalistas oferecem ao campo político “serviços simbólicos indispensáveis”, atribuindo uma atenção exclusiva ao “microcosmos” político, aos acontecimentos e factos que nele se desenrolam, às suas regras e protagonistas (Mineiro, 2024, p. 94).

Contudo, esta relação entre políticos e jornalistas tem por base formas de dependência recíprocas. Por um lado, os políticos necessitam dos *media* de modo a exibir imagens favoráveis de si e, por outro, os jornalistas confiam nos políticos e noutras fontes oficiais para as suas rotinas produtivas regulares de notícias, embora esta relação de interdependência não se encontre isenta de conflitos e ambiguidades (Figueiras, 2019a, p. 40). Nesta linha, a especialização jornalística que cobre a atividade político-parlamentar “legitima a autonomia relativa do campo político da mesma forma que o campo político legitima a autonomia relativa do jornalismo parlamentar” (Mineiro, 2024, p. 94), refletindo a relação de interdependência.

Para este trabalho de mediação jornalística, particularmente no jornalismo televisivo, as imagens disponibilizadas pela ARTV têm-se verificado cruciais para uma cobertura jornalística televisiva plena.

Esta tem-se verificado uma especialização jornalística que assenta no “conhecimento do jogo”, dos seus protagonistas, atores e das suas regras, no entanto, dando mais primazia à análise da tática, do que ao escrutínio da substância, ao combate entre protagonistas do que ao debate das ideias, ao confronto retórico do que à dialética do debate, às pessoas e as suas características do que à natureza e coerência dos seus argumentos (Mineiro, 2024, p. 95).

Considerações finais

Da reflexão realizada não ficam dúvidas sobre a importância de disponibilizar, via televisão, em direto, o acesso aos trabalhos parlamentares naquilo que se pode considerar uma verdadeira montra do funcionamento das instituições democráticas. Um interesse que nem sequer é recente: já em 2005 Elinor Chisholm (p. 66) defendia que “televisionar o Parlamento é valorizador da democracia” porque dá aos cidadãos “uma janela direta para a produção legislativa”. Também ficou demonstrada a influência da mediatização no discurso político e na sua necessária adaptação ao palco das televisões e, até, da ditadura do direto. Uma adaptação que se alarga, necessariamente,

também ao trabalho dos jornalistas. Porque a disponibilização das imagens e sons das sessões parlamentares assume, como vimos anteriormente, um papel fundamental na sua cobertura jornalística. Influenciando, enquanto fonte, o trabalho produzido pelos jornalistas. Ora “o jornalismo parlamentar, ao participar da produção, reprodução e naturalização de uma visão particular do que a política significa, igualmente contribui para a sua estruturação como realidade social relativamente autónoma e enquanto forma de distinção social” (Mineiro, 2024, p. 96).

Já quanto à disponibilização do sinal vídeo e áudio das sessões parlamentares, podemos considerar que constitui, claramente, uma facilitação evidente do processo técnico e logístico de retransmissão dos trabalhos parlamentares por parte dos operadores de televisão. Será uma das situações em que o conteúdo disponível condiciona a decisão dos operadores de televisão? Que adotam, normalmente, uma “lógica de ação (...) de tal modo pesada e complexa, que se torna difícil contrariá-la e fazê-la infletir” (Pinto, 2005, p.14). E esta é uma questão importante, que parece remeter para a eterna questão do ovo e da galinha: a atividade parlamentar tem um peso tão grande nas grelhas de emissão dos canais de televisão (sobretudo nos canais de notícias) porque está disponível, sem necessidade de grandes recursos técnicos e operacionais por parte dos operadores ou, pelo contrário, essa presença em antena é motivada pelo interesse editorial dos assuntos em discussão? Até porque uma das principais características económicas da atividade dos media é a questão dos elevados custos de produção e dos baixos custos de distribuição (Waterman, 2008, p. 390) e a sua influência no processo de decisão de programação. Uma questão que, no caso da transmissão dos debates parlamentares, assume ainda uma característica adicional: todos (ou quase todos) os canais de informação estão, em simultâneo, a retransmitir o mesmo conteúdo parlamentar. O que, do ponto de vista concorrencial, se pode considerar como praticamente neutro².

2. Na verdade, o comportamento associado ao consumo televisivo é bastante mais complexo.

É uma questão que mereceria, pensamos, investigação mais detalhada. E à qual importa juntar um outro elemento de análise: o controlo da captação de imagens é apenas uma questão que resulta da operação “normal” de um sistema de captação de imagem ou é também uma forma de evitar que sejam captadas imagens consideradas não adequadas do ambiente no hemiciclo? Podem ser levantadas questões como “censura” e tentativa de controlo dos media e dos jornalistas (Chisholm, 2005, p. 66)? Uma televisão parlamentar dará tudo o que acontece no hemiciclo ou selecionará as imagens em função do quadro de referência? Dispensando, por exemplo, imagens de manifestantes nas galerias? Ou imagens de gestos e comportamentos que possam, de alguma forma, ser considerados menos próprios do esperado na Assembleia da República?

Recorde-se que, antes da instalação dos meios próprios da ARTV, eram os operadores de televisão que instalavam as suas próprias câmaras no interior do hemiciclo e “realizavam³” a emissão segundo os seus próprios critérios. Ficaram célebres algumas imagens captadas durante algumas emissões em direto em que, por exemplo, os ecrãs dos computadores dos deputados eram filmados, o que permitia perceber o conteúdo do que estavam a pesquisar. Hoje, para a emissão em direto, os canais de televisão estão apenas autorizados a instalar uma câmara numa das bancadas da assistência, de modo a permitir visualizar o respetivo jornalista/pivot parlamentar que toma assento na já referida bancada de imprensa.

Em jeito de conclusão podemos dizer que nunca a vida parlamentar foi tão acessível ao cidadão comum como agora. Assistir à quase totalidade dos trabalhos parlamentares é possível e até fácil. Mas mantém-se o paradoxo já referido por Stephen Coleman em 2004, a propósito do parlamento britânico: “tornar o Parlamento e os representantes eleitos mais transparentes não resultou em maior afeição do público por eles” (Coleman, 2004, p. 2).

3. Realização televisiva no sentido da escolha dos planos e respetiva sequência em função de critérios de conteúdo e forma.

Bibliografia

- Amaral, J., & Fonseca, T. (2019). Comunicar o Parlamento: uma missão impossível? Em A. Vargas, & T. Fonseca (Edits.), *Como funciona o Parlamento* (pp. 397-429). Edições Assembleia da República.
- ARTV. (2016). Colóquio 'O Parlamento Digital e a Democracia Participativa'. ARTV. <https://canal.parlamento.pt/?cid=1316&title=coloquio-o-parlamento-digital-e-a-democracia-participativa>
- Baptista, C. (2016). Género na Política e no Jornalismo Parlamentar: Um contributo para compreender a invisibilidade das mulheres deputadas. Em A. Cabrera (Ed.), *Política no Feminino* (pp. 243-293). Alêtheia Editora.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Difel.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Celta.
- Branco, R., & Diogo, J. F. (2023). A Assembleia da República: génese e composição partidária, 1976-2019. Em P. T. Almeida (Ed.), *O Parlamento Português: Democracia - volume IV* (pp. 21-38). Edições Assembleia da República.
- Cardoso, G. (2023). *A Comunicação da Comunicação. As Pessoas são a Mensagem*. Mundos Sociais.
- Cardoso, G., & Quintanilha, T. L. (2013). Introdução. Em G. Cardoso (Ed.), *A Sociedade dos Ecrãs* (pp. 13-23). Tinta da China.
- Chisholm, E. (2005). MPs, The Media, and The Televising of Parliament. *Political Science*, 57(2), 65-73. <https://doi.org/10.1177/003231870505700207>
- Coleman, S. (2004). Connecting Parliament to the Public via the Internet: Two case studies of online consultations. *Information, Communication & Society*, 7(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/1369118042000208870>
- Dias, C. P. (2024). Jornalismo televisivo: imagens e desafios. Em J. Lourenço (Ed.), *Jornalismo de Especialidade II* (pp. 27-38). Livros Horizonte.
- Fernandes, J. (2015). *O Parlamento Português*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Figueiras, R. (2017). *A Mediatização da Política na Era das Redes Sociais*. Alêtheia Editora.

- Figueiras, R. (2019a). A Mediatização da Cidadania e da Política. Em A. Cabrera, C. A. Santos, & R. Figueiras (Edits.), *Media: Poder, Representação e Epistemologias. Diálogos a propósito da obra de Isabel Ferin da Cunha* (pp. 33-45). Imprensa da Universidade de Coimbra. https://doi.org/10.14195/978-989-26-1703-9_2
- Figueiras, R. (2019b). Mediatização 2.0: A integração das redes sociais na praxis política. Em B. C. Reis, & S. R. Magos (Edits.), *Comunicação Polític@* (pp. 45-74). NIP-C@M. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-99-1.2>
- Gomes, A. (2012). *Nos bastidores dos telejornais : RTP1, SIC e TVI*. Tinta da China.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>
- Leston-Bandeira, C. (2002). *Da Legislação à Legitimação: o Papel do Parlamento Português*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Leston-Bandeira, C. (2014). The pursuit of legitimacy as a key driver for public engagement: The European parliament case. *Parliamentary Affairs*, 67(2), 415-436. <https://doi.org/10.1093/pa/gss050>
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2018). *A Cultura-Mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. Edições 70.
- Lopes, M. (2023). *Audições da comissão de inquérito à TAP: Galamba foi a estrela nas audiências*. Obtido de PÚBLICO: <https://www.publico.pt/2023/05/30/politica/noticia/audicoes-comissao-inquerito-tap-galamba-estrela-audiencias-2051480>
- Lopes, M., & Santos, N. F. (2020). *ARTV chega à maioria sob o desafio das novas plataformas*. Obtido de PÚBLICO: <https://www.publico.pt/2020/09/20/politica/noticia/artv-chega-maioridade-desafio-novas-plataformas-1932155>
- Lourenço, J. (2024). Jornalismo Parlamentar Português: Revisão de uma Subespecialização Jornalística. *Comunicando*, 13(1). <https://doi.org/10.58050/comunicando.v13i1.365>

- Mineiro, J. (2022). *Fazer Política: uma etnografia da Assembleia da República*. Edições Afrontamento.
- Mineiro, J. (2024). Jornalismo Parlamentar e a representação da política: «participar na política de outra forma». Em J. Lourenço (Ed.), *Jornalismo de Especialidade I*. Livros Horizonte.
- Neves, A. (2012). Pelos corredores. Em SIC (Ed.), *Histórias de uma Revolução - SIC 20 Anos, Os Bastidores da Informação* (pp. 27-31). Guerra e Paz.
- Pinto, M (Cord.) (2005) *Televisão e Cidadania: Contributos para o serviço público*. Campo das Letras.
- Pinto, M. (1999). O Jornalismo como Campo Social e como Domínio de Formação. *Comunicação e Sociedade*, 12(1-2), 75-95. [https://doi.org/10.17231/comsoc.1\(1999\).1439](https://doi.org/10.17231/comsoc.1(1999).1439)
- Prior, H. (2021). *Mediacracia: Comunicação e Política na era da Mediatização*. Media XXI.
- Serra-Silva, S. (2021). How parliaments engage with citizens? Online public engagement: a comparative analysis of Parliament websites. *Journal of Legislative Studies*. <https://doi.org/10.1080/13572334.2021.1896451>
- Serra-Silva, S. (2024). *Parlamento de Portas Abertas? A relação da Assembleia da República com os cidadãos*. Edições Assembleia da República.
- Silveirinha, M. J. (2010). Do ‘cidadão informado’ ao ‘cidadão monitorizado’. Em M. Mesquita (Ed.), *Cidadania e Jornalismo* (pp. 45-51). Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento.
- Tibúrcio, T., & Leston-Bandeira, C. (2023). A Assembleia da República: organização e funcionamento. Em P. T. Almeida (Ed.), *O Parlamento Português: Democracia - volume IV* (pp. 39-104). Edições Assembleia da República.
- Waterman, D. (2008). The Economics of Media Programming. Em A. Albarran (Ed.), *Handbook of Media Management and Economics*. Taylor& Francis.

REPRESENTAÇÃO LGBTQIAP+ NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA (2000-2024)¹

Rafael Rodrigues Pereira²

Resumo: Esta proposta de investigação visa realizar uma revisão sistemática da literatura sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro, utilizando a busca por palavras-chave, como gênero; sexualidade; trans no telejornalismo, diversidade no telejornalismo, LGBT no telejornalismo, nas bases de dados científicas, como a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, Periódicos da Capes e anais de congressos científicos de comunicação (Intercom, SBPJOR, Compós), que têm grupos de trabalho sobre estudos de televisão/telejornalismo. A ideia consistiu em mapear as abordagens teóricas, autores mais citados, metodologias empregadas, conceitos centrais, problemas/questões mais utilizados pela comunidade científica, no período de 2000 a 2024. Assim, o objetivo foi identificar como a representação dos corpos LGBTQIAP+ no telejornalismo têm sido discutidas nesses trabalhos, considerando o contexto sociopolítico e cultural do Brasil. À vista disso, por ser um extenso período de coleta de dados, os resultados obtidos indicam a existência de lacunas significativas na área em questão, evidenciando que este é um campo ainda pouco explorado na literatura acadêmica. A escassez de estudos aprofundados sobre o tema

1. Trabalho apresentado na Seção IV Jornalismo da 4ª Conferência Internacional de Televisão e Novos Meios organizado pelo LABCOM - Universidade da Beira Interior.

2. Bacharel em Letras Portugues pela Universidade de São Paulo. Graduação em Jornalismo pela Faculdade Católica Paulista. Especialista em Produção e Práticas Jornalísticas na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero. Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa/Portugal. Pesquisador das representações de gênero, sexualidade e interseccionalidades no campo do Jornalismo, membro do Grupo de Estudos e Observação de Mulheres na Mídia (Grêmio), vinculado à Universidade Federal do Espírito Santo. E-mail: Rafa.rpereira@gmail.com.

ressalta a necessidade de investigações futuras, a fim de expandir o conhecimento, suprir as ausências identificadas e contribuir para um jornalismo mais inclusivo e representativo das pessoas que dissidem da cishetenormatividade.

Palavras-chave: Representação LGBTQIAP+; telejornalismo; gênero; sexualidade; Estudos de televisão.

Introdução

Esta pesquisa constituiu uma etapa preparatória para a redação de um artigo científico que é desdobramento da dissertação de mestrado intitulada *Dissidências Sexuais e de Gênero no Jornalismo Hegemônico: Um Estudo sobre as Representações da População LGBTQIAPN+ na Folha de S. Paulo (2023)*. O estudo se propõe a investigar as representações de corpos LGBTQIAP+ no contexto do telejornalismo brasileiro, com um foco particular nas transformações dessas representações ao longo do tempo. Tendo como ponto de partida o cenário da mídia tradicional, a pesquisa explora a forma como o telejornalismo, enquanto prática comunicacional consolidada, lida com a presença e a visibilidade das identidades de gênero e sexualidades dissidentes, tradicionalmente marginalizadas.

Becker (2022) afirma que o telejornalismo, como uma das principais formas de comunicação de massa, tem um papel crucial na formação da opinião pública e na construção da memória coletiva, pois a televisão permite que os cidadãos construam, por meio de seus programas, registros da realidade social que contribuem para o processo de memorização e reflexão sobre o presente. Nesse sentido, a representação midiática de grupos historicamente oprimidos, como a população LGBTQIAP+, não apenas reflete, mas também influencia as normas e valores de uma sociedade, promovendo ou contestando estereótipos, preconceitos e outras formas de exclusão.

Embora a televisão seja comumente associada a novelas, filmes e seriados, o telejornalismo, enquanto segmento específico da mídia televisiva, exerce um papel distinto na construção dessas representações sociais. Ele é, por excelência, considerado um reflexo das dinâmicas sociais e políticas de

um país, funcionando como um espaço privilegiado para a circulação de informações sobre questões contemporâneas, incluindo as relacionadas à diversidade sexual e de gênero. Assim, ao investigar o tratamento dado aos corpos LGBTQIAP+ pelos telejornais, a pesquisa se insere em um debate mais amplo sobre como a mídia mainstream lida com a diversidade e quais os impactos dessa representação para o reconhecimento social e político das identidades dissidentes.

A principal questão que orienta esta investigação é: como a representação e/ou presença de corpos LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro tem sido abordada na produção acadêmica e quais as contribuições teóricas, epistemológicas e ontológicas das pesquisas para iluminar e refletir sobre os desafios dessa temática? O objetivo geral é realizar uma revisão da literatura, ou um estado da arte, que mapeie as abordagens teóricas e metodológicas adotadas pelos estudos sobre a representação de pessoas LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro, destacando os principais problemas discutidos e as perspectivas de transformação nos modos de representação.

Essa revisão busca identificar as contribuições e os avanços teóricos que têm sido feitos para desconstruir estereótipos historicamente vinculados à comunidade LGBTQIAP+. Além disso, a pesquisa pretende mapear as metodologias e técnicas mais utilizadas, de modo a entender as tendências predominantes nos estudos sobre a representação dessa população na mídia. A análise desses aspectos permitirá compreender se, de fato, há uma evolução na forma como o telejornalismo brasileiro tem abordado questões relacionadas à diversidade sexual e de gênero ou se ainda prevalecem padrões arcaicos e preconceituosos.

Outro ponto central da pesquisa é investigar os conceitos centrais e as questões recorrentes que têm sido discutidas nas publicações acadêmicas sobre o tema. Como as questões envolvendo as identidades LGBTQIAP+ têm sido tratadas no contexto da mídia tradicional? Existe um espaço para o reconhecimento pleno dessas identidades, ou elas continuam sendo marginalizadas, estigmatizadas e representadas de forma superficial ou descontextualizada?

Esse tipo de análise visa contribuir para a compreensão do estado atual da produção acadêmica sobre o tema, identificando lacunas e áreas pouco exploradas, que podem ser melhor investigadas por futuros pesquisadores.

A metodologia adotada nesta investigação é uma revisão sistemática da literatura, também conhecida como estado da arte. Essa abordagem permite mapear, selecionar, analisar e sintetizar os estudos acadêmicos relevantes, facilitando a identificação de padrões e lacunas na produção científica existente sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro. Por meio desse processo, será possível fornecer uma visão abrangente das pesquisas mais relevantes, considerando o contexto histórico e social em que foram produzidas, bem como as abordagens teóricas e metodológicas empregadas.

A busca por artigos, dissertações e teses foi orientada por um conjunto de palavras-chave cuidadosamente selecionadas, como gênero, sexualidade, diversidade no telejornalismo, trans no telejornalismo, representação LGBT e telejornalismo. Essas palavras-chave foram fundamentais para garantir que a pesquisa abrangesse as múltiplas dimensões do tema, além de garantir a captura do maior número possível de estudos que discutem o tratamento da diversidade sexual e de gênero no telejornalismo, considerando diferentes perspectivas teóricas e metodológicas. Dessa forma, o trabalho abrange tanto as questões mais amplas da representação da diversidade quanto as questões específicas do telejornalismo.

A seleção do corpus de análise envolveu a escolha de dissertações, teses, artigos e resumos apresentados em congressos científicos, com recorte temporal de 2000 a 2024. Os critérios de inclusão focaram nos trabalhos que tratassem diretamente da representação de corpos LGBTQIAP+ no telejornalismo, excluindo aqueles que abordavam outras formas de mídia, como rádio ou mídia digital. Isso garante que a análise se concentre unicamente no telejornalismo, permitindo um aprofundamento maior nas características específicas dessa forma de mídia.

A fundamentação teórica deste estudo se baseia nos Estudos Culturais, área que fornece os instrumentos necessários para analisar as representações de gênero e sexualidade na mídia, e para entender como essas representações contribuem para a construção das identidades sociais e culturais. Os Estudos Culturais, ao se debruçarem sobre a mídia como um campo de disputa simbólica, oferecem uma visão crítica sobre as práticas de representação.

Ao integrar essa vertente teórica, a pesquisa não só analisa como a comunidade LGBTQIAP+ é representada, mas também oferece uma reflexão mais ampla sobre o papel da mídia no fortalecimento ou na contestação de normas de gênero e sexualidade. Dessa forma, o estudo busca não apenas compreender as representações existentes, mas também contribuir para o avanço de um jornalismo mais inclusivo, plural e comprometido com a desconstrução de estereótipos e com a promoção da diversidade.

O papel da televisão na formação memória coletiva e do telejornalismo na promoção da diversidade

A mídia televisiva no Brasil, desde seu início em 1950, tem desempenhado um papel essencial na difusão de informações e na construção da memória coletiva nacional. Este meio de comunicação, que ainda hoje é o principal canal de massa no Brasil, vai além da simples transmissão de notícias e entretenimento. Historicamente, consolidou-se como um espaço crucial na formação e na expressão de identidades e subjetividades (Leite, 2018; Becker, 2022a).

Ao longo de mais de 70 anos de televisão no país, o esforço para garantir que a população, em um território de dimensões continentais, tivesse acesso a esse meio, carrega um forte componente social. Isso ocorre porque a televisão assume um papel social, político e cultural, funcionando como um meio de criação, difusão e fortalecimento de significados que influenciam diretamente os modos de vida dos brasileiros (Leite, 2018; Fischer, 2001, citado por Nogueira, 2004).

Durante esse processo, o telejornalismo brasileiro se consolidou, na década de 1960, como um novo estilo de comunicação, caracterizado por uma linguagem própria e uma busca por representar a realidade de maneira precisa, contrastando com as abordagens mais flexíveis observadas até então no audiovisual. No entanto, ao adotar uma abordagem completamente objetiva e imparcial, focada na literalidade dos fatos, o público se sentiu distanciado da realidade retratada, o que gerou uma série de transformações no campo do telejornalismo (Becker, 2022b).

Becker (2022) também levanta uma reflexão sobre a possibilidade de as representações no telejornalismo serem totalmente fiéis, dado que elas são criadas por profissionais cujas subjetividades são inevitáveis. Além disso, essas representações são influenciadas pelas ideologias dos canais de televisão, seus patrocinadores e até mesmo do Estado. Assim, na dinâmica das redações, as crenças e interesses pessoais dos jornalistas também afetam a produção das notícias. Dessa forma, tanto as perspectivas dos emissores quanto dos receptores contribuem para a construção das matérias (Assis, Freire & Ayres, 2021).

Ao analisar as práticas do telejornalismo como formadoras de um ambiente cis-heteronormativo (Assis, 2023), reconhece-se que o jornalista, embora subordinado à organização em que atua, tem um papel ativo ao tomar decisões que refletem suas próprias perspectivas culturais, políticas e ideológicas. Nesse sentido, a presença de jornalistas LGBTQIAP+ tanto na frente quanto por trás das câmeras contribui para a criação de conteúdos e discussões mais diversas, desafiando estereótipos e preconceitos históricos. Contudo, esses profissionais ainda enfrentam desafios significativos no mercado do telejornalismo, incluindo discriminação e a estrutura conservadora das emissoras no Brasil.

Embora haja resistência por parte de uma parcela da população brasileira, especialmente devido a influências conservadoras e religiosas, a presença de pessoas LGBTQIAP+ na televisão tem mostrado um crescimento significativo (Araújo, 2020). A televisão no Brasil tem desempenhado um

papel importante na promoção da aceitação dessas pessoas em espaços de visibilidade, o que tem ajudado na redução da marginalização dessa comunidade e no seu ingresso em outros setores da sociedade (Leite, 2021; Cerqueira, 2022).

Contudo, Mendes (2017) e Leite (2021) argumentam que as representações de pessoas LGBTQIAP+ na mídia têm sido predominantemente estereotipadas. Mendes (2017) critica a frequência com que personagens gays em novelas, filmes e séries são representados como afeminados, muitas vezes interpretados por atores que não fazem parte da comunidade. Por sua vez, Leite (2021) aponta que esses estereótipos são usados para apelar a segmentos específicos de público, visando maximizar o consumo.

Além disso, ao analisar a televisão além de seus produtos de ficção, como novelas e séries, é fundamental entender o papel do telejornalismo, um dos principais produtos audiovisuais de grande consumo no Brasil. O jornalismo televisivo contribui para a construção de um «mundo narrado» (Leal & Jácome, 2011), refletindo a sociedade e promovendo a diversidade (Becker, 2022).

Dentro dessa perspectiva, também se identificam desafios nas representações de jornalistas LGBTQIAP+ que atuam na frente das câmeras. Darde (2009) aponta que tanto as empresas de mídia quanto os próprios jornalistas ainda perpetuam discursos que reforçam a normatividade dominante, o que contribui para a perpetuação de discriminação, especialmente em relação a questões de diversidade sexual.

É necessário compreender que, além de abordar a presença de personagens LGBTQIAP+ como pauta de notícias, é crucial que essas pessoas estejam inseridas no mercado de telejornalismo para dar voz a outras comunidades marginalizadas. No entanto, o *Relatório do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021* (Lima, 2022) apresenta lacunas ao tratar dessa população, uma vez que o documento aponta a ausência de questões relacionadas à classe, gênero, orientação sexual e raça no questionário, temas que influenciam diretamente o dia a dia dos jornalistas.

Segundo Cerqueira (2022), a dificuldade de acesso de profissionais LGBTQIAP+ ao telejornalismo decorre de práticas conservadoras que ainda persistem na sociedade. Estruturalmente, isso contribui para a exclusão e marginalização desses profissionais, principalmente os que não se enquadram na cis-heteronormatividade estabelecida como padrão. Por sua vez, Assis (2023) observa que, embora jornalistas LGBTQIAP+ tenham sido, por muito tempo, restritos a espaços alternativos na mídia, atualmente, têm conseguido ocupar posições na imprensa convencional. No entanto, o autor aponta que as manifestações públicas de orientação sexual e identidade de gênero de jornalistas ainda são tratadas como algo fora do convencional, especialmente no telejornalismo.

Apesar de contar com concessões do governo, a televisão no Brasil é predominantemente controlada pela iniciativa privada e, em grande parte, pertence a famílias tradicionais e de grande poder econômico. Dessa forma, esse meio, que tem um papel significativo na formação da opinião pública, tende a beneficiar e preservar os interesses da elite, sem se comprometer com causas sociais ou com a diversidade da população brasileira (Sodré, 1999; Costa & Henriques, 2016).

Nesse contexto, a literatura aponta que jornalistas LGBTQIAP+ enfrentam uma realidade frequentemente estereotipada pela heteronormatividade persistente na profissão. Os desafios dentro das redações vão desde situações de constrangimento e retaliação até a desigualdade salarial, chegando à imposição de normas para controlar os gestos e a aparência física. Por isso, é comum que jornalistas gays se autocensurem, tentando aparentar ser «menos gay» (Porto & Feitosa, 2017).

Darde (2009) e Silva (2014), citada por Assis (2023, p. 154) argumentam que jornalistas LGBTQIAP+ enfrentam essas questões porque o telejornalismo ainda é um «ambiente cis-heteronormativo, predominantemente pautado por parâmetros ligados ao ideal de masculinidade, reforçado ao longo do tempo». Assis (2023) também observa que, quanto mais o profissional se afasta desse padrão, com características distintas do homem cis-heterossexual, mais desafiadoras se tornam as condições em seu trabalho.

Além disso, a segregação e hierarquização do trabalho, que historicamente colocou as mulheres em uma posição subordinada aos homens, agora afeta a população LGBTQIAP+, que é colocada em uma posição inferior à dos homens cis e heterossexuais, no topo da pirâmide. De fato, surge uma nova perspectiva sobre a «divisão sexual do trabalho», formulada a partir do modelo binário (masculino-feminino) aplicado à problemática em questão (Assis, 2023).

A perspectiva dos Estudos Culturais

Sobre os sistemas de representação cultural, Woodward (2000, p. 8) afirma que as «identidades adquirem significado por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais são representadas. A representação simbolicamente classifica o mundo e as nossas relações dentro dele» (Hall, 1997a). Nesse contexto, o conceito de representação está relacionado à forma como os discursos — ou seja, os textos e imagens — substituem, explicam, simbolizam ou «reapresentam» eventos, fenômenos ou indivíduos (Hall, 2016). Esses discursos, no entanto, não são imparciais; ao contrário, Hall (1996, p. 68) destaca que «as práticas de representação sempre envolvem posições de onde se fala ou escreve — as posições de enunciação». Tais posições são determinadas por um contexto espaço-temporal específico, assim como pelas particularidades históricas e culturais que influenciam nossas representações discursivas.

Nessa perspectiva, representação «é uma parte fundamental do processo pelo qual o significado é produzido e trocado entre os membros de uma cultura» (Hall, 2016, p. 31). Com isso, torna-se essencial também analisar o papel das representações midiáticas ao tratar dessas identidades. João Freire Filho (2005) enfatiza que a necessidade de investigar a representação, ou a ausência dela, se consolidou na década de 1960 com os estudos culturais, que questionaram e refletiram sobre a maneira como essas identidades eram apresentadas nas mídias.

Um problema que emerge da cultura e se fortalece na representação midiática, com implicações na construção da memória coletiva, é o estereótipo. Esse conceito está presente no significado gerado pela representação, ou seja, no que é extraído do que foi dito, mostrado ou expresso, dependendo da visão de mundo do receptor. Segundo João Freire Filho (2005, p. 22), os estereótipos são:

«Construções simbólicas distorcidas, imunes à reflexão racional e resistentes a mudanças sociais. A propagação, pelos meios de comunicação de massa, de representações inadequadas sobre estrangeiros, classes sociais e outras comunidades, é apontada como um grave problema para o processo democrático, cujo avanço exige a opinião esclarecida de cada cidadão sobre questões cruciais da vida política e social» (Freire Filho, 2005, p. 22).

Embora o autor apresente essa definição, ele argumenta que é importante ter discernimento ao tratar do estereótipo, já que ele surge da necessidade de representar algo que não é visível ou verbalizado, sendo fruto de um contexto social e cultural mais amplo. Em seu texto, o autor conclui que é crucial questionar a origem dessas imagens sociais e entender por que elas se transformam, ao longo do tempo, em representações imutáveis sobre determinadas comunidades. O problema dos estereótipos reside no fato de que eles se consolidam na memória coletiva. Renato Ortiz (1975, p. 133) sustenta que «a memória coletiva só pode existir enquanto vivência, ou seja, enquanto prática que se manifesta no cotidiano das pessoas». Dessa forma, torna-se essencial discutir questões sociais como a homofobia e a transfobia, pois quanto mais as pessoas se familiarizarem com esses temas, mais elas se conectam com identidades culturais diferentes das suas próprias.

Ao integrar os conceitos de identidade e memória, Joël Candau (2011) argumenta que é provável que os membros de uma sociedade compartilhem formas similares de se comportar, como gestos, maneiras de falar e de agir, que são adquiridas durante o processo de socialização inicial. Essas maneiras de ser no mundo, que contribuem para definir as pessoas, são

memorizadas de forma inconsciente, o que garante sua eficácia. Sob essa perspectiva, é necessário reconhecer as concepções situacionais de identidade, sem rejeitá-las, pois pode haver um núcleo de memória, um fundo ou uma base cultural — ou, como Ernest Gellner descreve, um «capital cognitivo fixo» — compartilhado por uma maioria de membros de um grupo, conferindo-lhe uma identidade com certa essência (Candau, 2011, p. 26).

Entretanto, o autor considera simplista definir a identidade de um grupo apenas pela memória social incorporada em práticas culturais e hábitos, pois, embora as identidades contenham essas conexões socioculturais fundamentais, elas também são produzidas e transformadas em situações, contextos e circunstâncias que geram sentimentos de pertencimento e visões de mundo, que podem ser étnicas, de gênero, geracionais, etc. (Candau, 2011).

Essa emergência resulta de processos dinâmicos de inclusão e exclusão, onde diferentes atores aplicam estratégias de designação e atribuição de características identitárias, reais ou fictícias, utilizando recursos simbólicos que podem ser descartados, seja de maneira temporária ou definitiva. Esses enfoques nas «dimensões» e «significados da identidade» criam diferenças, ou mais precisamente, «fronteiras sociais» instáveis, a partir das quais os indivíduos percebem as distinções entre «nós» e «os outros». As variações situacionais da identidade impedem que ela seja reificada, reduzida a uma essência ou substância (Candau, 2011, p. 27).

Assim, Candau (2011, p. 25) reforça que «a identidade (cultural ou coletiva) é certamente uma representação». O ponto comum entre os autores citados é o conceito de resignificação, ou seja, a representação carrega o potencial de transformar significados. As noções e visões de mundo mudam ao longo da história e da cultura, afetando, assim, as identidades. A mídia desempenha um papel central nesse processo, pois é responsável por transmitir significados todos os dias através do telejornalismo. Contudo, a noção estética do que é transmitido atualmente está profundamente enraizada em um contexto histórico.

O percurso metodológico

A metodologia adotada para esta investigação é uma revisão sistemática da literatura, com o objetivo de mapear, selecionar, analisar e sintetizar os estudos relevantes sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro. Este método foi escolhido devido à sua capacidade de fornecer uma visão ampla e estruturada das produções acadêmicas já existentes, além de possibilitar a identificação de padrões, lacunas e tendências no campo de pesquisa. A revisão sistemática permite uma análise rigorosa, baseada em critérios bem definidos, garantindo que o estudo seja completo e confiável.

A primeira etapa da pesquisa envolveu a definição das palavras-chave que orientariam a busca pelos estudos. Essas palavras foram escolhidas de forma a cobrir as várias dimensões da temática abordada, como gênero, sexualidade, diversidade no telejornal, representação LGBT e telejornalismo. A seleção cuidadosa dessas palavras-chave visou capturar artigos e dissertações que tratassem da representação da comunidade LGBTQIAP+ no contexto do telejornalismo brasileiro, abrangendo diferentes abordagens teóricas e metodológicas. Além disso, foi feita a combinação dessas palavras-chave, visando aumentar a abrangência dos resultados e a diversidade das pesquisas encontradas.

A busca pelos estudos foi realizada em bases de dados científicas de grande relevância para a área de comunicação e estudos de mídia. As principais fontes de pesquisa foram o Banco Digital de Teses e Dissertações da CAPES, o Portal de Periódicos da CAPES e três anais de congressos científicos especializados, como o Intercom, o Compós e o SBPJOR. Esses congressos e periódicos são amplamente reconhecidos na área da comunicação e possuem grupos de trabalho que abordam temáticas relacionadas ao telejornalismo e à representação midiática, o que os torna fontes ideais para a pesquisa.

Para garantir a qualidade e relevância dos estudos selecionados, a pesquisa abarcou artigos, dissertações, teses e resumos apresentados nos

congressos, sempre com foco na representação dos corpos LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro. O recorte temporal estabelecido para a seleção dos estudos foi de 2000 a 2024, de modo a incluir tanto produções mais recentes quanto trabalhos que refletissem as mudanças ao longo do tempo na cobertura e representação da comunidade LGBTQIAP+ nos telejornais.

Na etapa de seleção do corpus, foram adotados critérios rigorosos para garantir que os estudos escolhidos fossem pertinentes à temática proposta. Foram incluídos apenas trabalhos que abordassem de forma direta e clara a representação da comunidade LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro. A ideia era mapear os estudos que focassem especificamente nesse contexto, de modo a não incluir pesquisas que tratassem da temática de forma periférica ou com outras mídias como foco central, como rádio ou mídia digital.

Os critérios de inclusão e exclusão foram criteriosamente definidos para assegurar a consistência da revisão. Foram incluídos os estudos que, independentemente da abordagem teórica ou metodológica, tratassem diretamente da representação de corpos LGBTQIAP+ no telejornalismo. Dessa forma, o estudo abrangeu trabalhos de diferentes perspectivas, desde os que focam nas narrativas de representatividade até os que discutem a marginalização ou a estigmatização de certos corpos e identidades dentro desse espaço.

Os critérios de exclusão foram igualmente definidos de maneira a refinar a seleção e garantir a relevância dos estudos para o tema central da pesquisa. Foram excluídos da revisão os trabalhos que não abordassem especificamente o telejornalismo, ou que tivessem como foco principal outras mídias, como rádio ou plataformas digitais. Também foram descartados os estudos que não apresentassem uma análise direta da representação da comunidade LGBTQIAP+ ou que abordassem outros meios de comunicação sem um recorte claro sobre o telejornalismo.

Além disso, foi dada atenção especial ao rigor metodológico dos estudos selecionados. Trabalhou-se com a ideia de incluir apenas pesquisas que apresentassem uma análise aprofundada e fundamentada, garantindo a

qualidade da revisão sistemática. As dissertações e teses foram avaliadas quanto à sua consistência teórica e metodológica, enquanto os artigos foram analisados em termos de sua contribuição para a discussão sobre a representação da comunidade LGBTQIAP+ na mídia televisiva.

A análise dos estudos selecionados seguiu um processo de leitura crítica, no qual foram identificados os principais pontos de convergência e divergência entre os diferentes trabalhos. A partir dessa leitura, foi possível mapear os principais temas abordados, como a visibilidade da comunidade LGBTQIAP+, a representação de identidades de gênero e orientação sexual, e as discussões sobre a construção de estereótipos ou a promoção de uma representação mais inclusiva e diversificada.

Por fim, a síntese dos estudos permitiu a elaboração de um panorama atualizado sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro, identificando as tendências predominantes, as lacunas na produção acadêmica e as áreas que necessitam de mais investigação. Com isso, a metodologia da revisão sistemática proporcionou uma análise aprofundada e bem estruturada da literatura existente, contribuindo para o avanço do conhecimento sobre o tema e apontando direções para futuras pesquisas na área.

Análise e discussão dos resultados

A seguir, tem-se as tabelas de resultados da pesquisa realizada nos bancos de dados científicos, que têm como objetivo fornecer uma visão quantitativa dos dados e observações pertinentes. Essas tabelas foram elaboradas a partir da coleta e organização das informações obtidas durante o estudo, através das palavras-chave previamente definidas. Elas servem como base para a discussão e interpretação dos achados, além de evidenciar padrões relevantes que contribuem para a compreensão do tema investigado.

Mapeamento no Banco de Teses e Dissertações da CAPES

Palavra-chave	Quantidade de Trabalhos	Fonte	Período	Resultado
Telejornalismo	602	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	
Representação LGBT	41	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	
Sexualidade	10.495	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	
Gênero	40.610	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	
Diversidade Telejornalismo	12	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	
LGBT Telejornalismo	1	Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES	2000-2024	Apenas 1 Trabalho - Dissertação (2017)

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Mapeamento dos artigos no Portal de Periódico da Capes

Palavra-chave	Quantidade de Trabalho	Fonte	Período	Resultado
Telejornalismo	317 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
Representação LGBT	49 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
Sexualidade	6.701 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
Diversidade Telejornalismo	5 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
Gênero	70.274 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
LGBT Telejornalismo	0 artigos	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	
Trans no Telejornalismo	1 artigo	Portal de Periódicos da Capes	2000-2024	Apenas 1 trabalho encontrado com a palavra-chave "trans"

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Mapeamento nos Anais do Congresso Intercom Nacional

Palavra-chave	Quantidade de Trabalhos	Fonte: Intercom	Observação
Telejornalismo	351	Intercom	Nenhum dos trabalhos trata da representação LGBTQIAP+ especificamente no telejornalismo. O termo aparece pontualmente, mas a temática abordada é sobre publicidade, telenovelas, produções audiovisuais, entre outros.
Gênero e Sexualidade	17	Intercom	
Representação LGBT	61	Intercom	

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Mapeamento nos Anais do Congresso SBPJOR

Palavra-chave	Quantidade de Trabalhos	Fonte: SBPJOR	Observação
Telejornalismo	35	SBPJOR	Nenhum dos trabalhos trata da representação LGBTQIAP+ especificamente no telejornalismo. O período de coleta foi menor, pois a SBPJOR só iniciou os congressos a partir de 2003.
Gênero e Sexualidade	3	SBPJOR	
Representação LGBT	2	SBPJOR	

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Mapeamento nos Anais do Encontro Nacional da Compós

Palavra-chave	Quantidade de Trabalhos	Fonte: Compós	Observação
Telejornalismo	105	Compós	Nenhum dos trabalhos trata da representação LGBTQIAP+ especificamente no telejornalismo.
Gênero e Sexualidade	85	Compós	
Representação LGBT	12	Compós	

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Resultados dos trabalhos encontrados

Ano	Autor	Título	Instituição	Palavras-chave	Abordagem	Repositório
2017	Adamo Antoniani da Silva Insfran	Análises das fontes do Canção Nova Notícias por um prisma Queer	Universidade Federal de Goiás	Telejornalismo Gênero Sexualidade	Perspectiva Queer	Banco de Teses e Dissertações da CAPES
2020	Regiane Regina Ribeiro; Eleonora Camargo Mendonça	A TV que não vê: uma análise sobre as representações trans nas reportagens locais da Rede Globo	Universidade Federal da Bahia	Telejornalismo Representação Transsexualidade	Estudos Culturais e Estudos de gênero	Portal de Periódicos da CAPES

Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

A análise dos textos disponíveis nos repositórios citados revelou uma quantidade limitada de materiais que tratam diretamente da representação LGBTQIAP+ no telejornalismo. Durante o período analisado, apenas dois estudos específicos sobre este tema foram encontrados, o que pode indicar

uma lacuna importante na produção acadêmica sobre a representação desse grupo no jornalismo televisivo. A dissertação de mestrado de Adamo Antonioni da Silva Insfran, de 2017, intitulada *Análise das fontes do Canção Nova Notícias por uma prima Queer*, explora a interseção entre gênero, sexualidade e jornalismo, utilizando uma perspectiva queer para examinar como a emissora Canção Nova aborda questões de gênero e sexualidade. O outro trabalho relevante é um artigo publicado no Portal de Periódicos da CAPES, intitulado *A TV que não vê: uma análise sobre a representação trans nas reportagens locais da Rede Globo*, de autoria de Regiane Regina Ribeiro e Eleonora Camargo de Mendonça, que analisa como a mídia, especialmente a Rede Globo, lida com a representação de pessoas trans no telejornalismo.

O fato de esses dois textos serem os únicos diretamente focados na representação LGBTQIAP+ no telejornalismo sugere uma carência de estudos específicos que abordem essa temática de forma profunda. O termo «telejornalismo» aparece pontualmente em alguns trabalhos, mas, na maioria dos casos, os estudos se concentram em outros meios audiovisuais, como publicidade, telenovelas e produções ficcionais. Isso reflete uma tendência na pesquisa acadêmica de abordar as questões de gênero e sexualidade no contexto de produções culturais mais amplas, como as ficções televisivas, enquanto o telejornalismo é tratado de forma mais superficial ou indireta. Esse cenário sugere que a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo ainda é um campo pouco explorado, o que abre espaço para futuras pesquisas que possam detalhar como essas questões são tratadas nas notícias.

No corpus analisado, as palavras-chave mais frequentes incluem termos como «gênero», «sexualidade», «queer», «telejornalismo», «televisão», «LGBTQIA+», «estereótipos», «visibilidade», «representação midiática» e «transexualidade». Esses termos refletem as principais preocupações teóricas e metodológicas presentes nos estudos. A frequência do uso de palavras como «gênero» e «sexualidade» indica uma abordagem centrada nas construções sociais e culturais desses conceitos, enquanto a presença de termos como «estereótipos» e «visibilidade» sugere uma crítica às formas como os grupos LGBTQIAP+ são representados nos meios de comunicação. Isso

aponta para a necessidade de uma análise mais detalhada dos discursos midiáticos e como eles contribuem para a formação da identidade social desses grupos.

Os tipos de estudo predominantes nos materiais analisados são de natureza qualitativa e exploratória, com foco em análises de conteúdo, estudos do discurso e recepção, estudos de representação e identidade, e análises críticas de mídia. Isso mostra que os pesquisadores tendem a adotar abordagens metodológicas que permitem uma análise profunda dos discursos midiáticos e das representações sociais. A análise de conteúdo, por exemplo, é comumente usada para mapear as temáticas em que mais o público LGBTQIAP+ aparece, enquanto os estudos do discurso investigam as representações positivas, negativas, estereotipadas ou marginalizadas desses grupos. Essas abordagens são fundamentais para entender como o telejornalismo constrói e reforça determinados estereótipos sobre a comunidade LGBTQIAP+.

O enquadramento (framing) também é uma das abordagens metodológicas mais utilizadas nos estudos sobre a representação LGBTQIAP+ na mídia. A análise do tipo de linguagem e das imagens usadas para representar indivíduos LGBTQIAP+ nos telejornais é essencial para compreender como esses grupos são inseridos nas narrativas jornalísticas. Essa técnica permite observar não apenas a visibilidade desses indivíduos, mas também os contextos em que sua presença é destacada ou silenciada. A linguagem e as imagens utilizadas no telejornalismo são ferramentas poderosas para a construção de significados e para a manutenção de determinados padrões ideológicos, como a heteronormatividade, que ainda predomina em muitos meios de comunicação.

A metodologia de estudo de caso também se destaca nos trabalhos analisados. A escolha de estudos de caso específicos de programas ou emissoras de televisão permite uma investigação mais detalhada de como as representações LGBTQIAP+ são abordadas em contextos específicos. O estudo de caso é particularmente relevante para o telejornalismo, uma vez que diferentes emissoras podem ter abordagens distintas em relação à cobertura de temas

LGBTQIAP+. A análise desses casos ajuda a identificar as estratégias jornalísticas utilizadas para representar a diversidade sexual e de gênero, além de evidenciar as limitações e os avanços na cobertura de questões relacionadas a esses grupos.

As ancoragens teóricas mais recorrentes nos trabalhos revisados são os estudos culturais, a teoria crítica de mídia, o feminismo, os estudos de gênero, a teoria queer, as teorias da representação e as teorias do discurso. Esses referenciais teóricos fornecem uma base sólida para entender como as questões de gênero e sexualidade são tratadas na mídia e, em particular, no telejornalismo. A teoria queer, em especial, oferece uma perspectiva crítica sobre as normas de gênero e sexualidade, desafiando as representações tradicionais e propondo uma abordagem mais inclusiva e fluida. Além disso, os estudos de representação e identidade são essenciais para compreender como os indivíduos LGBTQIAP+ constroem e negociam suas identidades na sociedade, especialmente no contexto midiático.

Entre os autores mais citados nos estudos, destacam-se nomes como Judith Butler, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Stuart Hall e Ana Carolina Escosteguy. Esses pensadores são fundamentais para a compreensão das questões de gênero, poder e identidade, e suas obras oferecem importantes ferramentas para a análise das representações midiáticas. A contribuição de Butler, por exemplo, com sua teoria da performatividade de gênero, é essencial para entender como as representações de gênero no telejornalismo podem ser normativas ou subversivas. Da mesma forma, as obras de Foucault sobre poder e subjetividade são cruciais para a análise de como os discursos midiáticos influenciam a construção da identidade e da marginalização dos grupos LGBTQIAP+.

Os conceitos principais abordados nos estudos analisados incluem «representação e identidade», «estereótipos e estigmas», «heteronormatividade», «gênero e performatividade de gênero», «interseccionalidade», «poder e ideologia». Esses conceitos revelam a complexidade das questões discutidas pelos autores e a relevância de uma abordagem interseccional na análise

das representações midiáticas. A interseccionalidade, por exemplo, permite compreender como diferentes dimensões de identidade, como gênero, sexualidade, raça e classe social, interagem na formação das representações dos indivíduos LGBTQIAP+ no telejornalismo. A crítica à heteronormatividade também é central, uma vez que muitas vezes o telejornalismo reforça normas rígidas sobre o que é considerado «normal» ou «aceitável» em relação à sexualidade e ao gênero.

Dessa forma, é possível constatar que, embora existam alguns estudos sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo, a produção acadêmica nessa área ainda é insuficiente. A presença de termos como «estereótipos», «visibilidade» e «representação midiática» nas palavras-chave dos trabalhos analisados aponta para uma crescente preocupação com a forma como esses grupos são tratados pela mídia. No entanto, a falta de estudos específicos e aprofundados sobre o telejornalismo demonstra a necessidade de mais pesquisas que explorem de maneira mais detalhada como a mídia noticiosa aborda a diversidade sexual e de gênero, e como isso contribui para a construção das identidades desses grupos na sociedade.

A análise dos estudos revisados evidencia uma produção ainda incipiente sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo brasileiro, o que revela não apenas uma lacuna empírica, mas também uma dimensão simbólica importante. Essa ausência de trabalhos dedicados ao tema reproduz o que Stuart Hall (1997, 2016) descreve como o processo de fixação de significados, ou seja, a tendência de estabilizar certos sentidos culturais e excluir outros do campo da visibilidade. Assim, o silêncio acadêmico sobre o telejornalismo e a diversidade sexual não é neutro, mas parte de uma lógica discursiva que reflete e reforça a marginalização das dissidências de gênero no espaço midiático.

Ao observar que apenas dois estudos, no intervalo de 24 anos, abordam diretamente o tema, constata-se uma “ausência representacional” que, como argumenta João Freire Filho (2005), é tão significativa quanto as representações estereotipadas. A escassez de pesquisas sobre o tema indica que o

campo da Comunicação ainda não problematizou de forma sistemática a construção simbólica das identidades LGBTQIAP+ no telejornalismo, concentrando-se, em sua maioria, nas ficções televisivas. Essa lacuna sugere que a produção científica ainda opera dentro de uma matriz de inteligibilidade que, conforme Judith Butler (1990), delimita o que pode ser reconhecido como legítimo ou inteligível no discurso social.

Os resultados encontrados reforçam, portanto, a necessidade de compreender o telejornalismo como espaço de produção de significados e poder, e não como simples reflexo da realidade. Em diálogo com Michel Foucault (1979), é possível afirmar que os discursos jornalísticos participam ativamente da constituição dos sujeitos sociais, produzindo regimes de verdade que definem quais corpos e identidades podem ser enunciados. O telejornalismo, ao selecionar pautas, enquadramentos e formas de enunciação, desempenha papel central na governamentalidade da visibilidade, regulando quem é visto e como é visto.

Além disso, a análise dos estudos aponta que, mesmo quando a diversidade aparece na tela, ela tende a ser enquadrada por discursos normativos e moralizantes, o que evidencia o caráter performativo da mídia. Como sustenta Butler (1990), as identidades de gênero não são essências fixas, mas construções reiteradas que adquirem coerência por meio da repetição de normas culturais. Assim, ao reproduzir imagens estereotipadas ou representações superficiais de pessoas LGBTQIAP+, o telejornalismo contribui para a reafirmação da heteronormatividade e da cisgeneridade como regimes hegemônicos de representação.

Essa dinâmica também se articula com o conceito de estereótipo como cristalização simbólica proposto por Freire Filho (2005). O autor observa que as imagens midiáticas, ao se repetirem, consolidam-se na memória coletiva, tornando-se resistentes à reflexão crítica. Tal perspectiva encontra eco em Candau (2011), ao sustentar que a memória coletiva é sustentada por práticas sociais reiteradas — o que significa que o telejornalismo, ao não diversificar suas narrativas, reforça memórias excludentes e hierarquizadas

sobre gênero e sexualidade. A ausência de contra-representações contribui, portanto, para a manutenção de uma cultura de silenciamento.

Do ponto de vista metodológico, a predominância de estudos qualitativos e de análise de discurso nos trabalhos encontrados indica uma tentativa de desvelar as estruturas simbólicas de poder que sustentam as representações midiáticas. Essa escolha metodológica dialoga diretamente com a tradição dos Estudos Culturais (Hall, 1996; Woodward, 2000), para os quais o discurso é uma arena de disputa pela significação. No entanto, os resultados desta revisão demonstram que essa potencialidade crítica ainda é subaproveitada na produção brasileira, que frequentemente se limita à descrição de casos, sem avançar para interpretações teórico-críticas mais amplas.

Percebe-se que o desafio principal não é apenas mapear lacunas quantitativas, mas compreender o sentido político dessas ausências. A invisibilidade de corpos dissidentes no telejornalismo reflete uma epistemologia da exclusão, na qual determinados saberes e experiências são sistematicamente desautorizados. Essa constatação remete à crítica de Bourdieu (1997) sobre o poder simbólico: os meios de comunicação, ao naturalizarem certos modos de representação, contribuem para a legitimação de estruturas sociais desiguais. Assim, a ausência de estudos sobre a presença LGBTQIAP+ no telejornalismo é, ela própria, um sintoma do poder simbólico que regula a produção de conhecimento.

Por fim, os achados desta revisão reforçam a necessidade de um reposicionamento epistemológico no campo da Comunicação. Torna-se evidente que o telejornalismo deve ser analisado não apenas como prática informativa, mas como espaço de disputa por reconhecimento e cidadania. A integração entre teoria e empiria deve, portanto, ir além da descrição das representações, incorporando uma crítica às condições materiais e simbólicas que as produzem. Isso implica repensar o papel do pesquisador como agente de transformação, capaz de tensionar as fronteiras do que é representável e de promover uma ciência comunicacional comprometida com a pluralidade e a justiça social.

Considerações finais

As considerações finais deste estudo destacam a relevância de continuar a investigação sobre a representação LGBTQIAP+ no telejornalismo, um campo que, embora crescente, ainda carece de profundidade analítica. A escassez de estudos específicos sobre o tema durante o período analisado revela que a representação da comunidade LGBTQIAP+ nas grandes redes de comunicação ainda é um tópico subexplorado. Embora haja avanços em relação à visibilidade e inclusão desses grupos, a falta de pesquisas aprofundadas impede que se compreenda melhor o impacto das narrativas jornalísticas na formação das percepções sociais e políticas sobre a diversidade de gênero e sexualidade. Isso é especialmente importante para entender como os telejornais podem contribuir para a ampliação do debate sobre direitos humanos e a inclusão social.

Nesse sentido, é essencial que futuras pesquisas se concentrem em novas áreas que hoje estão pouco exploradas. Uma sugestão seria investigar o impacto das redes sociais nas representações LGBTQIAP+ nos telejornais, considerando a interação entre essas plataformas e a mídia tradicional. A análise das reações dos telespectadores nas redes sociais e como essas interações influenciam as narrativas jornalísticas pode fornecer um olhar mais dinâmico sobre como o público consome e responde à cobertura de temas LGBTQIAP+. Outra linha importante de investigação é a análise da presença e dos desafios enfrentados por profissionais transgêneros e não-binários no telejornalismo, uma área crucial para entender as barreiras à inclusão e a diversidade dentro das redações e das próprias representações midiáticas.

Ademais, é necessário aprofundar o estudo sobre questões relacionadas ao assédio moral e retaliações sofridas por profissionais LGBTQIAP+ nas redações de telejornais. A análise desse fenômeno pode ajudar a entender como o ambiente de trabalho influencia a liberdade de expressão e a construção de uma cobertura mais justa e equilibrada. Também é fundamental investigar o impacto das representações LGBTQIAP+ nas políticas públicas, especialmente em regiões do Norte e Nordeste do Brasil, onde as especificidades

culturais e sociais podem gerar dinâmicas distintas. Por fim, outro campo de pesquisa relevante seria a representação LGBTQIAP+ em telejornais durante crises e emergências sociais, um contexto em que a visibilidade e a representação podem ser influenciadas por fatores de emergência, como a pandemia de COVID-19, conflitos políticos ou catástrofes naturais, e como essas situações afetam as narrativas midiáticas sobre esses grupos.

Referências

- Araújo, E. F. de. (2020). A TV do Brasil é em cores?: Um estudo de caso sobre a representatividade LGBT a partir de Félix Khoury, da novela Amor à Vida (2013) [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Norte]. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34415>
- Assis, F. de. (2023). A comunidade de jornalistas LGBTQIA+ e o esforço das ações afirmativas num Brasil conservador. *MATRIZES*, 17 (2), 153–169. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i2p153-169>
- Assis, I. P. de, Freire, K. C. F., & Ayres, M. de L. B. (2021). O silenciamento da comunidade LGBTTTQ+ no telejornalismo. *Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis*, 18 (1), 1–23.
- Becker, B. (2022a). Televisão e telejornalismo: Transições. *Estação das Letras e Cores*.
- Becker, B. (2022b). A construção audiovisual da realidade: Uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Mauad X.
- Bourdieu, P. (1997). O poder simbólico (7ª ed.). Bertrand Brasil.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Candau, J. (2011). Memória e identidade. Contexto.
- Cerqueira, C. L. V. (2022). POD Lacrar: A representatividade do profissional de jornalismo LGBTQIA+ soteropolitano [Monografia, Universidade Católica do Salvador]. <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/handle/prefix/4800>

- Costa, G. V. S., & Henriques, R. da S. P. (2016). O lugar da população negra no telejornalismo capixaba. In *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_IJ-DT1.htm
- Darde, V. W. da S. (2009). O padrão normativo na notícia: Uma reflexão sobre as representações das masculinidades no discurso jornalístico. *Revista Galáxia*, 18, 194–203. <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2651/1691>
- Foucault, M. (1979). *Microfísica do poder* (R. Machado, Org.). Graal.
- Freire Filho, J. (2005). Força de expressão: Construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Revista Famecos*, 28, 18–29.
- Hall, S. (1996). Identidade cultural e diáspora. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, 24, 68–75.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (A. Ituassu, Org. e rev. técnica). PUC-Rio/Apicuri.
- Leite, T. B. de M. M. (2018). *Televisão no Brasil: Papel social no passado, presente e futuro* [Dissertação de mestrado, Universidade Tecnológica Federal do Paraná].
- Lima, S. P. (Org.). (2022). Perfil do jornalista brasileiro 2021: Características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Quorum. <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/08/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>
- Mendes, G. (2017, julho 10). Representação de LGBTs na mídia: Entre o silêncio e o estereótipo. CartaCapital – Blog Intervozes. <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/representacao-de-lgbts-na-midia-entre-o-silencio-e-o-estereotipo/>
- Nogueira, V. M. de V. M. (2004). Televisão regional & televisão local. In *Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.* <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105837307424625784405765926295666777273.pdf>

- Ortiz, R. (2006). *Cultura brasileira e identidade nacional* (5ª ed.). Brasiliense.
- Porto, J. L., & Feitosa, S. A. (2017). “Põe a cara no sol, mona”: A heteronormatividade no exercício da profissão do jornalista gay. In *Anais do VII Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor)*. <https://sbpjor.org.br/congresso/index.php/jpjor/JPJor2017/paper/viewFile/922/249>
- Sodré, M. (1999). *Claros e escuros: Identidade, povo e mídia no Brasil*. Vozes.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: Uma introdução teórica e conceitual. In T. T. da Silva (Org. e trad.), S. Hall, & K. Woodward, *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7–72). Vozes.

JORNALISMO DE BRECHAS NA TV: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO

Juliana Ângela Lapenda Figueiroa¹

/ Departamento de Comunicação, Filosofia e Políticas, Universidade da Beira Interior

1. Introdução

O Jornalismo, enquanto forma de conhecimento que tem função pedagógica (Vizeu & Correia, 2008), institucionalizou-se como um importante produtor e reproduzidor de sentido, reconhecimento, identificação, interpretação e construção social da realidade. É uma prática social que tem relação direta com a democracia ao realizar processos de aproximação dos acontecimentos, com seus recortes, enquadramentos e agendamento influenciando a opinião pública (McCombs, 2009). No panorama em que frequentemente surgem novos atores comunicacionais, novos meios, tecnologias e formas de mediação, é necessário refletir sobre as reconfigurações nos procedimentos jornalísticos.

O avanço da extrema-direita no Brasil e em vários países evidenciou estratégias de deslegitimação de instituições democráticas, especialmente no atual contexto de desinformação generalizada, *fake news*, plataformação e Inteligência Artificial (IA) que tornam a sociedade e a prática jornalística ainda mais complexas e ameaçam uma comunicação política ética que siga o modelo de democracia deliberativa proposto por Habermas (2002).

1. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco

Assim, a prática jornalística precisa ser, ainda mais, crítica e metodicamente rigorosa, buscando anunciar, enunciar, investigar, desvelar e denunciar poderes com foco no interesse público.

Segundo Park (2008), quando o Jornalismo não condena com vigor ilegalidades e transgressões, as instituições não são exortadas a funcionar em prol da democracia. Ou seja, enquanto instituição central para acompanhamento da atividade dos poderes do sistema democrático, o jornalismo, na lógica simbólica, serve – ou deveria servir – à democracia cidadã. No entanto, o jornalista esbarra em barreiras da ideologia epistêmica positivista, das estruturas de poder político e econômico que controlam o Estado e as empresas de comunicação e distorcem a discussão na esfera pública, excluindo temas da periferia, das minorias, classes e grupos sociais que se posicionam de forma contra-hegemônica e se opõem à ideologia dominante.

Assim, este artigo faz uma reflexão teórica a partir da seguinte questão central: como os profissionais de telejornalismo, enquanto articuladores e mediadores da discussão pública, encontram brechas para driblar pressões organizacionais, econômicas e políticas e produzir notícias de forma crítica e transformadora? O objetivo é aprofundar o conceito de Jornalismo de Brechas enquanto a prática jornalística realizada no mercado e que busca denunciar, contextualizar, investigar o acontecimento, desvelando interesses e poderes a fim de aperfeiçoar o jornalismo e, conseqüentemente, oferecer à sociedade instrumentos para ela decidir seus rumos de forma autônoma.

O conceito é embasado em teorias da Epistemologia do Jornalismo em consonância com a Filosofia Pragmática da Comunicação e com o Construtivismo Social, considerando-se a deontologia da ação pública do jornalismo. Por se tratar de um saber de procedimento estratégico aplicado à prática jornalística, nas empresas midiáticas, também são utilizadas as teorias Organizacional (Breed, 2016) e Transorganizacional (Soloski, 2016) e os Dispositivos Jornalísticos (Oliveira, 2020) como instrumentos teórico-metodológicos para analisar o conceito no cotidiano das redações.

Nas notícias de TV, o Jornalismo de Brechas pode ser identificado a partir de saberes da prática educativa (Freire, 1996) aplicados à prática jornalística. Entre esses saberes, destacam-se aqui a criticidade e a rigorosidade do método identificados a partir dos exemplos de duas notícias publicadas pelo Jornal Nacional (TV Globo), durante as eleições presidenciais brasileiras em 2022 e eleições para prefeito de São Paulo em 2024, quando Jair Bolsonaro e Pablo Marçal, candidatos da extrema-direita, protagonizaram discussões e espetáculos midiáticos.

2. Jornalismo, Sociedade e Democracia

A relação entre Jornalismo e democracia pode ser compreendida a partir das perspectivas construtivistas (Corcuff, 2013) que ressaltam o relevante papel da prática jornalística, produzindo e reproduzindo sentidos, reconhecimento, identificação e interpretação, ajudando a naturalizar ou combater desigualdades e preconceitos. Assim, os meios de comunicação atuam na construção da realidade através da produção de significados, contribuindo, por meio da linguagem, para a compreensão em sociedades cada vez mais complexas (Melucci, 2001).

A realidade, portanto, não é natural e definitiva, e sim apreendida em processos de criação, produção e reprodução de interpretações de fatos institucionalizadas em crenças coletivas, na intencionalidade e observação prática das regras (Searle, 2000). Nesses processos, os seres humanos necessitam de padrões para orientar seu comportamento na sociedade, e, para isso, os meios de comunicação são primordiais enquanto instituições intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos (Berger & Luckmann, 2012).

Assim, a mídia influencia nos processos pelos quais qualquer corpo de conhecimentos chega a ser estabelecido como realidade. Por isso, o jornalismo tem papel central enquanto atividade de mediação, resultado de uma organização que se dedica precisamente a interpretar a realidade social e

fazer essa mediação entre o mundo da vida e as pessoas (Vizeu & Correia, 2008). Dessa forma, a prática e a linguagem jornalísticas auxiliam na produção de significados como semioses, em que está presente a subjetividade construída histórica e culturalmente, isto é, intersubjetivação de comportamentos, ideias e vontades que se consubstanciam em uma objetivação operacional e voltam a subjetivar-se segundo o conhecimento prático e teórico (Karam, 2004).

Essa perspectiva está em consonância com a Filosofia Pragmática da Comunicação, com o pensamento de autores como George Mead, Charles Peirce, William James e John Dewey, que, desde o século XIX, discutiam a incompletude do processo de semiose, a autoridade epistêmica do consenso da comunidade de comunicação e a origem social da personalidade (*self*) do indivíduo. Para Mead (2021), a unidade subjetiva (*self*) e a mente (*mind*) são constituídas por meio do processo social e da comunicação intersubjetiva, é o “outro generalizado” (p.155).

Ou seja, a atividade cognitiva é indissociável da ação prática, e a vida social se torna possível através da partilha de significados comuns por parte dos indivíduos, cujo comportamento exterior relaciona-se com posturas interiores que são reflexos do próprio sujeito. Charles Peirce também define o real como o cognoscível, aquilo em que a informação e o raciocínio da comunidade resultariam, independente das divagações particulares do homem isolado (Gradim, 2006), reforçando, dessa forma, o caráter provisório e consensual na construção social da realidade.

Por isso, o jornalismo atua na produção de conhecimento através do que publica ou oculta nas notícias como construção de um mundo possível, produzidas institucionalmente pelo jornalista, que, na sua rotina organizacional, confere sentido aos acontecimentos interpretados como relevantes (Alsina, 2009). A construção das notícias acontece, segundo este autor, em três mundos interrelacionados: mundo real, mundo de referência e mundo possível. O mundo real é aquele dos fatos e acontecimentos; o mundo de referência é constituído das interpretações sobre a realidade; o mundo

possível é construído pelo jornalista de maneira inteligível ao público por estar alicerçado pelos dois mundos anteriores.

Karam (2004) também destaca três níveis de códigos que se intercomunicam: primários, que são os biológicos; secundários, as interações sociais; e terciários, no qual as dificuldades intransponíveis da vida biofísica e da social são superadas, justificadas ou explicadas por sistemas simbólicos. As notícias pertencem, então, ao código terciário, criado para si mesmo com um diálogo social, em que o fim não está previsto, é apenas uma possibilidade. É nesse sentido que Serra (2003) relaciona informação e conhecimento num processo dialético:

se a informação é o conhecimento subjectivo-individual objectivado sob a forma de uma mediação sócio-cultural, o conhecimento é a informação subjectivada e apropriada de forma pessoal – numa verdadeira dialéctica de que a exteriorização, a objectivação e a interiorização se revelam como os três momentos indispensáveis. Mas como se põe em marcha essa dialéctica? Como se transforma o conhecimento em informação, exteriorizando-se e objectivando-se? E como se interpreta e utiliza a informação, transformando-a potencialmente em conhecimento, interiorizando algo que existe objectivado e, de certa forma, reificado? (p.60)

Nessa dialética entre informação e conhecimento, o jornalismo situa-se num campo constituído por regras, normas, rotinas, linguagem, pressões económicas, políticas e sociais (Vizeu, 2014). Daí a sua centralidade nas democracias, através do seu papel de mediação, ao transformar informação em conhecimento intersubjetivamente compartilhado, naturalizando e/ou combatendo desigualdades ao posicionar-se pelas transformações das crenças e ideologias que ameaçam a soberania da pessoa sobre sua vida.

Diante desse importante papel na socialização política e educação coletiva, o jornalista deve estar atento aos preceitos éticos, morais e deontológicos da sua atividade profissional, ao rigor do método, à criticidade e à tomada de consciência na investigação jornalística a fim de produzir notícias de qualidade. Contudo, no atual contexto em que as informações são produzidas,

consumidas e disseminadas com volume e velocidade cada vez maiores, as notícias tendem a ser mais superficiais, sem questionamentos, problematizações e aprofundamento de discussões.

É uma produção noticiosa orientada primordialmente por interesses comerciais, que, no capitalismo contemporâneo, caracteriza-se pela busca por reações, seguidores e compartilhamentos nas redes sociais digitais. Portanto, enquanto prática comercial, profissional e social, o jornalismo, que há tempos vem sendo guiado por interesses mercadológicos, passa a ser orientado pelos algoritmos e SEOs (Otimização para Mecanismos de Busca) de empresas como Google, Amazon, Apple e Meta, que comandam plataformas digitais concentrando publicidade e público e isso reverbera diretamente na qualidade da informações e, conseqüentemente nos processos democráticos.

Desde 2016, quando Donald Trump passou a utilizar as redes sociais digitais para influenciar a opinião pública por meio de discursos de ódio e *fake news*, inspirando negativamente outros políticos como Bolsonaro, no Brasil, o modelo de democracia baseado numa ética discursiva porposto por Habermas (2002) está em risco. Os processos políticos, no Brasil e em vários países, situam-se no modelo normativo de democracia liberal descrito por Habermas (2002), no qual predomina a luta por posições e influência e prevalece a vontade das elites que controlam o aparelho de Estado e as grandes corporações do mercado, forjando uma opinião pública com base em uma comunicação sistematicamente distorcida para atender a interesses particulares.

Em contraponto ao modelo liberal, Habermas destaca o modelo republicano de democracia, no qual predominaria a auto-organização da sociedade pelos cidadãos em acordo mútuo por via comunicativa em que os fins coletivos não estariam atrelados à negociação de interesses particulares opostos. O modelo de democracia mais auspicioso seria, de acordo com Habermas (2002), o da política deliberativa, que, baseado em uma ética discursiva, reúne elementos da concepção liberal e republicana e os integra no conceito de

um procedimento consequente para a tomada de decisões. Ou seja, cria-se uma coesão entre negociações, discursos de autoentendimento e discursos sobre a justiça, apresentando-se fundamentos para alcançar resultados racionais, justos e honestos.

Dessa forma, o modelo de democracia deliberativa depende da opinião pública qualificada, construída intersubjetivamente através do consenso da comunidade de comunicação e do embate entre os diferentes pontos de vista. Esse modelo, porém, tem se tornado cada vez mais difícil ou impossível de ser alcançado diante do uso que vem sendo feito das novas mídias, tornando cada vez mais complexa a formação democrática e esclarecida da vontade na esfera pública. Um dos aspectos da democracia deliberativa que está em risco é a pluralidade de opiniões, o embate de diferentes argumentos, principalmente em relação à cobertura jornalística dos acontecimentos políticos, destacando o que gera mais engajamento no digital e não a diversidade de propostas para a qualidade da deliberação.

Assim, a imprensa brasileira ressalta personagens como o ex-presidente Jair Bolsonaro e, mais recentemente, Pablo Marçal, candidato à Prefeitura de São Paulo, em 2024, que mesmo não se elegendo, virou um fenômeno nas redes sociais digitais, utilizando um “exército de internautas” pagos para curtir, comentar e compartilhar seus discursos e performances midiáticas, como a agressão física que sofreu de um de seus adversários, Luiz Datena, durante debate realizado pela TV Cultura no dia 15 de setembro de 2024.

“A vida política revela-se, assim, um alvo infelizmente demasiado frágil e permissivo a performances que pouco contribuem para a sua dignificação por parte do campo jornalístico, que trata boa parte dos protagonistas políticos como personagens midiáticas de entretenimento” (Figueira, 2023, p.93). Dessa forma, muitos veículos de imprensa brasileira, entre eles o Jornal Nacional (JN) da TV Globo, na edição de 17 de setembro de 2024², destacaram a cadeirada de Datena em Marçal durante o debate. Ao noticiar

2. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/12927436/>. Acesso em 04 nov 2024.

ou repercutir esse assunto, a prática jornalística foi conivente com a transformação de protagonistas políticos em simples personagens midiáticos, sem contribuir com a democracia, mas aumentando os números de compartilhamentos no digital e, conseqüentemente, a audiência na TV.

Assim, a informação que circula nas diversas plataformas, nos meios tradicionais ou digitais, é guiada por algoritmos e dados programados por quem detém o poder econômico, político, ideológico, mas também sabe manipular as emoções dos usuários, que, por sua vez, se identificam, acreditam e, por isso, interagem com o conteúdo que lhes é sugerido nas novas mídias. De acordo com Byung-Chul Han (2022), os comportamentos psicopolíticos são controlados por quem tem acesso a dados utilizados para vigilância.

Por isso, a esfera pública política dos estados democráticos é rebaixada à esfera semipública (Habermas, 2023), pois deixa de ser percebida como espaço inclusivo para esclarecimento de pretensões de validade e verdade e consideração de interesses universais, em meio à falta de vozes dissonantes das câmaras de eco autossustentáveis que se formam no ambiente digital. Daí a necessidade e importância de profissionais como jornalistas com potencial de esclarecer a formação da opinião pública filtrando o suposto “saber” que circula nas redes e influencia de maneira significativa a vontade, os desejos e motivações das pessoas na decisão do sistema político.

3. Entre Barreiras e Telas

A busca por uma comunicação política ética, que siga os moldes da democracia deliberativa, deve levar em consideração o embate político-ideológico, descrito por Habermas (1997), no qual, de um lado, apresenta-se a estrutura de poder das forças que controlam os aparelhos de estado e as corporações do mercado e, do outro lado, a periferia das classes e grupos sociais excluídos e todos aqueles – intelectuais, artistas, estudantes, etc. – que se posicionam de forma contra-hegemônica e se contrapõem à ideologia dominante.

Nessa disputa entre interesses econômicos particulares e o cumprimento da função política pública do jornalismo, está em jogo o poder sobre a

interpretação da realidade (Gans, 2003) e fica evidente “a dimensão simbólica da democracia deliberativa, pois este poder pode ser exercido por todos os atores da discussão pública, muito embora sofra a influência privilegiada da organização empresarial dos veículos noticiosos” (Rocha, 2021, p.34). É nesse sentido que a estrutura de poder ergue barreiras para distorcer sistematicamente a discussão na esfera pública, excluindo os temas e reivindicações que se posicionam contra a ideologia dominante.

Vale ressaltar que a esfera pública política alinhada a preceitos democráticos precisa de notícias multiperspectivas, com maior diversidade de opiniões – e de soluções propostas – para questões significativas (Gans, 2003). Isso significa que é preciso inserir vozes marginalizadas nos conteúdos noticiosos. Todavia, não basta apenas incluir, na notícia, as minorias como negros, mulheres, imigrantes, seja como fontes, repórteres, apresentadores ou nos temas das histórias contadas. É necessário mais que isso, daí a importância do enquadramento e aprofundamento para evitar o que Edward Herman (2016) chama de Diversidade Reprimida ou Marginalizada que é o discurso monológico do jornalismo tradicional com a apresentação de versão e fontes únicas e que, em alguns casos, simula pluralismo com várias fontes/vozes, mas dentro do mesmo enquadramento.

Construir notícias com diversidade significativa é um dos desafios do jornalismo, que, na contemporaneidade, enfrenta pressões inerentes a estruturas de poder político e econômico em que a mídia está inserida. A produção da indústria da informação, no atual contexto socioeconômico, é marcada por um jornalismo em crise financeira e de legitimidade, criando entraves na atividade jornalística, para produzir, dentro da lógica do mercado e da ideologia dominante, conteúdo informativo de relevância na formação da opinião pública qualificada. O capitalismo contemporâneo exige cada vez mais que o jornalista seja veloz, multitarefa e multiplataforma para atender aos anseios de seu público e da empresa a qual pertence ou à qual responde no caso dos jornalistas *freelancers*.

Diante da centralidade e relevância da sua atividade na mediação social para a formação de uma opinião pública qualificada em prol da democracia deliberativa, o telejornalismo precisa repensar sua prática enquanto importante lugar de produção de sentidos e conformação do imaginário social (Becker, 2022) para que possa funcionar de maneira educativa, pedagógica, contribuindo, assim, com a formação da criticidade dos cidadãos. Todavia, em meio a desafios e pressões, os jornalistas, muitas vezes, não são capazes de identificar a manipulação sistemática e intencional de informação por parte dos grupos que controlam a estrutura de poder do aparelho de Estado e das corporações do mercado no espaço midiático de disputas de interpretações, em que o público é uma fonte de renda para as empresas e plataformas digitais.

Nesse complexo panorama, é igualmente complexo para o jornalista seguir a política editorial forjada sob as estruturas de poder capitalista e, ao mesmo tempo, refletir sobre os efeitos da sua atuação em uma sociedade onde a própria mídia é manipulada. Os jornalistas podem, então, manipular a si mesmos quando seguem as diretrizes de políticas editoriais e procedimentos sedimentados no modelo de jornalismo convencional objetivista baseado no funcionalismo estrutural norte-americano, que não reconhece a influência que a organização empresarial e a estrutura que o poder político e econômico têm no agendamento e nos enquadramentos dos produtos discursivos.

Os profissionais da imprensa, muitas vezes, não percebem essa disputa na qual ganha quem tem melhor capacidade de utilizar e manipular as tecnologias, os dados, sentimentos, desejos e frustrações dos eleitores e consumidores fechados em suas bolhas virtuais e seduzidos pelas narrativas rápidas, superficiais, prazerosas e viciantes das telas no ambiente digital. Assim, no atual modelo de capitalismo, a construção das notícias de TV segue a lógica da produção de conteúdo para as redes sociais digitais, presumindo o que a audiência quer enquanto coprodutor e disseminador de conteúdo digital e não enquanto cidadãos que necessitam de educação política. São notícias “cada vez mais comprometidas com seus anunciantes

e com a ‘psicologia’ do público consumidor” (Dantas, 2022, p.75). Por isso, o agendamento dos noticiários televisivos acompanha os assuntos que viralizam nas redes sociais digitais, como aconteceu com o Jornal Nacional em relação à agressão de Datena contra Pablo Marçal durante o debate da TV Cultura.

Um estudo realizado entre os dias 16 e 22 de setembro de 2024, pelo Instituto de Pesquisas Datafolha em parceria com a Codecs, mostrou que Marçal e Datena monopolizaram a repercussão na internet após o episódio da cadeirada, e os principais candidatos à Prefeitura de São Paulo exploraram a agressão aumentando seu engajamento nas redes, com recorde de Marçal, que cresceu 115% no número de menções em relação ao período anterior ao acontecido. Ainda segundo a pesquisa, 43% das citações da semana ocorreram na segunda-feira (16/09/2024), em meio à discussão sobre a confusão, e nove das 10 menções de maior engajamento sobre Marçal foram a respeito da cadeirada e publicadas por perfis de imprensa, divulgando o fato com tom de incredulidade, mas neutro, sem juízo de valor.

Para além do agendamento dos veículos jornalísticos que repercutiram esse conteúdo, vale destacar a neutralidade da imprensa mencionada na pesquisa. Ela é buscada pelos profissionais que seguem o modelo de jornalismo do funcionalismo estrutural e confundem ideais de neutralidade, objetividade e imparcialidade. Esses ideais, contudo, são impossíveis de serem alcançados, pois, na produção de notícias, há um conjunto de rotinas profissionais e de práticas organizacionais e discursivas que se institucionalizam e sofrem influências da ação pessoal dos jornalistas, da ação social referente às práticas e rotinas das organizações noticiosas, de fatores econômicos e do sistema político (Correia, 2011).

No Brasil, os procedimentos jornalísticos institucionalizados pela maioria das organizações noticiosas estão alinhados à ideologia epistêmica do funcionalismo estrutural e seus pressupostos positivistas disseminados pela *Mass Communication Research* norte-americana. São “modelos que pretendem reproduzir a realidade material do objeto de estudo e terminam

confundindo a descrição da concretização técnica dos processos com a necessária produção de conhecimento crítico” (Sodré, 2021, p.30)”.

Dessa maneira, a prática jornalística que se convencionou como correta segue o modelo norte-americano vinculando a credibilidade jornalística à objetividade e imparcialidade. Por isso, muitas notícias são produzidas mecanicamente, seguindo os modelos do *lead* e da Pirâmide Invertida, cujos critérios das informações mais ou menos relevantes atendem aos interesses políticos e econômicos de quem detém o capital e, na contemporaneidade, aos interesses de quem manipula dados e plataformas digitais (Hallin & Mancini, 2010).

A objetividade está, então, enraizada no comportamento dos jornalistas, na medida em que acreditam que os fatos são apreendidos como que por “os-mose”, sem interpretação da realidade. De acordo com Soloski (2016), esta é uma das normas do profissionalismo jornalístico que facilita um controle das empresas nas ações dos seus jornalistas empregados. Isso faz com que os profissionais apenas registrem a versão monológica da ideologia dominante como sendo a própria realidade inquestionável dos fatos sem levar em consideração a diversidade significativa de outras versões existentes.

Por isso, o jornalista se conforma com a política editorial, regras ou normas de comportamento das empresas para as quais presta serviço, e o resultado reflete-se nas notícias construídas como uma “série de fatos que não requerem qualquer explicação do seu significado político” (Soloski, 2016, p. 132). A política organizacional determina, de forma velada ou explícita, práticas, hábitos e tradições que se inserem na atividade jornalística. Tentando (sem sucesso) relatar a verdade factual, essa prática convencional nega a capacidade cognitiva dos próprios jornalistas e da audiência, deixando ainda mais fortes os muros que impedem a opinião pública de enxergar as intenções e estratégias da ideologia dominante.

Transpor esses muros diariamente é tarefa praticamente impossível para o jornalista inserido no mercado nas atuais circunstâncias do capitalismo financeiro informacional caracterizado pela precarização do trabalho,

má remuneração e informalidade. Não é fácil para esses jornalistas cumprir sua função social de produzir conteúdo de interesse público em prol da democracia. A “margem de manobra” desses profissionais é limitada, pois estão presos, entre outros fatores, à concorrência comercial e condicionados à ideologia da política editorial dos principais conglomerados da indústria midiática e acabam cedendo à medição quantitativa da audiência e do lucro para manter seus postos de trabalho.

Cornu (1994) afirma que é raro, em relação à deontologia profissional, que empregadores e empregados se unam num mesmo código para atender ao mesmo interesse. Mesmo em meio às reconfigurações sociopolíticas e tecnológicas, a Teoria Organizacional, principalmente através dos estudos de Warren Breed (2016), explica como as empresas de comunicação tentam controlar a prática jornalística, usando a política editorial construída, absorvida e transmitida sutilmente no cotidiano das redações.

O “tabu ético”, segundo Breed (2016), impede que as diretrizes ou represálias dos empresários sejam repassadas claramente aos jornalistas, por medo da acusação de censurar a atividade da imprensa. Em função disso, busca-se a obediência dos profissionais através de ações dissimuladas. Por exemplo, geralmente, não há uma ordem direta por parte do executivo de um jornal para que não se exponham irregularidades e injustiças cometidas por grandes empresas anunciantes, mas pode haver críticas ao texto ou outras orientações por parte do editor influenciando as práticas do repórter, a investigação, o que é dito ou silenciado.

Por outro lado, as normas éticas também podem ser usadas pelo jornalista de forma estratégica para subverter a política editorial. Além do tabu ético, o fato dos editores e repórteres tenderem a ter atitudes mais “liberais” faz com que a política informativa do dono do veículo não seja aceita pelos jornalistas de forma automática. Isso não significa, porém, que os jornalistas, mesmo tendo posições contrárias ao dono da empresa, vão transpor diariamente as barreiras que os impedem de construir notícias com base no interesse público.

Os estudos realizados por Breed (2016) mostram que os jornalistas se conformam com a política editorial na medida em que são moldados pela autoridade institucional cristalizada pelas sanções, obrigação e estima para com os seus superiores, aspiração de mobilidade, ausência de um grupo de lealdade e conflito como sindicatos, prazer na atividade e a notícia como valor. No panorama de intensificação de crises financeira e diante da ideia de que as novas tecnologias, como a Inteligência Artificial, podem substituir o trabalho do jornalista, o medo das sanções da autoridade institucional tem sido um dos fatores mais relevantes de conformismo do jornalista à política editorial.

A notícia como valor também pode impedir o jornalista de desafiar essa política, pois, segundo Breed (2016), a prioridade maior dos profissionais de imprensa é noticiar, e, na ânsia de produção das notícias, acabam por não analisar a estrutura social. Isso gera, então, cada vez mais erros de apuração e superficialidades. Enquanto instituição democrática, o jornalismo enfrenta, na contemporaneidade, pressões e desafios inerentes às estruturas de poder político e econômico que alicerçam a política editorial das empresas de comunicação e consequentemente as práticas jornalísticas.

4. É Possível Encontrar “Brechas”

Os desafios, pressões e reconfigurações que os jornalistas enfrentam na atual lógica do mercado tornam mais espessas as barreiras para construir, dentro das empresas de comunicação, conhecimento necessário à formação da opinião pública qualificada. A metáfora das brechas se explica diante da dificuldade e/ou impossibilidade que o profissional de imprensa tem de derrubar as barreiras da política editorial, concentrada geralmente no universo da economia, da relação entre o capital e o trabalho e da política (Dias, 2022).

Para transpor tais barreiras, há uma “margem de manobra” – variável e muitas vezes pequena – em que o jornalista pode inserir suas subjetividades

e abordar, nas notícias, versões e ideologias dos grupos excluídos. A resistência acontece na medida em que

no fluxo perpétuo da informação passam também temas não listados, comportamentos e opiniões alheios às normas reconhecidas e recensadas, questões surgidas do mundo vivido. Um jornalismo curioso relativamente a tudo o que a sociedade gera, não pelo funcionamento das suas grandes organizações, mas nas relações simbólicas e pela comunicação entre as pessoas, não é impedido de o apreender e de tentar chamar a atenção geral para ele, desafiando, se necessário, a ordem do dia da informação mediática (Cornu, 1994, p.306).

Uma alternativa para desafiar a ordem do dia é utilizar ambiguidades e contradições presentes na ideologia do profissionalismo jornalístico conforme a Teoria Transorganizacional de John Soloski (2016). Para ele, ainda que as ideologias do capitalismo e do profissionalismo jornalístico não sejam compatíveis, uma vez que esta traz componentes antilucro, o profissionalismo e o capitalismo não são opostos, pois partilham raízes históricas.

Por isso e por outros fatores já discutidos aqui, é impossível derrubar totalmente a barreira da política editorial alicerçada na hegemonia da ideologia epistêmica do funcionalismo estrutural.

Existem, porém, brechas. A primeira delas é que os executivos não atuam no dia a dia da produção da notícia, mas na gerência do produto editorial (...) Como muito raramente repórteres diferem da política editorial, a divergência por parte dos repórteres, quando acontece, envolve uma série de variáveis: ideologia, idade, experiência profissional, convívio na comunidade e convívio dentro da redação com os colegas de trabalho (Dias, 2022, p.152).

Diante das questões intersubjetivas de fora da redação, mas que reverberam dentro, dela e da instabilidade e imprevisibilidade da empresa jornalística, as regras e a burocracia não são suficientes para controlar os profissionais na produção da notícia, que também é um produto instável, fruto de decisões

tomadas com pouco tempo de discussão (Soloski, 2016). Segundo este autor, quanto mais instável o ambiente de trabalho, maior a confiança dos proprietários da organização no profissionalismo jornalístico, principalmente porque a direção da empresa, que não costuma se envolver diretamente nas rotinas jornalísticas, não consegue determinar completamente, na sua política editorial, ações específicas da produção noticiosa.

As flexibilizações e mudanças nas empresas jornalísticas em decorrência do uso de novas tecnologias e do cenário pós-pandemia também contribuem para que o controle dos donos do veículo à atividade jornalística não seja total. Cherubini e Sharma (2023), em uma pesquisa Reuters, mostram que 65% das empresas jornalísticas implementaram, em 2023, modelos de trabalho flexíveis e híbridos com novas regras para os funcionários. A pesquisa ouviu 135 líderes seniores da indústria de notícias de 40 países. Dessa forma, os donos do negócio, que já não se envolviam diretamente no trabalho dos jornalistas, tendem a se envolver menos ainda nessas novas reconfigurações das redações.

Além disso, o sentimento de pertencimento à empresa, como um dos fatores de conformismo do jornalista abordado por Breed (2016), também vem perdendo força, pois, ainda segundo a pesquisa Reuters, 38% dos entrevistados afirmaram que a mudança para um trabalho híbrido enfraqueceu esse sentimento dos funcionários. Por outro lado, Breed (2016) também destaca que os jornalistas podem, eventualmente, desenvolver procedimentos para ampliar os limites da política editorial.

Daí a eventualidade dos jornalistas conseguirem furar o determinismo das políticas editoriais dos veículos pautando temas inconvenientes à estrutura de poder. Isto acontece quando o monopólio da estrutura de poder (fontes oficiais) no acesso à visibilidade do espaço público é quebrado pela ação de um jornalista, que abre uma brecha e expande a política editorial da empresa onde trabalha (Rocha, 2011, p.33).

Nesse aspecto, Vizeu, Andrade, Siqueira e Cerqueira (2021) destacam que abrir brechas é agir buscando possibilidades para aperfeiçoar, melhorar o

jornalismo e, consequentemente, oferecer à sociedade instrumentos para ela decidir seus rumos de forma autônoma, sem ser refém da estrutura de poder. Eles definem “Jornalismo de Brechas” como a prática jornalística realizada dentro do mercado que procura trabalhar a reportagem em um contexto de interesse público, com foco na denúncia social, preocupada em contextualizar o acontecimento, denunciar a situação, investigar os envolvidos, apontar os corruptores. No que se refere ao Jornalismo de Brechas na TV, Vizeu et al. (2024) denominaram Telejornalismo de Brechas como

um dispositivo, uma maneira de vencer os obstáculos intencionais ou as barreiras orgânicas das redações, buscando espaço dentro do campo jornalístico, para levar ao conhecimento do público assuntos, temas, contextos, conflitos necessários ao entendimento das nossas injustiças sociais e desigualdades socioeconômicas. É uma dimensão do trabalho jornalístico que exige dos profissionais deixar para trás a ideia de neutralidade absoluta, com técnicas chamadas de objetivas, como ouvir os dois lados, apenas. Mas é preciso exercer a subjetividade plena e necessária para assumir, com precisão, pluralidade, senso de justiça, causas que escancaram as desigualdades ilegítimas e inconstitucionais da sociedade brasileira. Dispositivo pavimentado no inconformismo, na luta, na resistência diária a caminho das mudanças necessárias para um país, no caso do Brasil, mais justo. Partimos, então, de uma hipótese: a de que entre os interesses econômicos e políticos da televisão comercial brasileira, é possível abrir brechas, a partir do trabalho dos repórteres, numa operação para aproximar a atividade do interesse da maioria da população brasileira, atingida pelas desigualdades. (p.197)

Nesse sentido, vale ressaltar que Jornalismo de Brechas é uma estratégia, um proceder jornalístico guiado pela consciência no rigor do método de produção noticiosa ética, informação qualificada. É a prática jornalística que pode ser aplicada em qualquer formato de notícia, pois, em sua essência, está o saber por parte dos jornalistas de que uma notícia de qualidade não é necessariamente a que obedece aos padrões do funcionalismo estrutural, mas sim, o gênero textual jornalístico produzido com a consciência de que

os fatos não possuem um significado inerente à realidade transcendental, fora da história, do contexto cultural, social e econômico em que ocorrem.

Ou seja, epistemologicamente, Jornalismo de Brechas é a prática de qualquer tipo de jornalismo feita com consciência de sua relevância na construção social da realidade, superando a ideologia epistêmica positivista que ergue uma barreira para esconder interesses e intenções dos poderosos afirmando que os fatos são o que são e não podem ser modificados. Praticar Jornalismo de Brechas é aplicar um saber de procedimento (Correia, 2011) de forma estratégica, compreendendo que, seja qual for o tipo de jornalismo, ele participa, com efeitos para o bem ou para o mal, da construção social da realidade. Para que essa prática seja possível, é necessário um acervo de conhecimento de excelência profissional que habilite o jornalista a perceber contradições internas da estrutura de poder, entre esta e os interesses comerciais da empresa jornalística e ainda entre as aspirações instrumentais do veículo e a demanda por sentido e legitimidade da sociedade (Rocha, 2011).

Dessa forma, o jornalista atua buscando brechas quando tenta construir, para si próprio e para sua audiência, o Conhecimento do Desvelamento (Vizeu, 2014) ao revelar os interesses e ideologias, aplicando-se procedimentos metodicamente rigorosos ao saber da experiência simples. O desvelamento é, então, uma das maneiras de identificar o Jornalismo de Brechas nas notícias, independentemente do formato, seja em notícias factuais, reportagens especiais ou apenas uma nota. Foi o que aconteceu na edição de 12 de agosto de 2022 do Jornal Nacional (TV Globo), quando atos públicos pedindo respeito à democracia e às eleições espalharam-se pelo Brasil em resposta às declarações de Bolsonaro com insinuações golpistas³. Em uma nota, mostrando como cada candidato à Presidência da República se posicionou a respeito dos atos democráticos, o apresentador e editor do Jornal Nacional, William Bonner, desvelou e rebateu mentiras proferidas

3. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10841677/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

por Bolsonaro contra os governadores brasileiros e contra o Partido dos Trabalhadores (PT).

Nesse caso, as brechas são identificadas no discurso de apresentador, que, mesmo no formato engessado de “nota pelada”, fugiu ao jornalismo meramente declaratório, em pleno período de campanha eleitoral, quando a cobertura jornalística busca seguir à risca as diretrizes da linha editorial para não ser acusada de favorecer um candidato ou partido em detrimento de outros (Vizeu & Lapenda, 2024, p. 47).

Então, na produção do Conhecimento do Desvelamento, é necessário ao jornalista agir com olhar crítico e rigor metódico, atuação inerente à natureza pedagógica da atividade jornalística (Cerqueira & Vizeu, 2019). Nesse sentido, as reflexões de Freire (1996) sobre os saberes da prática educativa também podem ser aplicadas à prática jornalística para caracterizar o Jornalismo de Brechas. Esses saberes descritos pelo educador e filósofo aplicam-se à prática social do jornalismo como produtor de conhecimento contextualizado, orientador, crítico e transformador. Entre esses saberes, destacam-se a reflexão crítica sobre a prática, a criticidade e a rigorosidade do método.

Sobre a criticidade, é necessário que, no seu cotidiano, o jornalista transforme a curiosidade ingênua, associada ao saber do senso comum, em curiosidade epistemológica, que é quando essa curiosidade ingênua, ao criticizar-se, aproxima-se de forma cada vez mais metodicamente rigorosa do objeto cognoscível (Freire, 1996). Isso significa que o jornalista precisa pensar e fazer pensar para além das ações cotidianas, do “modo automático”, da atitude natural (Schutz, 2003). Ao apurar um fato, selecionar e entrevistar fontes oficiais, testemunhas ou especialistas, o jornalista deve questionar e provocar questionamentos que façam a si e aos outros olharem a realidade com consciência crítica.

Sem divinizar nem diabolizar a tecnologia, Freire (1996) afirma que, através da curiosidade epistemológica, podemos nos defender de irracionalismos decorrentes do ou produzidos por certo excesso de racionalidade no nosso

tempo altamente tecnologizado. Entretanto, essa transformação da curiosidade ingênua em curiosidade epistemológica “esbarra em pressões organizacionais, ideológicas, políticas e insatisfações pessoais fazendo com que os jornalistas, muitas vezes, sejam meros repetidores de fórmulas e técnicas, estacionando no lugar comum e na zona de conforto do previsível” (Cerqueira & Vizeu, 2019, p.10).

Por isso, seria ingênuo afirmar que, no complexo cotidiano que envolve os desafios inerentes às rotinas, reconfigurações e crises, os profissionais conseguem, todos os dias, pensar criticamente em derrubar os muros do sistema. E este é mais um motivo que justifica o termo “brechas” e diferencia essa prática do jornalismo em si ou de tipos de jornalismo. O “Jornalismo de Brechas”, enquanto procedimento estratégico aplicado a todo e qualquer formato ou tipo de Jornalismo praticado no mercado, acontece quando o jornalista consegue identificar aspectos, como os das teorias Organizacional e Transorganizacional que fragilizam a barreira da política editorial. É praticar a vigilância de sua atividade de seleção, enquadramento, apuração, escrita e edição, observando a interdependência entre os fatos captados e seguindo os preceitos da ética, da democracia e do interesse público.

Por isso, o rigor do método é outro saber da prática educativa freireana que, aliado à criticidade, também ajuda a identificar “as brechas” nas notícias. Partindo-se do pressuposto que a constante busca por informações corretas e confiáveis está no cerne da função pedagógica do jornalismo ao orientar e gerar o debate, “não há correção sem apurar os fatos, levantar os dados, ouvir diferentes vozes e contextualizar o acontecimento. Não há conhecimento confiável” (Cerqueira & Vizeu, 2019, p.08). Para além da forma que torna as notícias compreensíveis, deve-se apresentar o máximo possível de faces, versões e vozes do acontecimento, priorizando-se as que estão à margem da sociedade e obedecendo à ética e à dignidade humana.

Então, se o jornalismo é um processo social de fazeres combinados com intenções (Chaparro, 1994), o Jornalismo de Brechas situa-se num desses fazeres intencionais, é a prática rigorosa de saberes pedagógicos aplicados

ao jornalismo. É possível identificar o Jornalismo de Brechas em todas as fases do processo produtivo das notícias, desde a reunião de pauta, quando tenta-se convencer editores e dirigentes sobre a relevância de determinado assunto, passando pela investigação, apuração, seleção de fontes, até a edição. Ainda que agendada pelo conteúdo “viral” das redes sociais, alimentando o espetáculo midiático dos candidatos à Prefeitura de São Paulo, a notícia do JN sobre a agressão de Datena a Pablo Marçal traz elementos do Jornalismo de Brechas.

Neste caso, a notícia foi construída no formato de Pirâmide Invertida, trazendo como assunto mais importante, o feito inédito de um candidato agredir outro em um debate eleitoral e mostrando cenas da agressão e da confusão nos bastidores. O VT de 6’32” seguiu o critério de noticiabilidade do ineditismo e não desvelou a estratégia digital antidemocrática dos candidatos que utilizaram-se desse episódio para aumentar engajamento nas redes sociais digitais, pelo contrário, reforçou essa estratégia ao dar ainda mais visibilidade ao conteúdo pouco informativo.

Mesmo em tom de neutralidade característico do jornalismo convencional objetivista, a matéria trouxe as falas dos candidatos e respostas de fontes oficiais repudiando a violência nos debates e o baixo nível das discussões que põem em risco a democracia. A partir da passagem da repórter Graziela Azevedo, ficam evidentes características do Jornalismo de Brechas como a contextualização, já que ela ressalta a importância da discussão de ideias e propostas para a democracia contemporânea através dos debates televisivos.

O VT seguiu com exemplos de debates históricos nos EUA e no Brasil, mas não citou o polêmico debate das eleições presidenciais brasileiras de 1989, entre Lula e Collor, em que o JN é acusado de manipular a edição em favor de Collor. Já na fala dos especialistas entrevistados, observou-se a rigurosidade metódica e criticidade inerentes ao Jornalismo de Brechas, pois um dos analistas políticos que figurou como especialista na notícia lamentou o extremismo e radicalismo das campanhas políticas na era digital. A fala do

outro especialista ressaltou a importância dos debates com diversidade de opiniões como elemento crucial da democracia.

Além da análise do conteúdo noticioso, como se trata de uma prática com saber crítico e estratégico, o Jornalismo de Brechas também pode ser identificado no cotidiano das redações utilizando-se Dispositivos Jornalísticos como instrumento teórico-metodológico. Oliveira (2020) caracteriza esses dispositivos como

microestruturas que visam através de uma série de práticas e discursos, de saberes e de exercícios, a criação de modelos livres e orientados que assumem a sua identidade enquanto sujeitos de uma ação, gerando sentimento de pertença e assegurando o sentido da atividade executada. A novidade opera na subjetividade, e a cada novo dia produz novos significados para os sujeitos como consequência mais ou menos imprevista, transformando o sujeito a partir da ação (Oliveira, 2020, p.104).

O Jornalismo de Brechas é o conjunto dessa aplicação de práticas, saberes e exercícios a que a autora se refere e pode ser identificado também a partir do uso do “Dispositivo de Temporalidade Relacionado à Preparação ou Adequação do Telejornal” (Oliveira, 2020), na medida em que, dotado de subjetividade, esse dispositivo é acionado pelo jornalista ao proceder com calma e atenção no planejamento, nas discussões e encaminhamentos das pautas. Nesse caso, o Jornalismo de Brechas acontece quando o profissional utiliza, por exemplo, de forma estratégica, argumentos relacionados à autoridade do público e/ou normas éticas para descortinar interesses ou trazer perspectivas que vão de encontro à política editorial.

Assim, é conhecendo as estruturas das barreiras que o jornalista pode aplicar as possibilidades de desvios, construindo novos dispositivos e recorrendo a outros já utilizados. Em 1998, o ex-repórter da TV Globo, Marcelo Canellas, sem nenhuma preocupação conceitual, recorreu ao “Jornalismo de Brechas”, mobilizando dispositivos de convencimento e persuasão. Ele sugeriu uma pauta cujo “gancho” eram os 50 anos do livro “Geografia da Fome”, de Josué de Castro. A sugestão foi recusada pela direção de jornalismo com

o argumento de que a fome era um tema recorrente. Contudo, o repórter não desistiu e, durante três anos, reuniu material para argumentar que o tema precisava ser discutido. A direção foi convencida, e, de 18 a 22 de junho de 2001, foi ao ar, no JN, a série “Fome no Brasil”, uma das mais premiadas do telejornalismo brasileiro (Memória Globo, 2022).

O Jornalismo de Brechas ficou evidente quando Canellas não se conformou e montou uma estratégia para realizar a série de reportagens. Vale ressaltar que Jornalismo de Brechas não é sobre a figura de um jornalista herói que todos os dias tenta e consegue transpor as barreiras, obstáculos e pressões da sua complexa atividade cotidiana, mas sim de um proceder que reforça a função de educação social do Jornalismo enquanto atividade profissional, empresarial e instituição democrática.

O procedimento de encontrar brechas no jornalismo praticado dentro do mercado também não significa que, ao se posicionar de forma contra-hegemônica através dos discursos, o jornalista vai conseguir mudar totalmente a linha editorial como aconteceu quando o Jornal Nacional redirecionou suas organizações discursivas se posicionando a favor dos direitos humanos, contra a política do Governo Bolsonaro e passou a tratar de temas como racismo, machismo e homofobia, incluiu mais jornalistas negros na apresentação do noticiário, entre outras iniciativas. De acordo com Becker (2022), esse fenômeno é denominado Humanismo Solidário.

O Jornalismo de Brechas, por sua vez, é o procedimento que, através de atitudes da prática jornalística, aos poucos e estrategicamente, subverte aspectos da política editorial abrindo brechas na estrutura de poder para a construção de notícias multiperspectiva, podendo, futuramente resultar na destruição da muralha da política editorial e na reconstrução de outra política nos moldes do Humanismo Solidário.

5. Considerações Finais

Para cumprir sua função enquanto instituição intrínseca à democracia, mesmo diante de pressões organizacionais, crises políticas e econômicas,

o jornalismo deve manter o foco na relevância social, no interesse público, no rigor e cuidado na construção das notícias com base em valores éticos de forma consciente, voluntária e deliberadamente contra-hegemônica (Chaparro, 1994). Por isso, o procedimento jornalístico deve buscar espaços para transpor barreiras das estruturas de poder e tentar abarcar a diversidade de perspectivas ideológicas.

Entretanto, transpor totalmente essas barreiras é difícil, especialmente em meio às sofisticadas estratégias digitais de grandes corporações tecnológicas que permitem e reforçam o jogo da extrema-direita autoritária, dificultando uma formação democrática e esclarecida da vontade da esfera pública (Habermas, 2023). Por isso, o Jornalismo de Brechas é um saber de procedimento necessário. Em relação às notícias de TV, ele pode ser identificado em formatos curtos como notas, notícias factuais ou em séries de reportagens mais elaboradas. Saberes da prática educativa como desvelamento, criticidade e rigor no método ajudam a caracterizar as brechas nessas notícias.

Em relação ao cotidiano das redações, os Dispositivos Jornalísticos podem ser estrategicamente utilizados para pautar temas de interesse público. Ou seja, agir de acordo com o Jornalismo de Brechas é ir além da maneira mecânica da produção de conteúdo. Não se trata da postura de um profissional que, todos os dias, combate e vence o sistema capitalista, e sim do procedimento em que o jornalista tem consciência do seu papel na educação social e construção de conhecimento.

Portanto, Jornalismo de Brechas é a prática jornalística, realizada dentro do mercado, com consciência de sua relevância na construção social da realidade, superando a ideologia epistêmica positivista que ergue barreiras para esconder interesses e intenções dos poderosos afirmando que os fatos são o que são e não podem ser modificados. É um proceder estratégico compreendendo que, seja qual for o formato da notícia ou tipo de jornalismo, ele tem efeitos sociais para o bem ou para o mal.

Referências

- Alsina, M. R. (2009). *A construção da notícia*. Vozes.
- Becker, B. (2022). *A Construção audiovisual da realidade: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo*. Mauad X.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2012). *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: A orientação do homem moderno*. Vozes.
- Breed, W. (2016). Controle social na redação: uma análise funcional. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, teoria e “estórias”* (213-231). Insular.
- Cerqueira, L., & Vizeu, A. (2019). Os saberes da pedagogia no telejornalismo: Paulo Freire e a prática jornalística. *Revista FAMECOS*, 26(1) 2-18. DOI <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.1.31212>
- Chaparro, M. (1994). *Pragmática do jornalismo: Buscas práticas para uma Teoria da Ação Jornalística*. Summus.
- Cherubini, F., & Sharma, R. Changing (2023). Newsrooms 2023: media leaders struggle to embrace diversity in full and remain cautious on AI disruption. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. DOI: 10.60625/risj-khyh-ct64.
- Corcuff, P. (2013). *Las nuevas sociologías: Principales corrientes y debates*. Siglo XXI.
- Cornu, D. (1994). *Jornalismo e verdade: Para uma ética da informação*. Instituto Piaget.
- Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: Teorias e métodos*. LabCom.
- Dantas, M. (2022). Informação, trabalho e capital. In M. Dantas, D. Moura, G. Raulino & L. Ormay (Eds.), *O valor da informação: de como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet* (17-92). Boitempo.
- Datafolha & Codecs. (2024, September 16-22). *Eleição SP e Datafolha: Panorama da repercussão na internet*. <https://media.folha.uol.com.br/datafolha/2024/09/25/datafolha-eleicaosp-1609a2209-.pdf>

- Dias, P. R. (2022). *Jornalismo e notícias falsas: Relações cordiais*. Insular.
- Figueira, J. (2023). *Da incerteza como princípio: Jornalismo, democracia, decadência da verdade*. LabCom.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.
- Gans, H. (2003). *Democracy and the news*. Oxford University Press.
- Gradim, A. (2006). *Comunicação e Ética: O sistema semiótico de Charles S. Peirce*. LabCom.
- Habermas, J. (2002). *A inclusão do outro*. Edições Loyola.
- Habermas, J. (2023). *Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa*. Editora Unesp.
- Habermas, J. (1997). *Direito e democracia: Entre facticidade e validade*. Edições Tempo Brasileiro.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2010). *Sistemas de Media: Estudo Comparativo – Três Modelos de Comunicação e Política*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Han, B.C. (2022). *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Vozes.
- Herman, E. (2016). A diversidade de notícias: marginalizando a oposição. In N. C (Ed.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Insular.
- Jornal Nacional. (2022, August 12). *Globo Play*. <https://globoplay.globo.com/v/10841677/>
- Jornal Nacional. (2024, September 17). *Globo Play*. <https://globoplay.globo.com/v/12927436/>
- Karam, F.J.C. (2004). *A ética jornalística e o interesse público*. Summus Editorial.
- McCombs, M. (2009). *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Vozes.
- Mead, G. H. (2021). *Mente, self e sociedade*. Vozes.
- Melucci, A. (2001). *A invenção do presente: Movimentos sociais nas sociedades complexas*. Vozes.
- Memória Globo. (2022). Fome no Brasil. *Globo.com*. <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/series/noticia/fome-no-brasil.ghtml>

- Oliveira, E. G. da S (2020). *Os dispositivos de temporalidade nas rotinas da redação do telejornal: O caso do Jornal do Almoço, da RBS TV e do NE 1, da Globo Nordeste*. [Unpublished doctoral dissertation]. Universidade Federal de Pernambuco.
- Park, R. (2008). Notícia e poder na imprensa. In C. B. & B. M. (Eds.), *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa*. Sulina.
- Rocha, H. C. L. (2011). A importância da epistemologia na Teoria do Jornalismo: A teoria pragmática do conhecimento e a qualidade da notícia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 08(1). 276-291. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2010v8n1p276>
- Rocha, H. C. L. (2021). A notícia e as referências de objetividade e intersubjetividade: Ambiguidade e contradição na ideologia do profissionalismo jornalístico. *Âncora Revista Latino-americana de Jornalismo*, 08(2). 13-39. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2359-375X.2021v8n2.60820>
- Schutz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Amorrortu.
- Searle, J. (2000). *Mente, Linguagem e Sociedade: Filosofia no mundo real*. Rocco.
- Serra, P. (2003). *Informação e sentido: O estatuto epistemológico da informação*. LabCom.
- Sodré, M. (2021). *A sociedade incivil: Mídia, liberdade e finanças*. Vozes.
- Soloski, J. (2016). O jornalista e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In Traquina, N. (Ed.), *Jornalismo: Questões, teoria e “estórias”* (133-145). Insular.
- Vizeu, A. (2014). Jornalismo e Paulo Freire: O conhecimento do desvelamento. *Revista Famecos*. 21(3). 860-877. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.17810>
- Vizeu, A. , Andrade, A.P.G., Siqueira, F., & Cerqueira, L. (2021, November 9 - November 12). *Telejornalismo de brechas: as pautas sociais e os direitos humanos nos telejornais*. [Paper presentation]. 19° Encontro nacional de pesquisadores em jornalismo, Brasília, DF, Brasil.

- Vizeu, A., Andrade, A.P.G., Siqueira, F., & Cerqueira, L. (2024). Telejornalismo de brechas: A luta para colocar as desigualdades sociais e os direitos humanos nas telas. *Sur Le Journalisme, Sobre Jornalismo, Sobre Jornalismo*, 13 (2), 196–213. DOI: <https://doi.org/10.25200/SLJ.v13.n2.2024.562>
- Vizeu, A. , & Correia, J.C. (2008). A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: Vizeu, A. (Ed.), *A sociedade do telejornalismo* (11-28). Vozes.
- Vizeu, A., & Lapenda, J.A.F. (2024). Jornalismo de Brechas na TV: democracia e legitimidade jornalística. In E. Mello, A.P.G. Andrade, P. Ariane, I. Coutinho, & C. Emerím (Eds.), *As inteligências do telejornalismo* (31-53). Insular.

QUANTAS MULHERES ESTÃO NO CENTRO DA RODA? UMA ANÁLISE DA PRESENÇA DE MULHERES COMO ENTREVISTADAS NO PROGRAMA *RODA VIVA*

Rodrigo de Castro Resende¹

Resumo: A quantidade de mulheres entrevistadas no programa semanal *Roda Viva*, produzido pela TV Cultura desde 1986, espelha a representação feminina quantitativa da sociedade brasileira? A partir dessa questão, este artigo analisa de forma quantitativa 470 entrevistas ocorridas no programa desde janeiro de 2015 até agosto de 2024 e conclui que as mulheres estão sub-representadas entre os entrevistados (17,81%) quando comparadas, por exemplo, com a presença geral na população brasileira no último censo de 2022 (51,48%). A pesquisa mostra ainda que existe uma diferença na presença feminina como fonte da entrevista quando o programa é comandado por um homem ou uma mulher. Nos últimos 10 anos, quando há o comando feminino do programa, a presença de uma mulher no centro da roda de entrevistas é mais que o dobro (23,40%) em relação à presença de mulheres nos programas comandados por jornalistas homens (11,01%).

Palavras-chave: *Roda Viva*; Mulheres; Entrevista; Televisão; Jornalismo

Abstract: Does the number of women interviewed on the weekly program *Roda Viva*, produced by TV Cultura since 1986, reflect the quantitative female representation in Brazilian society? Based on this question, this article analyzes 470 interviews that took place in the program from

1. Estudante de Doutorado em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior. Contato: rcaresende@gmail.com

January 2015 to August 2024 and concludes that women are underrepresented among interviewees (17.81%) when compared, for example, with the general presence in Brazilian population in the last census of 2022 (51.48%). The research also shows that there is a difference in the female presence as the source of the interview when the program is led by a man or a woman. In the last 10 years, when there is female command of the program, the presence of a woman at the center of the interview circle is more than double (23.40%) compared to the presence of women in programs led by male journalists (11.01%).

Keywords: Roda Viva; Women; Interview; Television; Journalism

Roda Viva

O programa jornalístico Roda Viva da TV Cultura de São Paulo é um dos programas de entrevista mais tradicionais da televisão brasileira. A primeira edição ocorreu em 29 de setembro de 1986. A veiculação do Roda Viva vem consolidar no meio jornalístico brasileiro a importância do programa de entrevistas e, no caso específico, de debates sobre a realidade atual do país em aspectos culturais, políticos e econômicos, menos de dois anos após a eleição de Tancredo Neves e José Sarney no colégio eleitoral, que pôs fim aos governos militares que comandavam o Brasil desde o golpe de 1964.

Os programas de entrevistas e de debates, na televisão, compõem um âmbito jornalístico especial – em que a atualidade é repassada em ângulos outros, para além do informativo, envolvendo também interpretações, posições diversas (inclusive polêmicas), propostas e, particularmente, uma “contextualização” de tais falas no perfil pessoal/profissional de quem as diz. (Braga, 2006, p. 1)

A TV Cultura é uma emissora pública do estado de São Paulo, gerida pela Fundação Padre Anchieta. Era da TV Cultura o jornalista Vladimir Herzog, morto pela repressão durante a ditadura militar brasileira em 1975 em um dos marcos históricos do enfrentamento à imprensa pelo governo brasileiro na época ditatorial.

A partir de 1972, Vladimir passou a fazer parte do quadro da TV Cultura, onde efetivou seu conceito de “responsabilidade social do jornalismo”. Vladimir começou a ser vigiado pelos agentes de repressão sob a suspeita de envolvimento com o Partido Comunista Brasileiro (PCB). Foi convocado a comparecer ao Destacamento de Operações de Informações – Centro de Operações de Defesa Interna (DOI-Codi) do II Exército, ao qual se encaminhou voluntariamente na manhã do dia 25 de outubro de 1975. Nesse mesmo dia, aos 38 anos, Vladimir foi morto nas dependências do órgão de repressão. (...) A versão de suicídio pôde ser desmantelada pelos depoimentos contraditórios dos médicos-legistas Harry Shibata, Arildo de Toledo Viana e Armando Canger Rodrigues, prestados no decorrer da ação judicial movida pela família. (Memorial da Resistência²)

O assassinato de Vladimir Herzog simbolizou um momento de virada na história brasileira e na organização da sociedade na busca pela retomada democrática. Diversos foram os atos públicos em protesto contra aquele fato. 11 anos depois, o surgimento do programa Roda Viva logo após a redemocratização brasileira marca assim uma tentativa da emissora de colocar o jornalismo a debater grandes temas no novo cenário democrático da sociedade brasileira.

“A criação do Roda Viva coincide praticamente com o começo do mais longo período de continuidade democrática da história do Brasil. Variaram cenários e formatos, mas o essencial se manteve por todo esse tempo: uma roda formada de jornalista, sociólogos, cientistas políticos ou outros profissionais e, no centro, um entrevistado com relevância e coragem para enfrentá-los”. (Lessa, 2022)

Desde então as mais diversas personalidades nacionais e internacionais passaram pelo centro da roda. Na primeira edição do programa, em 1986, comandado pelo jornalista Rodolfo Gamberini foi convidado o ministro da

2. Perfil de Vladimir Herzog no site Memorial da Resistência de São Paulo <https://memorialdarestenciasp.org.br/pessoas/vladimir-herzog/#:~:text=Vladimir%20Herzog%20nasceu%20no%20dia,de%20O%20Estado%20de%20S.> Acesso em 19 de Novembro de 2024

Justiça Paulo Brossard³. A ideia do programa é a simulação de uma arena onde convidados ficam no centro da roda enquanto são sabatinados por jornalistas de diversos órgãos de imprensa convidados pela organização do programa a depender da especialidade do convidado. Tradicionalmente o programa é veiculado às segundas-feiras à noite.

O cenário é circular, com três bancadas em terços de círculo, separadas por três corredores relativamente estreitos. Atrás das três bancadas, outras três em um nível mais alto completam o palco da ação – na forma de dois círculos concêntricos, em meio aos quais ficará o convidado, em uma cadeira giratória, de modo a poder voltar-se rapidamente para qualquer ponto desse panóptico, de onde lhe virá a próxima questão. A referência ao panóptico não é casual – o convidado é visto por todos os lados e não sabe muito bem de onde será assestada a próxima pergunta. (Braga, 2006, p. 3)

Para contemplar a diversidade de meios de comunicação, os primeiros jornalistas convidados representaram veículos como Jornal do Brasil, Gazeta Mercantil, TV Globo, Veja e Jornal da Tarde. Este trabalho busca, através de um recorte temporal recente do programa, que em breve completará 40 anos, analisar a presença de mulheres como entrevistadas nos últimos 10 anos. Busca-se verificar de forma quantitativa quantas mulheres foram entrevistadas, quais os temas tratados pelas entrevistadas e se existe diferença na representação feminina entre os convidados quando a apresentação do programa é feita por um homem e por uma mulher. Desde a criação do programa em 1986 quinze jornalistas, além de substitutos eventuais, já comandaram o programa, sendo 10 homens e 5 mulheres: Rodolpho Gamberini (1986–1987); Augusto Nunes (1986–1989; 2013–2018); Jorge Escosteguy (1989–1994); Rodolfo Konder (1990); Roseli Tardelli - (1994); Heródoto Barbeiro (1994–1995; 2009); Matinas Suzuki Jr. (1995–1998); Paulo Markun (1998–2007); Lillian Witte Fibe (2008); Marília Gabriela (2010–2011); Mario Sergio Conti (2011–2013); Ricardo Lessa (2018–2019);

3. https://rodaviva.fapesp.br/materia_busca/834/Brossard/entrevistados/paulo_brossard_1986.htm
Acesso em 25 de outubro de 2024

Daniela Lima (2019); e Vera Magalhães (2020–atualmente)⁴. Em termos anuais, podemos verificar que dos 38 anos de veiculação do programa, o comando feminino ocorreu em 9 deles.

O mediador tem uma obrigação principal, que é a de fazer o programa fluir. A fluência seria prejudicada por processos polêmicos exacerbados. Isso funciona, então, também, como uma garantia de que a tensão se mantém em níveis “suportáveis”. O critério de suportabilidade seria justamente um encaminhamento fluente, educado, não extrapolando o desacordo verbal nem o equilíbrio na distribuição da palavra, o que impõe limites a que um determinado entrevistador ou um par entrevistador-entrevistado monopolizem a polêmica. (Braga, 2006, p. 5)

O jornalista Ricardo Lessa, em livro que relata a experiência do tempo como âncora do programa Roda Viva, relata com detalhes os processos internos da execução do programa. Ele recorda e ressalta o seu primeiro programa, em 2018, com o convite a Celso Athayde para ser o entrevistado:

Foi também o primeiro (programa em 16/04/2018) em que participei da produção, do começo ao fim: escolha do entrevistado, dos entrevistadores e a realização da entrevista. Um negro no centro da roda, ex-trombadinha confesso, ex-morador de rua que virou empresário. Ele tinha uma história de superação incontestável, mas que não foi bem digerida por todos os telespectadores. Meu nome passou imediatamente a ser associado à esquerda (Lessa, 2022)

O testemunho de Lessa indica a importância do papel do âncora no programa bem como algumas de suas funções e atribuições. Atualmente o programa Roda Viva, além de transmitido ao vivo na TV Cultura às segundas-feiras, também é transmitido ao vivo na plataforma YouTube em canal próprio do programa⁵ e também disponibilizado posteriormente em formato de podcast de áudio nas principais plataformas de áudio. No YouTube o programa

4. https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2021/09/16/1815_apresentadores-do-roda-viva-ao-longo-dos-anos.html - Acesso em 25 de outubro de 2024

5. <https://www.youtube.com/@rodaviva> - Acesso em 17 de outubro de 2024

no qual uma mulher é entrevistada e conta com o maior número de visualizações é o da entrevista da jornalista Glória Maria, exibido em 14 de março de 2022, que conta com 1 milhão de visualizações quando da publicação deste trabalho. Esse é o décimo-terceiro programa mais visualizado, sendo superado por 12 em que figuras masculinas são entrevistadas.

Sobre escolhas de fontes e representações femininas no jornalismo

O histórico da prática jornalística aponta para uma profissão instituída por homens e dominada pelo sexo masculino em suas fases iniciais, bem como durante o século XX. A prática não é desassociada da própria configuração da sociedade patriarcal, que até então, possui suas principais decisões centradas na figura masculina. Em outro campo, a política, por exemplo, a sub-representação feminina também é marcante^{6,7}. Mas no campo jornalístico uma mudança drástica começa a ocorrer na década de 80, como ressalta Ana Paula Bandeira na tese “Jornalismo e feminização da profissão: Um estudo comparativo entre Brasil e Portugal”:

Desde os anos 1980, são inegáveis as mudanças nas redações e nos cargos executivos das empresas jornalísticas. Porém, o âmagos dos apontamentos feitos por estudos globais trata da cultura das redações, tanto no que se refere ao ambiente de trabalho quanto à forma como as mulheres são tratadas e retratadas nas matérias jornalísticas. Tais estudos apontam ser necessário mais de meio século para que as mudanças iniciadas no fim do século XX evoluam para uma igualdade de gênero nas redações (IFJ, 2009). Isso inclui países como o Brasil, onde as mulheres estão, atualmente, fortemente representadas – do ponto de vista quantitativo – entre os profissionais das redações, com maioria entre os jornalistas. (Bandeira, 2019, p. 15)

6. <https://www.publico.pt/2024/03/11/politica/noticia/mulheres-representam-terco-deputados-parlamento-menos-2022-2083176> - Acesso em 19 de novembro de 2024

7. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/10/03/apesar-de-maior-presenca-na-disputa-ao-senado-bancada-feminina-reduz-tamanho> - Acesso em 19 de novembro de 2024

Se a igualdade de gênero ainda é um desafio nas próprias redações jornalísticas, existe um reflexo também nas fontes utilizadas nas diversas notícias veiculadas nos meios de comunicação. Como destaca Sandra Nodari, em estudo a presença de fontes femininas em reportagens do dia 8 de março (dia internacional da mulher) a escolha das fontes também é determinada por posições de poder:

Apesar de, no jornalismo, cada indivíduo poder ser considerado como uma fonte, os meios de informação tendem a ser mais acessíveis a alguns movimentos sociais, grupos de interesse e atores políticos que a outros. (Nodari, 2022, p. 63)

Em seu trabalho a pesquisadora analisou as edições dos anos de 2017, 2018 e 2019 dos seguintes telejornais: Jornal Nacional - JN (Rede Globo de Televisão - Brasil) e Jornal das Oito – J8 (TVI – Portugal). A conclusão traz dados que corroboram a pouca presença feminina na mídia, ainda que, nesse caso, a data seja ainda mais significativa pra discussões relacionadas às mulheres:

No caso do JN, os 4 segundos de falas de fontes femininas, em 2017, são quase incontáveis, porque foram dois áudios de mulheres estrangeiras cujas falas foram traduzidas por repórteres, só as ouvimos começar a falar palavras em outro idioma. Já em 2018, foram 3’06”. Em 2019, foram 6 minutos, além de dobrar de um ano para o outro, é quase o mesmo tempo falado por fontes masculinas. No J8 o crescimento das vozes femininas de fontes foi relevante: de 8’46” em 2017, para 10’05” em 2018 e finalmente 24’05” em 2019. Neste último, as mulheres falaram mais que o dobro dos homens, caso único entre as seis edições analisadas dos telejornais. (Nodari, 2022, p. 67)

A disparidade no caso de gênero no caso das escolhas das fontes também é apresentada pela pesquisa “Who makes the News”⁸ (Quem faz as notícias – Tradução nossa). A pesquisa feita de quinquenalmente apresenta um panorama da presença de mulheres como fontes de diversos países e na

8. <https://whomakesthenews.org/> - Acesso em 17 de outubro de 2024

última edição, em 2020, contou 116 equipes e análise de 30.172 matérias publicadas em diversos meios de comunicação e redes sociais⁹. Entre as duas últimas edições da pesquisa (2015-2020), a porcentagem de mulheres ouvidas como fontes subiu apenas 1 ponto, de 24 para 25%.

Outro apontamento da pesquisa a se destacar para análise posterior desse trabalho é uma diferença existente na presença de fontes femininas a depender do sexo do repórter. Em tradução nossa, destaca-se este trecho do relatório da pesquisa:

O sexo do repórter é importante para as dimensões de gênero da notícia. As descobertas do GMMP ao longo do tempo indicam que as mulheres repórteres são mais propensas do que os homens a utilizar assuntos e fontes que são mulheres. (...) Atualmente, 31% das pessoas nas notícias tradicionais cobertas por repórteres do sexo feminino são mulheres, em contraste com 24% dos tópicos e fontes femininas nas histórias de repórteres do sexo masculino. (*"Who makes the News"* – principais hallazgos, 2021, p. 3)

Beffa (2017), em pesquisa que visa verificar a quantidade de fontes e os estereótipos dessas fontes em jornais brasileiros, ressalta que a questão de gênero é um debate global e que a presença de fontes femininas no jornalismo não pode ser indiferente no atual momento de debate das mídias.

A imprensa está presente nessa trajetória. No século XIX, o jornalismo para o público feminino se dividia em espalhar ideias de igualdade ou reforçar estereótipos domésticos. Os veículos de comunicação, como meio de influenciar, de propagar conceitos e transmitir valores comuns da sociedade, podem e devem levantar questões de desigualdade entre gêneros. As mulheres não são minoria, não no Brasil e nem nas redações. (Beffa, 2017 p. 189)

9. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_.FINAL_.pdf - Acesso em 17 de outubro de 2024

É possível ressaltar ainda a presença cada vez mais marcante de pesquisas relacionadas à gênero em áreas do jornalismo tidas como predominantemente masculinas, caso do jornalismo esportivo, por exemplo. Pode-se destacar trabalhos como a dissertação de da Silva *“Mulheres na linha de frente do jornalismo esportivo brasileiro: O marco dos 40 anos”*, apresentada em 2025 na Universidade do Porto e que traz a confirmação da hipótese de que, não só nas fontes, mas no próprio jornalismo *“(a hipótese de que) não existe paridade de gênero, foi confirmada. O androcentrismo permanece como lógica predominante, tanto na ocupação das redações quanto na atribuição de funções de maior prestígio”* (da Silva, 2025 p. 89)

O censo brasileiro de 2022

O último censo da população brasileira, previsto para ser feito no ano de 2020 (a partir de um plano decenal para este tipo de pesquisa), foi, por questões políticas e sanitárias (Pandemia da Covid-19), executado no ano de 2022. Os primeiros dados consolidados foram apresentados pelo IBGE – Instituto brasileiro de geografia e estatística, em junho de 2023.

Para este artigo cabe destacar as seguintes informações do censo: a população brasileira total é de 203.080.756 cidadãos, divididos entre 104.548.325 mulheres (51,48% da população) e 98.532.431 homens (48,52% da população). O censo não trouxe questões específicas sobre identidade de gênero, o que não nos permite verificar com esse levantamento o número de pessoas transgênero no país. Aponta-se aqui uma pesquisa¹⁰ feita por investigadores da UNESP – Faculdade de Medicina de Botucatu: *“Proportion of people identified as transgender and non-binary gender in Brazil”*¹¹. O trabalho aponta que os cidadãos identificados como transgêneros ou não-binários na população adulta brasileira representam aproximadamente 2% ou quase 3 milhões de pessoas.

10. <https://jornal.unesp.br/2021/11/12/estudo-pioneiro-na-america-latina-mapeia-adultos-transgeneros-e-nao-binarios-no-brasil/> - Acesso em 19 de novembro de 2024

11. <https://www.nature.com/articles/s41598-021-81411-4> - Acesso em 19 de novembro de 2024

Questão de pesquisa deste trabalho

Este trabalho se guia a partir da seguinte questão: a quantidade de mulheres entrevistadas no programa semanal Roda Viva, produzido pela TV Cultura desde 1986, espelha a representação feminina quantitativa da sociedade brasileira?

Metodologia

Para este trabalho foi feito um levantamento exploratório das entrevistas feitas entre os anos de 2015 (a primeira delas em 05 de janeiro daquele ano) e 2024 (tendo como corte o programa de 26 de agosto). Todas essas entrevistas estão disponíveis no canal do programa Roda Viva no YouTube. Foram tabulados no programa Excel todos estes programas apontando informações como data, entrevistado(a), apresentador(a), gêneros dos entrevistadores e entrevistados, e tipo do programa (entrevista, debate ou reapresentação).

Durante o período analisado foram identificados 530 programas, sendo 470 entrevistas inéditas, com um ou mais convidados, 50 programas em formato de debate, quando não há um elemento no centro da roda, e 10 reapresentações. Para a análise neste trabalho foram selecionadas as 470 entrevistas inéditas. 9 das 470 entrevistas contaram com mais de um entrevistado no centro da roda e 2 contaram com 3 convidados. Assim, o total de pessoas entrevistadas consideradas para este trabalho é de 483.

Resultados

Durante o recorte proposto para este estudo foram entrevistadas 483 pessoas nos 470 programas inéditos de entrevista do Roda Viva. Foram 394 homens entrevistados, 86 mulheres e 3 pessoas trans.

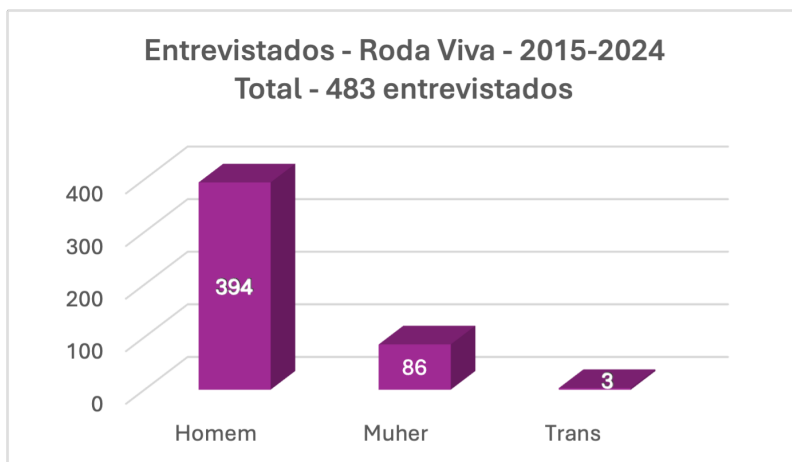


Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados no programa Roda Viva entre 2015 e 2024

A partir desses números podemos fazer uma subdivisão com os programas que foram apresentados por homens e aqueles que foram apresentados por mulheres. Quando um homem foi apresentador, foram entrevistadas 218 pessoas, sendo 194 homens e 24 mulheres. Nenhuma pessoa trans foi entrevistada nessas ocasiões. Os apresentadores neste período foram: Augusto Nunes (148), Ricardo Lessa (52), Aldo Quiroga (2), Ricardo Ferraz (4), Rodrigo Piscitelli (1) e William Correa (6).

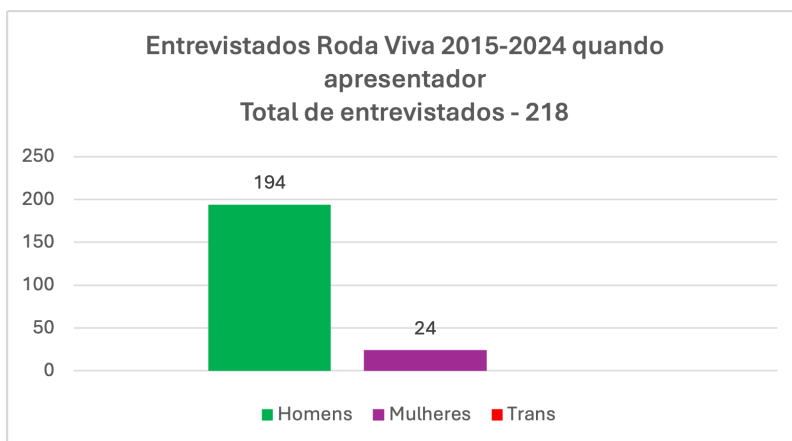


Gráfico 2 – Gênero dos entrevistados entre 2015 e 2024 quando o comando do programa é masculino

No caso dos programas comandados por mulheres foram entrevistadas 265 pessoas, sendo 200 homens, 62 mulheres e 3 pessoas trans. As apresentadoras neste período foram: Vera Magalhães (232), Daniela Lima (22) e Andresa Boni (3).

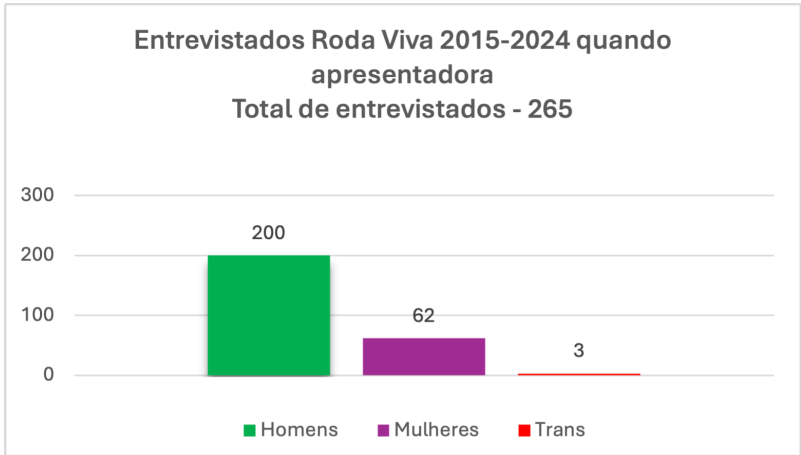


Gráfico 3 – Gênero dos entrevistados entre 2015 e 2024 quando o comando do programa é feminino

Ao se proceder a uma comparação em porcentagem da presença feminina nos programas a partir da alteração no comando, percebe-se que, no recorte analisado, existe uma diferença significativa quando há na ancoragem também a presença feminina. O número dobra. Quando um homem apresenta o programa, uma mulher como entrevistada estará no centro da roda em 11% das situações. Este dado passa a 23,4% quando a ancoragem é feita por uma mulher. Importante destacar ainda que no período analisado só aconteceram entrevistas de pessoas trans quando a ancoragem era feita por uma mulher.

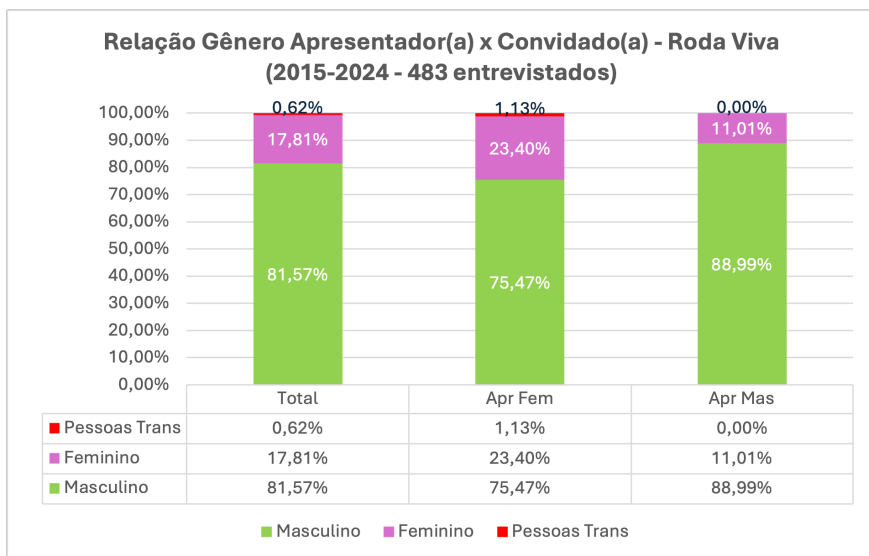


Gráfico 4 – Relações do gênero do apresentador e dos entrevistados entre 2015 e 2024.

Contexto histórico e breve análise

No recorte de tempo dos programas analisados neste trabalho houve uma atividade extremamente dinâmica na política brasileira, tema abordado com maior frequência entre os convidados e convidadas do programa Roda Viva. O ano de 2015 começou com a posse da primeira mulher eleita e reeleita democraticamente no país: Dilma Rousseff. Depois de uma eleição acirrada em 2014 contra o senador e ex-governador de Minas Gerais Aécio Neves, Dilma enfrentou logo no início do seu segundo governo uma série de protestos, reflexo de uma população dividida politicamente. Dilma não foi entrevistada pelo programa Roda Viva durante este período.

No final daquele ano, em dezembro, o então presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha acolhe um pedido de impeachment da presidente Dilma Rousseff, primeiro passo do processo que iria se estender até agosto de 2016. Uma das líderes do pedido de impeachment foi a advogada e professora Janaína Paschoal que esteve presente no período analisado por

duas vezes no programa Roda Viva. Na primeira presença, em setembro de 2015, o assunto foi justamente o pedido que seria vitorioso e alteraria a história do país. Na sua segunda participação, em 2019, Janaína já foi apresentada como deputada estadual por São Paulo, recordista em votos no país nas eleições de 2018.

Com a conclusão do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff em agosto de 2016 pelo Senado Federal assumiu a presidência do país em definitivo o então vice-presidente Michel Temer. Temer foi entrevistado no programa, diretamente de Brasília, em novembro de 2016.

Uma das práticas do programa Roda Viva é a entrevista no período pré-eleitoral com candidatos à presidência do país. Este fato fez com que mulheres ganhassem destaque nas eleições presidenciais de 2018 e 2022. Em 2018 foi candidata a ex-senadora Marina Silva e em 2022 a também ex-senadora Simone Tebet. Ambas foram entrevistadas pelo programa embora, no recorte analisado, estas não tenham sido as únicas entrevistas concedidas por elas ao programa. Marina Silva, por sinal, foi a mulher com o maior número de entrevistas no período analisado nessa pesquisa, com 3 entrevistas.

As mulheres que foram convidadas por mais de uma vez no programa neste período foram: Marina Silva, com 3 participações e, com 2 participações: a apresentadora Ana Maria Braga; a ministra do Supremo Tribunal Federal Cármen Lúcia; a professora e advogada Janaína Paschoal; a economista Monica de Bolle; a deputada federal Tábata Amaral; e a ex-senadora Simone Tebet.

Conclusões e sugestões para futuras pesquisas

A partir das análises presentes nesse trabalho conclui-se que existe uma sub-representação das mulheres como entrevistadas no programa Roda Viva da TV Cultura nos últimos dez anos quando comparada a proporção de mulheres na população brasileira. Os números, no entanto, sugerem uma

mudança a depender do comando do programa. É possível observar que a presença de uma mulher no comando do programa jornalístico altera de forma sensível a presença de mulheres como a fonte principal da atração.

É de se destacar ainda que no recorte analisado só houve entrevistas com pessoas trans quando havia o comando de uma mulher no programa. Assim é possível afirmar que a presença de minorias em posições de poder ou destaque acaba também por se refletir em toda a cadeia de decisões (como a escolha de uma fonte de uma entrevista), dando mais espaço para diversas minorias e não só aquela detentora daquela posição.

Este trabalho apresenta um recorte temporal para análise de um dos programas mais importantes da televisão e do jornalismo brasileiro, no entanto, o assunto ainda apresenta diversas faces para ser explorado. Além da própria expansão do recorte temporal para, no limite, todas as edições do programa desde 1986, pode-se aprofundar sobre os temas tratados por mulheres e outras minorias no programa.

Também pode-se sugerir análises de conteúdo e de discursos mais profundas das participações femininas em si, como a análise das falas, as perguntas feitas para estas mulheres e as respostas dadas por elas. Outros recortes ainda podem ser feitos como a presença de mulheres políticas no programa, mulheres negras e estudos de recepção com a percepção de mulheres sobre o programa

Referências

- Bandeira, A. P. B. D. S. (2019). Jornalismo e feminização da profissão: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. Disponível em <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/35628> - Acesso em 25 de outubro de 2024
- Beffa, L. C. (2017). As fontes femininas no jornalismo brasileiro. *Comunicação: Reflexões, Experiências, Ensino*, 13(2), 121–196.

- Braga, J. L. (2006). Roda Viva – uma encenação da esfera pública. In *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom. <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/26161544805804374941009695920826146068.pdf>
- da Silva, M. G. (2025). Mulheres na linha de frente do jornalismo esportivo brasileiro: O marco dos 40 anos.
- Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. (s.d.). *Projeto Memória Roda Viva*. <https://rodaviva.fapesp.br/>
- Lessa, R. (2022). *Como girei a roda: Bastidores e intrigas do Roda Viva revelados por um de seus apresentadores*. Máquina de Livros. Versão Kindle.
- Nodari, S. (2022). Mulheres ainda são menos entrevistadas que homens nos telejornais de 8 de março. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 11(2), 62–75. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v11.n2.2022.490>
- Roda Viva. (s.d.). *Início* [Canal do YouTube]. YouTube. Recuperado em 25 de outubro de 2024, de <https://www.youtube.com/@rodaviva>
- Who makes the News? *National Report – Brasil* – Global Media Monitoring Project 2020 – Disponível em <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/1-Relatorio-GMMP-Brasil-portugues-12-07-21-completo-1.pdf> - Acesso em 17 de outubro de 2024
- Who makes the News? Principales Hallazgos – Global Media Monitoring Project 2020 Disponível em https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_.FINAL_.pdf - Acesso em 17 de outubro de 2024

PARTE 2

TELEVISÃO, FICÇÃO E NARRATIVA

A GERAÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS PARA PLATAFORMAS DE *STREAMING* A PARTIR DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: UMA ANÁLISE DAS SÉRIES *SWEET TOOTH* (NETFLIX - 2021-2024) E *THE LAST OF US* (HBO - 2023)

Juliana Fernandes Teixeira

/UFPI-UF¹

Cristiane Portela de Carvalho

/UFPI²

Resumo: Em uma sociedade marcada por profundas e velozes transformações, sobretudo, no âmbito das tecnologias, a Inteligência Artificial (IA) vem sendo utilizada de forma efetiva em várias áreas e tem alterado produtos, serviços, comportamentos, dentre outros. Isso acontece também no campo comunicacional, onde a IA já é aplicada, principalmente, em conteúdos audiovisuais de novas plataformas, como as de *streaming*. Frente a este contexto, o presente trabalho analisa as séries *Sweet Tooth* (Netflix, produzida originalmente para TV, entre os anos de 2021 e 2024) e *The Last of Us* (HBO, já elaborada diretamente para a plataforma digital). Ambas abordam um cenário distópico e pós-apocalíptico, embora, na

1. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Salvador/Brasil) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (Covilhã/Portugal), por meio do regime de co-tutela entre as duas instituições. Realizou entre 2016 e 2018 Estágio Pós-Doutoral na Universidade Federal do Piauí, onde, atualmente, é professora do Departamento de Comunicação Social. Também é professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. É líder do grupo de pesquisa Jornalismo, Inovação e Igualdade (JOII - www.joiuiufpi.com.br). Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e graduada em Comunicação Social - com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

2. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Integra o Núcleo de Pesquisas em Mídia, História e Tecnologias (NUMIHTEC/UFPI). Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Convergência Midiática (JOCON/UFPI). Realiza Estágio Pós-Doutoral no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC). E-mail: crisportela14@yahoo.com.

verdade, pareçam tentar remeter a questões que a sociedade tem vivenciado no pós-pandemia. O referencial teórico inclui autores como Dodds (2024), Schmidt, Huttenlocher e Kissinger (2023), dentre outros. A metodologia utilizada é a Análise de Conteúdo (AC), de acordo com os pressupostos de Bardin (2016). As categorias trabalhadas são: “uso de personagens híbridos”, “reprodução de ambientes hoje famosos, mas vazios”, “inserção das tecnologias, atualmente consideradas ultrapassadas, como novidades para futuras gerações”. Nesse sentido, buscamos identificar de que forma a IA ajuda a potencializar as características do audiovisual no contexto das plataformas digitais enquanto produto inovador.

Palavras-chave: Inteligência Artificial. Plataformas de *streaming*. *The Last of Us*. *Sweet Tooth*. Inovação no audiovisual.

Abstract: In a society marked by profound and rapid change, especially concerning to technologies, Artificial Intelligence (AI) has been used effectively in several areas and has altered products, services, behaviors, among others. This also occurs in the communicational field, where AI is already applied, mainly, in audiovisual content on new platforms, such as the streaming. In light of this context, this work analyzes *Sweet Tooth* (Netflix, originally produced for TV, between the years of 2021 and 2024) and *The Last of Us* (HBO, already directly produced for digital platform) series. They both address a dystopian post-apocalyptic scenario, although in fact, they seemingly attempt to refer to issues which society has experienced in the post-pandemic. The theoretical framework includes authors such as Dodds (2024), Schmidt, Huttenlocher and Kissinger (2023), among others. The methodology used is Content Analysis (CA), according to Bardin's assumptions (2016). The categories used are: “use of hybrid characters”, “reproduction of currently famous, but empty environments”, “insertion of technologies, now regarded as outdated, as new for future generations”. In this sense, we seek to identify how AI helps to enhance audiovisual characteristics in the context of digital platforms as an innovative product.

Keywords: Artificial Intelligence. Streaming platforms. *The Last of Us*. *Sweet Tooth*. Audiovisual innovation.

1.Introdução

A Inteligência Artificial³ (IA) já permeia a sociedade contemporânea de forma muito mais efetiva e abrangente do que algumas décadas atrás. As sutilezas, que antes marcavam a presença da IA nas relações sociais e culturais, foram substituídas por formas mais concretas e dinâmicas de compor o dia-a-dia dos indivíduos. Como demonstram Schmidt, Huttenlocher e Kissinger (2023), independente do sentimento das pessoas em relação à IA, é possível admitir que ela está se tornando onipresente.

Empresas das mais diferentes áreas já se beneficiam da IA para otimizar e agilizar seus trabalhos, diante de um mundo cada vez mais dominado pela velocidade e rapidez dos acontecimentos. No caso específico das empresas de comunicação, é válido afirmar que:

À medida que os meios de comunicação buscam manter-se relevantes em um entorno digital em constante evolução, a inteligência artificial, sobretudo sua versão generativa, vai ganhando espaço como uma tecnologia essencial para abordar os desafios e aproveitar as oportunidades que apresentam o futuro cercado pelo ecossistema informativo. (Telecom, 2023).

São muitas as contribuições e oportunidades que a IA oferta a todas as esferas da Comunicação, incluindo o Jornalismo. Entre elas, a Telecom (2023), em seu Guia, enfatiza a automatização de tarefas repetitivas, o que permite aos jornalistas e editores concentrarem-se em aspectos criativos e processos analíticos de maior valor, como a geração de conteúdos de alta qualidade e interpretação de dados completos para transformá-los em histórias atrativas para suas audiências.

3. “Si bien la IA no es una tecnología nueva - es posible rastrear sus orígenes en la década de 1950 -, su irrupción en el presente marca una nueva compuerta evolutiva en la historia de la humanidad, una frontera en la que dejamos un mundo atrás para entrar en otro totalmente diferente”. (Telecom, 2023). De acordo com Belochio *et al.* (2024, p. 207) é possível dizer que a IA incorpora “sistemas computacionais que simulam o pensamento lógico humano, são sistemas que fazem com que as máquinas sejam capazes de detectar, compreender e agir da forma mais parecida possível aos seres humanos”.

A IA já faz parte, inclusive, da rotina de produção de importantes grupos de comunicação, como é o caso do brasileiro Grupo Globo, que, em junho de 2024, atualizou seus princípios editoriais para incluir orientações sobre o uso da IA.

O Grupo Globo atualizou [...] os princípios editoriais para incluir orientações sobre o uso de inteligência artificial na produção jornalística em todas as suas redações. O objetivo é encorajar testes e uso dessa tecnologia – que amplia de forma disruptiva a capacidade de processamento e geração de informações – como um meio para aprimorar a qualidade do jornalismo, mantendo o compromisso com a isenção, a correção e a agilidade. (G1, 2024a).

Dentre as principais orientações, destacam-se as que estabelecem o uso da IA nas redações do *Grupo Globo* apenas sob supervisão humana e respeitando os direitos autorais – próprios e de terceiros. Além do *Grupo Globo*, Barbosa e Pinto (2024) afirmam que outros meios de comunicação brasileiros, como *UOL*, *Folha de S. Paulo*, *Estadão*, a agência de checagem *Aos Fatos*, dentre outros, utilizam recursos de IA. “As iniciativas de uso de IA incluem *bots*, *chatbots*, *machine learning*, *natural language generation*, visualização, criação de imagens, geração de textos e automação de pautas” (p. 74).

Porém, juntamente com as várias possibilidades originadas pelas tecnologias que envolvem a utilização da IA, surgem também inúmeros desafios. Tendo em vista a disseminação mais efetiva da IA, principalmente no universo que permeia a comunicação como um todo e o Jornalismo em específico, ressurgem debates sobre situações antiéticas e criminosas que afetam diretamente a vida dos indivíduos, como é o caso das *fake news*, das *deep-fakes*⁴ e também das questões que envolvem a privacidade e a segurança de dados pessoais.

4. “*Deepfake* é uma técnica que permite alterar um vídeo ou foto com ajuda de inteligência artificial (IA). Com ele, por exemplo, o rosto da pessoa que está em cena pode ser trocado pelo de outra; ou aquilo que a pessoa fala pode ser modificado. Isso é possível com o uso de aplicativos criados com essa finalidade”. (G1, 2024b).

Isto põe à mostra, e deixa ainda mais visível, a vulnerabilidade do cidadão frente às tecnologias emergentes, que não existem deliberadamente nem para o bem e nem para o mal, mas que revelam suas finalidades conforme sofrem as respectivas apropriações. Por isso, faz-se imperativo, cada vez mais, estabelecer princípios que normatizem a utilização da IA, para “proteger” os indivíduos de situações que gerem transtornos sociais.

As regulações devem fomentar a transparência, a equidade e a responsabilidade no uso da IA, protegendo ao mesmo tempo a liberdade de expressão e o direito a informação. A colaboração entre governos, indústria, academia e sociedade civil é a chave para estabelecer marcos normativos que promovam o uso responsável da IA nos meios de comunicação. (Dodds, 2024, p. 27).

No que diz respeito ao âmbito comunicacional que incorpora o entretenimento, a IA tem infinitas aplicabilidades que ajudam a conquistar um público cada vez mais adepto de novas experiências, sobretudo imersivas.

A IA também oferece oportunidades para explorar novos formatos narrativos e experimentar a interatividade e a imersão nas histórias. A realidade aumentada, a realidade virtual e os entornos interativos podem enriquecer a experiência das audiências, oferecendo formas inovadoras de contar histórias e apresentar a informação. Estas tecnologias podem ajudar os meios a se conectarem com audiências mais jovens e diversificarem sua oferta de conteúdos. (Dodds, 2024, p. 27).

Isto acontece, por exemplo, com conteúdos audiovisuais de novas plataformas, como as de *streaming*, que buscam cada vez mais público e por isso vêm incorporando as tecnologias da IA para dinamizar seus conteúdos, tornando-os a cada dia mais inovadores.

Assim, frente ao contexto aqui exposto, esta pesquisa objetiva analisar as séries *Sweet Tooth* (Netflix, produzida originalmente para TV, entre 2021 e 2024) e *The Last of Us* (HBO, já elaborada diretamente para a plataforma digital), que incluem um cenário distópico e pós-apocalíptico.

O referencial teórico inclui autores como Dodds (2024), Schmidt, Huttenlocher e Kissinger (2023), dentre outros. A metodologia utilizada é a Análise de Conteúdo (AC), de acordo com Bardin (2016). Para tanto, são adotadas três categorias de análise, a saber: “uso de personagens híbridos”, “reprodução de ambientes hoje famosos, mas vazios”, e “inserção das tecnologias, atualmente consideradas ultrapassadas, como novidades para futuras gerações”.

2. Novas plataformas e novos conteúdos produzidos a partir da IA

Considerando que as plataformas digitais atuais (como as de redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*; bem como as plataformas de *streaming* *Netflix*, *HBO* e *Amazon*, dentre outras) vêm se beneficiando, a cada dia, do uso da IA para otimizar seus conteúdos, é pertinente estabelecer “novos ritmos” de criatividade e inovação, para que tais conteúdos não sejam apenas e tão somente repetições de fórmulas anteriormente já consagradas como de sucesso entre o público consumidor. Schmidt, Huttenlocher e Kissinger (2023, p. 89) acreditam que “essas plataformas digitais dependem cada vez mais da IA para produzir uma interseção entre humanos e IA em uma escala que sugere um evento de importância civilizacional”.

No campo da publicidade, tem destaque recente (julho 2023), e de grande impacto social, a campanha da fabricante de automóveis *Volkswagen*, que fez uso da IA para dar vida à cantora brasileira Elis Regina, morta em 1982.

O que se viu num comercial publicado no *YouTube* [...] foi uma recriação da artista, por meio de técnicas de inteligência artificial. Ao volante de uma Kombi antiga, a Elis feita por IA divide as cenas com sua filha, Maria Rita (essa, sim, em carne e osso), que aparece guiando a versão contemporânea do mesmo modelo. (Leme; Spinelli, 2024, p. 99).

No campo cinematográfico, é possível citar como exemplo clássico o filme “2001: Uma Odisseia no Espaço”. Para Leme e Spinelli (2024, p. 99), este é “um dos mais emblemáticos casos em que uma inteligência artificial aparece como personagem”. O filme inicia com os antepassados do *Homo sapiens*

frente a um monolito negro surgido do nada e que, apenas com sua presença, já modifica a vida daqueles seres. Os referidos autores acreditam que “em alguma medida, o ponto em que a sociedade contemporânea se encontra hoje é similar: um componente totalmente novo está diante de nós, que nos vemos estimulados (ou mesmo obrigados) a aprender a lidar com ele” (Leme e Spinelli, 2024, p. 99).

Os tempos atuais, no entanto, marcados pela oferta incessante de inúmeros produtos e também pela constante atualização/renovação dos mesmos, exigem ainda mais acuidade e perspicácia para que conteúdos antigos não reapareçam com “novas roupagens”, pois o público, guardadas as devidas proporções, está cada vez mais exigente, além de ter mais oportunidade de migrar entre conteúdos diversos, ou seja, entre inúmeras alternativas de consumo. Neste aspecto, Liberini (2024, p. 37) adverte que “os desafios são múltiplos: resgatar a criação, respeitar os direitos (humanos), separar fatos de ficções quando corresponderem”.

O desafio de criar novos conteúdos, agregando a IA, perpassa por questões, além de desafiadoras e inovadoras, que tenham enfoque na personalização. Cada indivíduo precisa “entender” que aquele produto foi criado/concebido especificamente para ele, pois isto confere ao produto um *status* de identificação, sem precedentes, e que funciona, sobretudo, com a ajuda dos algoritmos.

Os algoritmos possibilitam às empresas de mídias e jornalismo, bem como às empresas de tecnologia, conhecer e direcionar os conteúdos personalizados. Quanto mais o algoritmo aprende sobre o usuário mais inteligente se torna, capaz até de predizer o gosto dos usuários, na chamada inteligência artificial, ou seja, sem mediação humana direta na dinâmica de aprendizagem. Há softwares capazes de desenvolver não só a predição, mas também a elaboração de textos automatizados sobre notícias factuais repetidas, como resultado de jogos e previsão do tempo. (Brenol; Sousa; Baccin, 2024, p. 164, grifos nossos).

Nos dias atuais, as *big techs*⁵ têm se beneficiado dos conteúdos produzidos a partir de IA. Brenol, Sousa e Baccin (2024, p. 164) afirmam que as *big techs* apresentaram-se até mais competentes do que as empresas já presentes no ramo da comunicação ao criarem ferramentas e plataformas de publicação. Isto porque dispõem de maiores escalabilidade e do *know-how* tecnológico. Realidade virtual, realidade aumentada e aplicações de assistentes de inteligência artificial (como a Alexa, da *Amazon*, e o *Home*, do *Google*) são exemplos.

No caso das plataformas de *streaming*, em busca de público, elas também são “guiadas” pelos algoritmos. Os produtos também são concebidos em função dessa audiência. A personalização também busca atrair mais e mais audiência.

Nesse cenário, a inteligência artificial faz parte progressivamente do dia a dia das pessoas com algoritmos mediando a vida da sociedade. A IA está nas plataformas de redes sociais (como o *Instagram* e o *Twitter*), nos mecanismos de busca (como o *Google* e o *Yahoo*), nos aplicativos de rotas (como o *Google Maps* e o *Waze*), nas plataformas de *streaming* (como a *Netflix* e o *Spotify*), nas assistentes virtuais (como a Siri e a Alexa), nos atendimentos a usuários de empresas que utilizam os ChatBots (como a Aura da Vivo e a Lu do Magazine Luiza), dentre outros. (Brenol; Sousa; Baccin, 2024, p. 170, grifos nossos).

Há, portanto, uma variedade de plataformas digitais que disponibilizam produtos com o uso da IA. Nas plataformas de *games*, por exemplo, como a *Roblox*, as pessoas podem criar seus próprios jogos com personagens 3D, regras e objetivos específicos, bastando, para isso, abrir uma conta gratuita. Segundo Leme e Spinelli (2024, p.102), neste tipo de jogo, a realidade se torna uma abstração e o ser humano se torna a estrela principal; ainda que

5. “*Big techs*, ou gigantes de tecnologia, são as grandes empresas que exercem domínio no mercado de tecnologia e inovação, como a *Apple*, o *Google*, a *Amazon*, a *Microsoft* e a *Meta*. Essas companhias trabalham no desenvolvimento de bens e serviços que atendam a demandas atuais e futuras da sociedade e de outros agentes econômicos, trazendo soluções inovadoras e consideradas revolucionárias”. (UOL, 2024).

seguindo regras, agora, o jogador é quem determina os caminhos a serem seguidos. Tudo isso proporcionado pela Inteligência Artificial, o componente principal desta conjuntura.

Assim, considerando o caso das séries, produtos de entretenimento em constante ascensão de público na atualidade e objetos de estudo deste trabalho, elas também têm buscado, por meio do uso da IA, ainda mais atrativos para “prender” este público. Audiência gera receita publicitária e, consequentemente, amplia os recursos financeiros das plataformas de *streaming* que produzem e mantêm essas séries.

Uma das séries estudadas nesta pesquisa, a *Sweet Tooth* foi produzida originalmente para a TV (entre 2021 e 2024), mas atualmente pertence à *Netflix*. Ou seja, a TV pode ter funcionado como um “teste” para medir o fracasso ou o sucesso do produto. Neste caso, prevaleceu o êxito do produto, que foi incorporado à plataforma de *streaming*. Outras séries, porém, já são concebidas diretamente para uma plataforma digital, como ocorreu com *The Last of Us*, também analisada neste trabalho, e produzida primordialmente para a plataforma digital *HBO*.

Há que se considerar, porém, que a criação de novos conteúdos a partir da IA, sejam eles jornalísticos ou de entretenimento, precisam, como sugere Kusunoki (2024, p. 66), “aproveitar a IA como uma ferramenta para melhorar o trabalho, mas não para substituí-lo”. O referido autor acrescenta ainda que é possível utilizar a IA na automatização de tarefas rotineiras, no processamento de grandes volumes de dados, na prospecção de tendências, mas sempre aplicando critérios éticos para dar valor aos produtos. Ou seja, “dito de maneira simples, a inteligência artificial é genial para te dizer como chegar do ponto A ao ponto B, mas jamais te questionará se realmente deverás chegar ao ponto B” (Kusunoki, 2024, p. 67).

3. Metodologia

Conforme já mencionado, no presente artigo, analisaremos duas séries, que abordam um cenário distópico e pós-apocalíptico, embora, na verdade,

pareçam tentar remeter a questões que a sociedade tem vivenciado no pós-pandemia: *Sweet Tooth* e *The Last of Us*, por meio da análise de conteúdo categorial preconizada por Bardin (2016). Os cenários apresentados nas séries não são propriamente novidades, já tendo sido abordados em filmes como *Eu Sou a Lenda*, protagonizado por Will Smith, em 2007. Além disso, parecem não serem as últimas, já que em 2023 foram lançados dois filmes no mesmo sentido, apenas para citar exemplos mais famosos: *O Mundo Depois de Nós* (contando com um elenco de peso, que inclui Julia Roberts, Ethan Hawke e Mahershala Ali) e *Guerra Civil* (tendo entre seus protagonistas o brasileiro Wagner Moura).

Sweet Tooth é uma série já finalizada, tendo sua terceira e última temporada sido lançada neste ano (2024). Cada temporada tem oito episódios, sendo o de menor duração com 39 min e o de maior com 57 min. Produzida por Robert Downey Jr. e baseada em uma série homônima de histórias em quadrinhos, a série baseia-se na trajetória de Gus (Christian Convery), um menino-cervo que vive em um futuro pós-apocalíptico e faz parte de uma nova raça híbrida de humanos e animais. Essa nova raça é gerada após experimentos científicos que deram origem ao “Grande Colapso”, quando um misterioso e mortal vírus espalhou o “flagelo” (nome conferido pela série à doença) pelo mundo. Devido à pandemia, Gus cresceu isolado por uma década, até que decide deixar sua casa na floresta para explorar o que restou lá fora e encontrar sua mãe desaparecida (Dra. Birdie Miler). Mas, acaba se tornando amigo do ex-jogador de futebol Tommy Jepperd (Nonso Anozie) e da adolescente Becky (Stefania LaVie Owen), agora viajantes solitários e dois dos sobreviventes da catástrofe. Juntos, eles embarcam em uma aventura por um planeta devastado e perigoso. Ao descobrir que existem outros como ele, Gus acaba ingressando em uma família de híbridos enquanto busca por respostas acerca dessa nova realidade e o mistério por trás da origem de sua espécie.

The Last of Us, assim como a descrita anteriormente, é uma série distópica da HBO, mas baseada, em vez de HQs, em uma franquia de *videogames* de

mesmo nome criada por Neil Druckmann. Também diferentemente à outra série analisada, *The Last of Us* encontra-se ainda em sua primeira temporada e lançou novos episódios em 2025, após a finalização do presente artigo. Até então, o que tínhamos eram nove episódios, sendo o de menor duração com 46 minutos e o de maior com 81 minutos. O vírus abordado na série é causado por um fungo conhecido como *cordyceps*, transformando os hospedeiros humanos em monstros canibalísticos, conhecidos como “infectados”, os quais transmitem a doença com uma simples mordida em um humano saudável. Algumas décadas depois, os poucos sobreviventes que restaram vivem viajando ou em quarentenas protegidas por oficiais do governo. Este é o cenário em que o protagonista Joel (Pedro Pascal) é contratado para levar a jovem Ellie (Bella Ramsey) para a base do grupo miliciano Vaga-Lumes (rebeldes que se posicionam contra as autoridades), a fim de que seja desenvolvida uma cura, já que a jovem se descobre imune à doença. Por conta disso, eles acreditam que Ellie pode ser a chave para potencialmente salvar a humanidade, sendo protegida por Joel de maneira incondicional.

4. Análise

Partindo dessas tramas, ambas as séries exploram vasta e amplamente a Inteligência Artificial em seus conteúdos, evidenciando, em nossa análise três categorias principais:

1. uso de personagens híbridos (no caso de *Sweet Tooth*, crianças que se mesclam com características de animais de outras espécies; no caso de *The Last of Us*, os infectados com viés de monstros perigosos);
2. reprodução de ambientes hoje famosos, mas vazios (sobretudo lugares públicos, que representam ambientes de poder e status, como prédios de governos, por exemplo); e
3. inserção das tecnologias, atualmente consideradas ultrapassadas, como novidades para futuras gerações (por exemplo, rádios amadores para comunicação rudimentar e fitas cassete para ouvir músicas antigas).

Cada uma destas categorias de análise, será detalhada e exemplificada com casos da série a seguir.

4.1. Uso de personagens híbridos

Em *Sweet Tooth*, temos crianças híbridas com diversos animais: além do protagonista Gus, um menino-cervo; vão sendo apresentados personagens misturados com variadas espécies: porcos, coelhos, lagartos, gambás, ratos etc. Esses são usos, sem dúvidas, explícitos da IA. Gostaríamos de destacar, porém, dois casos específicos da terceira temporada. Um é do caso de um menino-morcego no segundo episódio, que inicialmente era não-híbrido; mas que, na verdade, escondia suas características (como as próprias asas, praticamente atrofiadas) a pedido do próprio pai para “fingir ser um humano normal”. Esse mesmo pai tenta cortar as orelhas de um filho-rato que acabara de nascer, a fim de que ele não aparentasse ser híbrido.

Essa questão mais vinculada à ética e à moralidade da humanidade com relação aos híbridos, inclusive, parece se tornar central ao seu encerramento. Isso porque, também na terceira temporada, há um episódio específico, denominado *A Matilha*, abordando a família Zhang, uma das protagonistas na reta final da série, mas que já aparecia na temporada anterior. A família é uma das tribos ainda consideradas “puras” e que busca a todo custo extinguir os híbridos. Destaque para o fato de que as mulheres, como já é comum no patriarcado contemporâneo, passam a ser consideradas “culpadas” por continuarem tendo filhos e submeterem a humanidade a mais híbridos.

O caso de Rosie Zhang é um importante exemplo nesse sentido, pois é expulsa pela família por ter engravidado de quatro meninos-lobo. Com a morte de seu pai, a avó das crianças a recebe de volta, mas com a condição de usar os netos apenas pelas suas habilidades animais, como ataque, faro etc. Ou seja, se apropria dos híbridos para caçar os seus semelhantes. Ao final, em conversa com a irmã também grávida (Ginger Zhang), Rosie percebe, assim como já apontava Bauman (2021), que acabou caindo em um dos grandes dilemas dos tempos da “modernidade líquida”: o equilíbrio entre a liberdade

e a segurança. Abriu mão de criar seus filhos com amor e meninos-híbridos, pela segurança de estar na comunidade protegida do flagelo, junto à mãe. Apesar da profundidade da discussão, é importante ressaltar que são imagens cercadas de IA a todo momento, além de fazer refletir acerca dos usos que pretendemos fazer desta nova tecnologia. Queremos mesmo abrir mão de determinados aspectos humanos para alcançar inovações tecnológicas a todo custo? Afinal, foi isso que teoricamente (pois, ao final da série, questiona-se até mesmo este aspecto) gerou o “flagelo”.



Figura 1 - Lobo-híbrido atacando Becky (*Sweet Tooth*)

Tal discussão entre liberdade e segurança é observada também em *The Last of Us*. Claro que o uso da IA fica evidente nos próprios zumbis-infectados, quando vão avançando entre humanos e fungos em questão de horas; sendo um dos primeiros sintomas a agressividade, que gera sua mordida fatal. A discussão ética entre a liberdade e a segurança e o limiar entre pegar ou não a doença também é levantada em vários momentos. Esse é o caso de Tess Servopoulos, companheira de Joel desde o início da pandemia, que

praticamente se entrega à morte no segundo episódio, quando é infectada e atrai os zumbis para que seu parceiro escape com Ellie.

São comuns, inclusive, esses casos de “suicídios”, a fim de salvar os demais em ambas as séries, assim como situações de personagens que matam pessoas queridas quando se infectam, principalmente para que não sofram com a doença. Isto pôde ser identificado em, pelo menos, dois episódios de *The Last of Us*. No terceiro, quando o casal de personagens isolados Frank e Bill ingerem veneno, pois Frank começa a desvelar sintomas de um distúrbio neuromuscular degenerativo em estágio avançado e incurável, solicitando a Bill que o sacrifique após eles se casarem no mesmo dia; mas Bill, satisfeito com sua vida até aquele momento, também atenta contra a própria vida.

Além deste, no sétimo episódio, Ellie faz um *flashback* de quando vivia em uma espécie de orfanato e tinha como melhor amiga Riley, com quem, em uma noite de “fuga” para visitar um antigo *shopping* (o que, para elas, era uma grande novidade, conforme veremos na categoria a seguir), chega a trocar um beijo. Ao final da noite, as duas, porém, são atacadas por um zumbi e, como as duas haviam combinado, ao perceber que a amiga, e amor, tinha sido infectada, Ellie mata Riley.

Tais ações colocam em contraste duas posições distintas do ser humano presentes em ambas as séries e que podem ser resumidas em duas frases recorrentes também em ambas: “Não dá para fugir da morte, pois um dia ela sempre chega para nós” (no caso dos indivíduos que priorizam o bem comum) e “Farei o que for preciso para sobreviver” (nas ocasiões em que os humanos colocam a sua própria vida acima de qualquer coisa).

4.2. Reprodução de ambientes hoje famosos, mas vazios

Iniciaremos essa categoria pelos episódios que acabamos de mencionar de *The Last of Us*, justamente por ilustrarem esse uso da IA para simular espaços que hoje são considerados “normais” para nós, contudo são apresentados na série totalmente esvaziados e deteriorados. No sétimo episódio, vemos isso em um *shopping* saqueado, mas em que é difícil identificar se há

uso de IA ou não, pois a simulação de saqueamento pode ter sido feita em um cenário real e apenas filmado. O mesmo acontece no terceiro episódio, na comunidade criada e mantida por Frank e Bill: embora existam câmeras amplas, mostrando uma cidade bem cuidada pelos dois, porém totalmente esvaziada; é complicado afirmar com assertividade se é usada IA ou não neste sentido. Já no segundo episódio, a morte de Tess ocorre dentro do Capitólio Estadual de Massachusetts, nitidamente trabalhado pela IA para aparentar abandono completo.



Figura 2 - Reprodução do Capitólio Estadual de Massachusetts deteriorado (*The Last of Us*)

Consideramos essa questão uma problemática a ser considerada pelo audiovisual diante da IA nos próximos anos: afinal, como identificar seu uso? Os riscos das *deepfakes*, como já mencionado na Introdução deste artigo, são reais e cada vez mais sérios. Portanto, torna-se necessária regulamentação urgente, a fim de que não soframos maiores consequências, sobretudo quando falamos em termos de desinformação e *fake news*.

Em *Sweet Tooth*, a mesma imprecisão pode ser verificada como em cenas da visita de Gus e seus companheiros a um cassino em que viviam idosos isolados ou nas cenas dos laboratórios de última geração onde o menino-cervo

foi criado geneticamente. A maioria das imagens destas séries especificamente, entretanto, deixa bem evidente quando é empregada a IA. Apenas para citar alguns exemplos, podemos destacar as avalanches de neve; as batalhas envolvendo helicópteros; a mãe de Gus descendo de *rafting* em uma enorme geleira; e barcos antigos (sobretudo a cena de Gus navegando em uma canoa até um barco maior a caminho do Alaska). Este último exemplo, inclusive, nos conduz à nossa próxima e última categoria.

4.3. Inserção das tecnologias, atualmente consideradas ultrapassadas, como novidades para futuras gerações

Nos tempos pós-pandêmicos das duas séries analisadas pelo presente artigo, tecnologias hoje consideradas ultrapassadas (ou, ao menos, secundárias diante da IA) são apresentadas como grandes descobertas pelos personagens mais jovens e não infectados (talvez, ainda não infectados). Em ambas as produções audiovisuais, os laboratórios avançados (que já temos hoje no mundo e no Brasil, como o recém-lançado na Universidade de Campinas - São Paulo, justamente para estudos de vírus mortais) são substituídos por imagens de laboratório sucateados e improvisados. Os carros são de gerações inteiras atrás e andam apenas até o momento em que possuem combustível. Os telefones por satélite e rádios tornam-se meios de comunicação cobiçados.

Em *Sweet Tooth* especificamente, os barcos tornam-se meios de transporte disputados pela civilização, seguindo em viagens lotadas de fugitivos do flagelo, onde acabam todos morrendo devido a um único infectado na tripulação. Em *The Last of Us*, Ellie consegue ouvir o que era música para as gerações anteriores por meio de uma fita cassete.

Cabe destacar, ainda, que as armas são igualmente rústicas (arpões, aviões antigos, rifles), desvelando uma crítica sobre o desenvolvimento tecnológico quase sem freios na atualidade da indústria armamentista e que precisa de regulamentação em igual medida que a IA vem ampliando seus usos e apropriações.

Outra crítica não totalmente explícita, mas que podemos inferir, é a atual tendência da sociedade a habitar condomínios fechados, como que tentando projetar “cidades perfeitas” e das quais os humanos saudáveis não devem sair. Isso é abordado na segunda temporada de *Sweet Tooth*, quando várias tribos isoladas resolvem se unir para criar um “mundo ideal” e acabam matando uns aos outros (restando apenas a comunidade de Zhang, que segue para a terceira temporada). Em *The Last of Us*, isso se apresenta em duas ocasiões: quando Joel e Ellie encontram uma comunidade em que todos seguem um líder religioso (que, para manter todos alimentados, opta por matar alguns membros e oferecer aos demais, que acabam por cometer canibalismo); e quando Joel consegue reencontrar seu irmão, que vive em uma espécie de grupo autossuficiente, mas onde Ellie não é bem-vinda por ter a mordida característica dos infectados e pelo fato do objetivo ser levá-la ao laboratório para encontrar a cura.

Tais exemplos evidenciam que as escolhas e soluções encontradas pelos humanos em ambas as séries não estão em cenários tão distópicos assim e que a exclusão de seres considerados “diferentes”, em geral, é o caminho indicado como mais eficaz para qualquer questão que fuja do “controle da normalidade”. A real solução, talvez, esteja justamente nas novas gerações.

Afinal, enquanto o cientista apresentado como Dr. Singh em *Sweet Tooth* e os cientistas que Joel e Ellie encontram ao final da primeira temporada de *The Last of Us* acreditam que a melhor estratégia é sacrificar os “diferentes” (primeiro híbrido e única infectada imune), as novas gerações fizeram pactos constantes para se salvarem em ambas as séries. Nas duas, os cientistas são retratados como indivíduos que se colocam para “salvar o mundo”, custe o que custar. Nas duas, essa forma de ego de manutenção da humanidade é criticada.

Na reta final de *Sweet Tooth*, essa perspectiva fica ainda mais evidente, quando Dr. Singh (que na segunda temporada matava híbridos para alcançar a cura da esposa, a qual acabou abandonando-o ao perceber que o motivo não era ela e sim seu ego de cientista) e a líder Zhang afirmam que vão sacrificar

Gus “por suas famílias”, em uma forma de “sacrifício de sangue”. O próprio cientista tem falas no sentido de que não crê mais na ciência e sim na fé, no destino, nas questões kármicas, no propósito divino, ou seja, tende a um fanatismo religioso.

Enquanto isso, o primeiro cervo híbrido (Munaq), já com mais de 100 anos (revelando que Gus não fora o primeiro híbrido), afirma que os híbridos não geraram o flagelo e sim a ganância do primeiro cientista em chegar até ele, que desejava descobrir a cura para todas as doenças e extraiu uma substância letal de determinada caverna. Caverna esta que é palco central das últimas cenas da série e nitidamente projetada em grande medida com imagens de IA.



Figura 3 - Munaq, primeiro híbrido (*Sweet Tooth*)

5. Considerações finais

A partir da análise das três categorias identificadas pelo presente artigo (1. uso de personagens híbridos; 2. reprodução de ambientes hoje famosos, mas vazios; e 3) inserção das tecnologias, atualmente consideradas ultrapassadas, como novidades para futuras gerações), acreditamos que conseguimos

atingir o objetivo central de observar como a Inteligência Artificial vem sendo utilizada para a geração de conteúdos audiovisuais para e pelas plataformas de *streaming* (no caso mais especificamente, a *Netflix* e a *HBO*).

Verificamos que a inserção de personagens híbridos (sejam crianças ingênuas e amáveis ou zumbis agressivos e assustadores) são aplicações comuns da IA nos vídeos. O mesmo ocorre em espaços consagrados (como prédios oficiais) ou inóspitos (como geleiras), reproduzidos como se reais fossem, mas de maneira abandonada, degradada e esvaziada. O menor uso é feito quando são apresentadas tecnologias, hoje consideradas tradicionais, às novas gerações: embora nessas cenas a IA não fique tão explícita imageticamente, o seu questionamento é evidente, sobretudo no que se refere aos medos gerados na sociedade atual.



Figura 4 - Crianças-híbridas de *Sweet Tooth* e zumbis de *The Last of Us*

Afinal, as problemáticas das inovações tecnológicas e científicas são apresentadas em ambas as séries estudadas (*Sweet Tooth* e *The Last of Us*) como consequências de ambições de profissionais gananciosos e inescrupulosos. Seguidos por outros especialistas vorazes pela busca da cura a qualquer custo e de sociedades que não aceitam indivíduos com características diferentes. Destaque especial à ideia de paternidade e maternidade evidenciada na última temporada de *Sweet Tooth*, que não aceita menos do que filhos “perfeitos”, simplesmente renegando seus híbridos ou temendo o que “os outros” possam fazer contra eles. E, de fato, em ambas as séries, são raros os personagens apresentados como imbuídos da busca pelo bem comum; os humanos, de uma maneira geral, se afastam, matam ou fogem, em vez de buscar soluções ou ajudar os sobreviventes e/ou os híbridos.

Com essas afirmações, de forma alguma, defendemos no presente artigo que as pesquisas em Inteligência Artificial devem ser evitadas ou desaceleradas. Pelo contrário, defendemos a sua apropriação crescente e regulamentação urgente, a fim de que possamos empreender cada vez mais avanços e inovações nos próximos anos e décadas. É necessário explorar essa área, até mesmo para que possamos refletir e limitar seus eventuais riscos e problemas.

Em referência literal ao terceiro episódio da temporada final de *Sweet Tooth*, transmitimos nossa intenção com este trabalho e com nossas futuras pesquisas acerca da Inteligência Artificial: “É preciso coragem para deixar para trás tudo que se conhece. Todo sacrifício tem duas partes. A dor de abrir mão do que você ama. E o que espera por você do outro lado”.

6. Referências

- Bauman, Zygmunt. (2021). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Barbosa, Suzana; Pinto, Moisés C. (2024). Brasil: entre melhores práticas e dificuldades tecnológicas e financeiras. In: Apablaza-Campos, Alexis; Tinjacá, Jaime Andrés Wilches (Eds.). *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación*. Bogotá D.C.: DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano & Iniciación Científica, p. 75-78.
- Belochio, Vivian *et al.* (2024). O uso de IA e o jornalismo audiovisual dos jornais Estadão e Expresso no *Instagram* e no *TikTok*. In: Canavilhas, João; Rodrigues, Catarina; Giacomelli, Fábio. *Inteligência artificial e jornalismo móvel: contextos, tendências, práticas e perspectivas*. Covilhã: LabCom, p. 205-234.
- Brenol, Marlise Viegas; Sousa, Máira Evangelista de; Baccin, Alciane Nolibos. (2024). Produtos jornalísticos estruturados em inteligência artificial: o caso do Aprovômetro. In: Canavilhas, João; Rodrigues,

- Catarina; Giacomelli, Fábio. *Inteligência artificial e jornalismo móvel: contextos, tendências, práticas e perspectivas*. Covilhã: LabCom, p. 161-182.
- Dodds, Tomás. (2024). El futuro del periodismo iberoamericano: IA, innovación y responsabilidad social. In: Apablaza-Campos, Alexis; Tinjacá, Jaime Andrés Wilches (Eds.). *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación*. Bogotá D.C.: DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano & Iniciación Científica, p. 25-28.
- G1. (2024a). *Grupo Globo atualiza princípios editoriais para incluir orientações sobre inteligência artificial*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml>>. Acesso em: 27 de ago./2024.
- G1. (2024b). *O que é deepfake e como ele é usado para distorcer realidade*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/02/28/o-que-e-deepfake-e-como-ele-e-usado-para-distorcer-realidade.ghtml>>. Acesso em: 27 de ago./2024.
- Kusunoki, José. (2024). América Latina: gerar valor, um desafio regional para a IA. In: Apablaza-Campos, Alexis; Tinjacá, Jaime Andrés Wilches (Eds.). *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación*. Bogotá D.C.: DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano & Iniciación Científica, p. 66-68.
- Leme, Álvaro; Spinelli, Egle. (2024). O novo sempre vem? Literacia generativa e inteligência artificial na campanha da Volkswagen com Elis. In: Saad, Elizabeth; Terra, Carolina Frazon. *Comunicação, organizações e inteligência artificial: impactos, sistemas generativos e uso de dados*. *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, ano 21, n. 44, jan./abr./2024. São Paulo: ECA-USP/ Gestcorp, p. 97-108.

- Liberini, Marcelo. (2024). Al Infinito y más acá. In: Apablaza-Campos, Alexis; Tinjacá, Jaime Andrés Wilches (Eds.). *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación*. Bogotá D.C.: DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano & Iniciación Científica, p. 36-38.
- Schmidt, Eric; Huttenlocher, Daniel; Kissinger, Henry A. (2023). *A era da IA e nosso futuro como humanos*. Rio de Janeiro: Alta Cult.
- TELECOM. (2023). *Periodismo IA: guía para la integración de inteligencia artificial en procesos periodísticos y medios*, desarrollada por el programa Redacciones5G de Telecom Argentina. Disponible em: <<https://institucional.telecom.com.ar/prensa/redacciones/periodismo-ia>>. Acesso em: 27 de ago./2024.
- UOL. (2024). *O que são big techs?* Disponible em: <<https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-sao-big-techs.htm>>. Acesso em: 28 de ago./2024.

ALÉM DO ARCO-ÍRIS: DESCONSTRUINDO ESTEREÓTIPOS E REDEFININDO IDENTIDADES NAS SÉRIES CONTEMPORÂNEAS

Daniel Souza

Resumo: Este estudo investiga a representação de identidades de gênero e orientação sexual nos media, focando em séries como “The Umbrella Academy”, “Sex Education”, “Pose”, e “Euphoria”. Utilizando a análise de conteúdo, fundamentada nos estudos de Bardin (2016), examinamos como essas retratam a comunidade LGBTQIA+. Com base na teoria de mediações culturais de Martín-Barbero (1990, 1987) e na crítica cultural de Kellner (2001), o estudo contextualiza as representações dentro de um panorama sociocultural mais amplo. Observamos uma evolução significativa, onde estereótipos negativos deram lugar a retratos mais autênticos e complexos, refletindo as mudanças sociais e políticas discutidas por Junqueira (2018) e Bourdieu (1997). No entanto, persistem desafios como a tokenização e a superficialidade em algumas narrativas. Também é abordada a questão da interseccionalidade, como exemplificado em “Lessons in Chemistry”, integrando questões de raça, classe e gênero. Concluímos que, embora os media contemporâneos tenha avançado na promoção da visibilidade das minorias, ainda há um caminho a percorrer para alcançar uma representação inclusiva e precisa. A televisão, especialmente através das plataformas de streaming, continua sendo vital na luta por igualdade e respeito às diferenças.

Palavras-chave: Representação de gênero. Orientação Sexual. Séries de TV. LGBTQIA+. Media. Interseccionalidade.

Abstract: This study investigates the representation of gender identities and sexual orientation in the media, focusing on series such as “The Umbrella Academy,” “Sex Education,” “Pose,” and “Euphoria.” Utilizing content analysis, based on Bardin’s studies (2016), we examine how these portray the LGBTQIA+ community. Grounded in Martín-Barbero’s cultural mediation theory (1990, 1987) and Kellner’s cultural critique (2001), the study contextualizes these representations within a broader sociocultural landscape. We observe a significant evolution, where negative stereotypes have been replaced by more authentic and complex portrayals, reflecting the social and political changes discussed by Junqueira (2018) and Bourdieu (1997). However, challenges such as tokenization and superficiality in some narratives persist. The issue of intersectionality is also addressed, as exemplified in “Lessons in Chemistry,” integrating matters of race, class, and gender. We conclude that although contemporary media has advanced in promoting minority visibility, there is still a way to go to achieve inclusive and accurate representation. Television, especially through streaming platforms, remains vital in the fight for equality and respect for differences.

Keywords: Gender representation. Sexual orientation. TV series. LGBTQIA+. Media. Intersectionality

Introdução

Nos últimos anos, a representação de identidade de gênero e orientação sexual na televisão tem evoluído, especialmente em séries que se propõem a tratar a diversidade de forma mais inclusiva e realista. Esse avanço reflete as transformações sociais e contribui para o fortalecimento das discussões sobre igualdade, direitos LGBTQIA+ e visibilidade.

Este artigo analisa a representação de identidade de gênero e orientação sexual em séries de TV contemporâneas como *The Umbrella Academy*, *The Sex Lives of College Girls*, *Sex Education*, *Sense8*, *Grace and Frankie*, *Generation*, *Pose*, *Euphoria*, entre outras. A pesquisa explora como essas produções retratam personagens LGBTQIA+ e os desafios enfrentados por eles, discutindo a importância de representações diversificadas e precisas nos media.

A importância de uma representação autêntica é discutida, considerando o impacto que essas imagens têm sobre a sociedade e sobre as comunidades LGBTQIA+. Além disso, abordaremos como na série *Lessons in Chemistry* retratam a luta das mulheres contra o sexismo, complementando a discussão sobre interseccionalidade de gênero.

Para ser possível compreender os impactos que essa representação pode ter na sociedade, fazemos uma revisão sobre o papel social da televisão e das plataformas de streaming na construção de opiniões, atitudes e sociabilização na população geral. Passando também pela evolução da representação da comunidade LGBTQIA+, até chegarmos ao espectro do artigo que são as séries na contemporaneidade de forma a poder avaliar desconstrução dos estereótipos e a representação fidedigna da comunidade e por atores LGBTQIA+, relacionando a questão da interseccionalidade.

Papel social da televisão e das plataformas de streaming

Os media televisivos ocupam uma posição estratégica na estruturação das relações sociais contemporâneas, atuando como fonte primordial de informação sobre eventos sociais e como canal de difusão comercial. Esta configuração transformou a televisão num elemento articulador da vida coletiva (Wang; Pereira; Andery, 2016), especialmente pela sua capacidade de propagar discursos, ideias e estimular discussões públicas sobre temáticas variadas, incluindo o debate político e cultural que permeia a sociedade.

De acordo com Wang, Pereira e Andery (2016), a televisão funciona como um elo social, sendo capaz de se adaptar a heterogeneidade da massa social, obrigando o telespectador a conhecer a existência do outro, fator fundamental em uma sociedade multicultural. Nesse sentido, a televisão com seus programas que atingem um público generalizado e gera um sentido de representação social e cultural e de interligação e interação de diferenças a estes níveis.

Nesse contexto, cabe ressaltar o conceito de mediações trazido por Martín-Barbero (1987), como lugares que se situam entre a produção e a recepção. Na perspectiva do autor, três lugares interferem na maneira como os receptores recebem os conteúdos midiáticos, os quais: o cotidiano social; a temporalidade social; e a competência cultural. É no cotidiano familiar que as pessoas se mostram como realmente são, sendo uma das mediações mais importantes, considerando que a família reproduz as relações de poder da sociedade, o que possibilita que os indivíduos manifestem seus anseios e inquietações.

Por sua vez, a temporalidade social traz a relação entre o tempo cotidiano e o tempo produtivo. É o tempo que se mede. E é nesse sentido que a televisão se incorpora ao cotidiano dos receptores, sendo organizada pelo tempo de repetição e do fragmento. E a competência cultural envolve a vivência do indivíduo ao longo de sua vida (Martín-Barbero, 1987).

Esses três lugares da mediação foram transformados por Martín-Barbero (1990) em dimensões: sociabilidade, que se refere às constantes interações do indivíduo com o poder e as instituições; a ritualidade, que se refere às rotinas de trabalho unidades à produção cultural; e tecnicidade, que se refere às características do próprio meio. Com isso, o autor traz um entendimento de que os meios exercem posição de centralidade na sociedade.

As novelas no Brasil configuram-se como parte da cultura nacional, influenciando na construção da identidade, visto que se interliga à realidade social dos sujeitos por meio de representações sociais. É o que Martín-Barbero (1990) chama de melodramas, destacando que tem o reconhecimento como essência do gênero, compartilhando referências entre os povos, refletindo, assim, a realidade do cotidiano. Com isso, os conteúdos midiáticos como as novelas têm sido ponto de partida das discussões sociais, influenciando, dessa forma, na construção da identidade.

Bourdieu (1997) elucida que a televisão tem uma espécie de monopólio na formação das cabeças de uma parcela muito importante da sociedade. A

televisão é vista por Wolton (2007, p. 52) como formadora de identidade cultural, em suas palavras: “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração nacional, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional”. Complementa afirmando que no Brasil, as novelas se configuram como mantenedoras do laço social.

Para Kellner (2001), a televisão deve ser considerada como um produto da sociedade e, justamente por ser um produto dela, revela como se organiza, quais são seus valores e costumes, sendo regida pela estética do realismo representacional, com imagens e histórias que fabricam o real, possibilitando que as pessoas se identifiquem com o que estão assistindo, desempenhando, com isso, papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea.

A identidade configura-se nas relações sociais com o outro, constituindo um fenômeno concreto, social, histórico e político. Ciampa (1998) conceitualiza a identidade pressuposta como aquela que o sujeito internaliza e manifesta na sua objetividade social. Segundo o autor, a ausência dessa pressuposição torna problemática a construção identitária. Tal modalidade identitária, forjada nas relações concretas do âmbito social, distingue-se da identidade-metamorfose: enquanto esta última se caracteriza por um processo contínuo, social e histórico de construção, a identidade pressuposta apresenta-se como algo previamente dado e naturalizado.

Assim, por retratar a realidade, a televisão influencia na construção da identidade de um indivíduo. Observa-se que os media, sobretudo a TV e a Internet, age na forma de pensar e agir. Ela está presente na cultura da sociedade contemporânea, que de acordo com a Teoria Crítica Social e do conceito explicativo da Indústria Cultural (Adorno; Horkheimer, 1985), reflete a mundialização cultural desencadeada pela globalização econômica. De fato, os media trazem várias novidades, entre elas a diversidade cultural e novas tecnologias.

Nesse contexto, fica claro o papel social desenvolvido pela televisão que, assim como outras mediações sociais, dá sentido às interações, podendo ser apropriada de maneiras diversas (não determinada), ainda que haja um sentido preponderante.

Assim como as redes de televisão aberta reduziram o protagonismo do rádio, as plataformas de streaming também têm se apresentado como potenciais na mudança do cenário do consumo dos media. Para Valin (2009), o streaming se configura como uma nova forma de consumir conteúdos audiovisuais sem que o usuário precise aguardar um download para consumir, atuando, assim, por meio de um fluxo contínuo dos dados.

Essas plataformas são apontadas por Mariano (2015) como uma alternativa para a comercialização de audiovisuais, sejam de novas produções (lançamentos), assim como acervo de filmes antigos e recentes, que ficam à disposição do consumidor a todo e qualquer momento, sendo dele a decisão de como e quando assistir.

A Netflix foi uma das pioneiras nesse mercado e vem se apresentando como a principal plataforma de streaming no mundo, em um cenário cada vez mais competitivo, com a entrada de produtoras consolidadas no mercado, como a Disney e a HBO. De acordo com Kleina (2017) a referida plataforma inovou no modelo de consumo de audiovisuais, deixando a prática do aluguel de DVD como ultrapassada, já que por meio de assinatura mensal, o consumidor poderia contar com uma significativa lista de filmes para assistir como desejar, sem necessidade de considerar um período determinado para devolução.

Importante mencionar que a Netflix tem suas limitações, considerando que a disponibilidade de filmes e séries se dá, principalmente, a partir da negociação com provedores, distribuidores, produtores e criadores de conteúdo, sendo concedidas licenças para veiculação dos mesmos. Acontece que essas licenças podem não ser conseguidas ou podem expirar e, quando isso acontece, uma série pode sair do catálogo da empresa antes de o usuário

terminar de assisti-la, assim como a ausência de determinadas temporadas de uma série (Valiati, 2018). Salienta-se ainda que um dos recentes avanços da plataforma foi se tornar produtora, contando com filmes e séries originais, o que a elevou a concorrente dos grandes estúdios, fazendo com que essas retirassem de seu catálogo suas produções.

Mungili, Ikeda e Penner (2018) mencionam que o aumento tecnológico de difusão de dados e representações pela internet ampliaram as probabilidades e modalidades de estudos relacionados aos espectadores. Nesse mesmo sentido, Rocha (2016, p. 18) destaca que:

As mudanças tecnológicas exigem a compreensão das novas formas de distribuição de conteúdo; das novas formas de linguagem e de seus conteúdos produzidos; da disponibilização destes através dos diversos tipos de suportes midiáticos característicos da era da mobilidade; e de suas consequências na modelagem da cultura de mídia.

Sobre o assunto, Silva et al. (2018) ressaltam que já é fato que o ensejo da Netflix está transformando o modo com que a TV tradicional é consumida e o esclarecimento é básico, considerando que os serviços ofertados de streaming consentem que o espectador determine como, onde e quando o seu vídeo, seja ele um filme ou série, será visto. A companhia é ainda fabricante de boa parte da programação e destaca-se pelo fato de o telespectador se interessar pela exclusividade, principalmente pela possibilidade de assistir a qualquer dia/hora, já que não há uma grade de programação, grande marca da aberta. Ladeira (2016, p. 132) corrobora afirmando ainda que:

A dimensão institucional a partir da qual recaem as possibilidades futuras para o streaming depende de um ambiente no qual a propriedade das infraestruturas para a difusão de cabo e de internet recai sobre os mesmos bolsos. Caso os proprietários das estruturas para a difusão de dados via internet em alta velocidade não tivessem se tornado os mesmos donos dos sistemas de televisão convencional, ao longo de diversas aquisições de serviços de internet por atividades de cabo ou de

telecomunicações, as condições para esta transposição se mostrariam certamente distintas. A propriedade destas redes de tráfego garante certa ausência de atrito com o futuro.

Cirne (2016) diz que falar sobre a Netflix, bem como sobre outras empresas sob demanda, é trazer à tona um método de convergência relacionando internet e TV, envolvendo tanto linguagens, realizadores e audiências. O autor ressalta ainda que entender essas modificações motiva a analisar os provedores de teor sob demanda como uma novidade para o audiovisual. Uma TV que não necessita mais de radiodifusão, de difusões por meio de satélite ou até mesmo a cabo. Bem como, uma TV que não demanda dia e hora exatos para assistir e que não obriga o consumidor a assistir propagandas em seus intervalos. Uma televisão que atualmente não precisa sequer de um aparelho de TV. É preciso, portanto, compreender esta TV e muito mais, os seus novos telespectadores.

Assim como a TV aberta, as plataformas de streaming têm apresentado implicações sociais, podendo-se mencionar mudanças tanto nos hábitos de consumo quanto no processo comunicacional. No que diz respeito aos impactos no processo comunicacional, bem afirma Valiati (2018, p. 107) que:

[...] o consumo audiovisual se torna um somatório de práticas e tecnologias capazes de reformular pressupostos teóricos já estabelecidos. Ao mesmo tempo em que há estruturas residuais que remontam às primeiras décadas de popularização da televisão e tecnologias associadas, como as lógicas de difusão como domínio do setor nas mãos de poucas empresas, há a presença cada vez mais constante de computadores como plataformas televisivas e a audiência mais autônoma, capaz de transitar entre as diversas plataformas e telas, no tempo que preferir. Além disso, há a mudança de um meio essencialmente massivo (*broadcasting*) para a oferta de conteúdo a grupos específicos (*narrowcasting*), até a disponibilização do conteúdo para audiência fragmentadas e fluidas (*slivercasting*).

Dessa forma, mudanças que foram percebidas do rádio para a televisão, agora podem ser percebidas com as mudanças ainda em curso nos hábitos de consumo da TV aberta para as plataformas de streaming. Para Valiati (2018) essas mudanças são de efeito global, em que o público não está mais apenas vinculado às restrições de conteúdo impostas pela indústria de televisão, que incentivava uma reunião familiar para assistir a determinada programação, agora cada elemento da família pode assistir seus conteúdos preferidos em diferentes dispositivos, tempo e espaço. Além disso, a comunicação e a interação dos usuários passaram a ser nas redes sociais, exigindo adaptações das tradicionais transmissoras para esses espaços em relação às divulgações e participação nas discussões.

A Evolução da Representação LGBTQIA+ nos Media

A evolução da representação LGBTQIA+ nos meios de comunicação reflete mudanças no cenário sociocultural. Durante muito tempo, personagens LGBTQIA+ eram retratados de forma limitada e reforçavam estereótipos negativos. A marginalização ou o uso cômico dessas figuras contribuiu para a perpetuação de preconceitos, em vez de promover a inclusão. Entretanto, nas últimas décadas, observamos uma transformação tanto na visibilidade quanto na aceitação de identidades de gênero e orientações sexuais. Essa mudança também evidencia o papel crescente dos media como agente de transformação social (Dyer 1993).

Conforme Kellner (2001), o progresso na forma como os media retratam pessoas LGBTQIA+ vai além de questões estéticas. Essa transformação reflete mudanças sociais mais amplas e está ligada ao avanço nas discussões sobre direitos humanos e igualdade. Nas primeiras décadas do cinema e da televisão, as representações eram escassas e, quando presentes, marginalizavam essas identidades. Rodrigues (2023) relembra que, durante a era do Código Hays, em Hollywood, entre 1934 e 1968, a homossexualidade era censurada, e personagens LGBTQIA+ apareciam em papéis negativos ou caricaturais, reforçando o estigma da época.

Na televisão das décadas de 1950 e 1960, a invisibilidade LGBTQIA+ continuou predominante. Como observado por Pedrosa e Ferreira (2020), personagens LGBTQIA+ eram representados de forma cômica ou estereotipada, perpetuando visões nocivas. Somente a partir dos anos 1970 e 1980, impulsionados por movimentos pelos direitos LGBTQIA+ e marcos como os motins de Stonewall, essas representações começaram a mudar. Embora a crise da SIDA nos anos 1980 tenha trazido uma nova onda de visibilidade, esta foi marcada por estigmas e tragédias, vinculando narrativas negativas.

Nos anos 1990, houve um avanço mais substancial. Programas como *Ellen* e *Will & Grace* colocaram personagens LGBTQIA+ no centro das atenções, embora ainda com limitações em termos de diversidade. Silva (2023) observa que essas produções tendiam a focar em personagens brancos, cisgêneros e de classe média, limitando a representação dentro da própria comunidade LGBTQIA+. Ao mesmo tempo, o cinema independente emergiu como um espaço de exploração de narrativas mais variadas, destacando produções como *Paris Is Burning* (1990) e *The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert* (1994), que introduziram questões de raça, classe e identidade de gênero.

Com a revolução digital e o surgimento das redes sociais nos anos 2000, a visibilidade LGBTQIA+ expandiu-se, possibilitando que histórias independentes ganhassem espaço. Plataformas como YouTube e blogs tornaram-se importantes para que pessoas LGBTQIA+ contassem suas próprias histórias. Conforme Passo (2022), essa diversificação contribuiu para uma representação mais abrangente dentro da comunidade LGBTQIA+, destacando identidades marginalizadas, como pessoas trans, não binárias e intersexuais.

A ascensão de plataformas de streaming também permitiu a criação de produções inovadoras, como *Orange Is the New Black* e *Pose*, que abordaram temas complexos relacionados à transgeneridade, raça e classe. Rocha et al. (2020) ressaltam o impacto dessas narrativas na desestigmatização de identidades LGBTQIA+, promovendo maior compreensão dessas vivências. O reconhecimento de filmes como *Moonlight* (2016), vencedor do

Oscar de Melhor Filme, reforça a relevância dessas histórias no cenário cultural global.

Rodrigues (2023) aponta que a busca por representações mais autênticas de pessoas LGBTQIA+ começou a impactar produções televisivas, o que permitiu o surgimento de personagens cujas histórias vão além de suas identidades de gênero ou sexualidade. Esse movimento reflete tanto as pressões sociais por igualdade quanto a crescente conscientização sobre a necessidade de diversidade nos media.

O papel das plataformas digitais e redes sociais foi fundamental para impulsionar essa mudança. Serviços de streaming como Netflix, Hulu e Amazon Prime abriram espaço para uma maior diversidade de criadores e personagens, permitindo que histórias LGBTQIA+ fossem contadas com autenticidade e profundidade. Séries como *Euphoria*, *Fellow Travelers*, *Smiley*, *Heartstopper* e *It's a Sin* são exemplos claros dessa evolução, abordando de forma sensível e realista a experiência LGBTQIA+. De acordo com Hjarvard (2015), essas plataformas não só ampliaram o espectro de representações, como também contribuíram para uma recepção mais positiva do público, fomentando a mudança nas atitudes sociais.

Hjarvard (2015) explica que personagens LGBTQIA+ retratados de maneira positiva ajudam a desconstruir preconceitos e a promover uma maior compreensão da diversidade sexual e de gênero. Contudo, desafios ainda permanecem, dentre os quais está o fenômeno da *tokenização*, em que personagens LGBTQIA+ são incluídos nas narrativas para cumprir uma cota de diversidade, sem o desenvolvimento necessário para explorar suas complexidades (Benuto et al, 2020).

Como Martins (2021) observa, que os media desempenham um papel central na promoção dos direitos LGBTQIA+. No entanto, persistem desafios, como a superficialidade na representação de certas identidades e a falta de diversidade dentro da própria comunidade. Apesar disso, a evolução da representação LGBTQIA+ demonstra que os media, além de refletir mudanças sociais, pode influenciá-los, promovendo empatia e entendimento.

Metodologia

A abordagem utilizada nesse estudo é qualitativa, utilizando a análise de conteúdo baseada nos princípios estabelecidos por Laurence Bardin (2016). A pesquisa focou em séries de TV contemporâneas que apresentam representações significativas de personagens e temas LGBTQIA+.

A análise de conteúdo tem como objetivo analisar documentos e simplificá-los, de forma que se torne possível criar categorias e estabelecer elementos que as conectem, para que se tenha uma visão geral do material analisado, ou seja, analisa as mensagens e as transpõe de forma a criar um padrão coexistente entre os materiais utilizados para o estudo (Bardin, 2016).

Segundo Chizzotti (2006. p. 98), “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”. Dessa forma, além de servir como forma de categorização e transmissão de informações de forma mais simples, a análise de conteúdo também pode ser utilizada para evidenciar novos problemas e situações a serem explorados pela investigação.

Pode-se dizer que há algum nível de flexibilidade na análise de conteúdo, uma vez que não existe estrutura pronta para análise, mas sim etapas que devem ser trabalhadas. Sendo assim, o autor é quem fica a cargo da criação dos aspectos e categorias analisadas, uma vez que os materiais são examinados de acordo com o caminho que a pesquisa segue. Isso é, analisa-se o material/conteúdo e retira-se apenas os dados relevantes para as questões levantadas pelo investigador. Dessa forma, se espera apresentar a análise de forma sistemática e catalogada (Hansen, Cottle, Negrine & Newbold, 1998. pp. 91-123).

O conteúdo a ser analisado foi selecionado com base nos seguintes critérios, período de lançamento 2014 a 2024, para garantir a contemporaneidade da amostra. O recorte da pesquisa também teve como base o canal de distribuição, escolhendo séries provenientes de plataformas de streaming e com temática LGBTQIA+ ou com personagens da comunidade, dando destaque

as séries que possuem maior diversidade. A série *Lessons in Chemistry* foi selecionada pela aparição do irmão da personagem principal ser gay, e pela questão da interseccionalidade.

Análise de Conteúdo

A pesquisa foi estruturada em três etapas, seguindo os conceitos de Bardin (2016): pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Na etapa de pré-análise, realizou-se a visualização das séries para a coleta do material a ser analisado. Durante a fase de exploração, foram definidas as seguintes categorias de análise: diversidade, complexidade, estereótipos, temas relevantes, interseccionalidade e impacto na narrativa.

Após a coleta dos dados e a definição das categorias, desenvolveu-se um sistema de pontuação de 1 a 5 para cada categoria, conforme detalhado a seguir:

1. Diversidade: 1 - Nenhuma representação LGBTQIA+ 2 - Representação limitada (apenas um tipo de identidade LGBTQIA+) 3 - Representação moderada (2-3 tipos de identidades LGBTQIA+) 4 - Boa diversidade (4-5 tipos de identidades LGBTQIA+) 5 - Excelente diversidade (ampla gama de identidades LGBTQIA+)
2. Complexidade dos personagens: 1 - Personagens unidimensionais, baseados em estereótipos 2 - Personagens com pouca profundidade 3 - Personagens com alguma complexidade, mas desenvolvimento limitado 4 - Personagens bem desenvolvidos com arcos de história significativos 5 - Personagens altamente complexos e multidimensionais
3. Estereótipos: 1 - Uso frequente e não crítico de estereótipos 2 - Presença significativa de estereótipos 3 - Uso misto de estereótipos e representações mais autênticas 4 - Poucos estereótipos, maioria das representações autênticas 5 - Desafio ativo aos estereótipos, representações altamente autênticas

4. Temas Relevantes: 1 - Nenhum tema LGBTQIA+ relevante abordado 2 - Abordagem superficial de temas LGBTQIA+ 3 - Alguns temas LGBTQIA+ relevantes abordados 4 - Vários temas LGBTQIA+ importantes abordados com profundidade 5 - Ampla gama de temas LGBTQIA+ cruciais abordados com nuance e profundidade
5. Interseccionalidade: 1 - Nenhuma consideração de interseccionalidade 2 - Reconhecimento mínimo de outras identidades além de LGBTQIA+ 3 - Alguma exploração de interseccionalidade 4 - Consideração significativa de múltiplas identidades interseccionais 5 - Exploração profunda e nuçada de interseccionalidade
6. Impacto na Narrativa: 1 - Identidades/temas LGBTQIA+ são periféricos ou irrelevantes para a narrativa 2 - Identidades/temas LGBTQIA+ têm impacto mínimo na narrativa principal 3 - Identidades/temas LGBTQIA+ são importantes, mas não centrais 4 - Identidades/temas LGBTQIA+ têm impacto significativo na narrativa principal 5 - Identidades/temas LGBTQIA+ são fundamentais para a narrativa central

Com base nesses critérios estabelecidos, realizou-se a análise de 16 séries para compreender o panorama geral do tratamento da diversidade, a complexidade e o desenvolvimento dos personagens, a presença de estereótipos ou conteúdos realistas, a relevância dos temas abordados nas tramas, a interseccionalidade e o impacto na narrativa.

Para sintetizar os dados coletados, elaborou-se a Tabela 1, que apresenta a pontuação de cada série em todas as categorias, juntamente com o ano de produção e a plataforma de streaming em que foram exibidas. Esta tabela oferece uma visão abrangente e comparativa das séries analisadas, permitindo uma avaliação detalhada da representação LGBTQIA+ em cada produção.

Tabela 1 – Resumo análise de conteúdo

Série	Ano	Streaming	Diversidade	Complexidade	Estereótipos	Temas Relevantes	Interseccionalidade	Impacto na Narrativa
Looking	2014	HBO	2	4	3	4	2	5
	2015	Netflix	3	4	4	4	3	5
Grace and Frankie	2015	Netflix	5	4	5	4	5	5
Sense8	2018	Netflix	3	4	3	4	3	4
Elite	2018	Netflix	5	5	5	5	5	5
Pose	2019	HBO	4	5	4	4	4	4
Euphoria	2019	Netflix	3	5	5	5	5	5
Sex Education	2019	Netflix	3	4	4	3	3	4
Special	2021	HBO	5	4	4	4	4	5
The Umbrella Academy	2021	HBO	2	5	4	5	3	5
Generation	2021	HBO	3	4	4	3	3	4
It's a Sin	2021	HBO	4	4	5	5	5	5
The Sex Lives of College Girls	2022	Netflix	2	3	3	3	3	3
Hearstopper	2022	Netflix	4	4	5	5	3	5
Smiley	2023	Showtime	3	5	4	5	4	5
Fellow Travelers	2023	Apple TV+	2	4	5	4	3	4

Fonte: autor, 2024.

Com base na análise realizada e nos dados apresentados na Tabela 1, é possível observar uma evolução significativa na representação LGBTQIA+ nas séries de televisão ao longo da última década. As produções mais recentes, como “Pose” (2018), “Sex Education” (2019) e “Heartstopper” (2022), destacam-se por suas pontuações elevadas em diversidade, complexidade de personagens e abordagem de temas relevantes. Nota-se uma tendência crescente em direção a representações mais autênticas e interseccionais, com séries como “Sense8” (2015) e “Special” (2019) explorando múltiplas identidades e experiências dentro do espectro LGBTQIA+. Embora algumas produções ainda apresentem limitações em termos de diversidade ou profundidade na abordagem de temas LGBTQIA+, o panorama geral indica um avanço positivo na indústria televisiva. As plataformas de streaming, particularmente Netflix e HBO, emergem como líderes na produção de conteúdo com representação LGBTQIA+ significativa. Esta análise de conteúdo revela não apenas a melhoria quantitativa na representação, mas também um aprimoramento qualitativo, com narrativas mais complexas e impactantes que contribuem para uma visão mais inclusiva e diversificada da comunidade LGBTQIA+ na mídia contemporânea.

Representação em Séries Contemporâneas

Nos últimos anos, produções como *The Umbrella Academy* (2019), *The Sex Lives of College Girls* (2021), *Sex Education* (2019), *Sense8* (2015), *Grace and Frankie* (2015), *Generation* (2021), *Pose* (2018) e *Euphoria* (2019) *Special* (2019), *Elite* (2018) *Looking* (2014), todas desenvolvidas para plataformas de streaming, incluíram personagens LGBTQIA+ em papéis centrais, o que reflete um movimento claro da indústria televisiva em direção a uma representação mais precisa e abrangente. Teles (2022) ressalta que essa mudança vai além da simples inclusão e se destaca pela desconstrução de estereótipos que, por muito tempo, marcaram essas narrativas.

Em *Pose*, por exemplo, a vida de pessoas trans e *queer* na cena *ballroom* de Nova York, nos anos 1980 e 1990, é explorada. A série aborda a crise da SIDA e os desafios enfrentados por essas comunidades marginalizadas,

destacando a importância de um elenco trans, algo ainda raro na televisão (Teles, 2022). Trata-se da série com o maior elenco trans da história, a série retrata os preconceitos vividos pela comunidade nesse período.

A relevância de uma representação inclusiva também é perceptível em *Sex Education*. Jerônimo (2022) relata que a série aborda a diversidade sexual de forma didática e sensível, destacando o personagem Eric Effiong, um adolescente negro e gay. *Sex Education* desafia estereótipos raciais e de sexualidade e explora nuances das experiências LGBTQIA+ na adolescência. A série trata de questões como a homofobia internalizada e a aceitação social de maneira cuidadosa e educativa.

Aclamada pela forma como trata a educação sexual, a referida série traz uma abordagem fundamental em torno do personagem Eric, que sofre homofobia por alguém que vem a ser seu próximo relacionamento, Adam, uma trajetória que vai da agressão ao amor romântico. Adam é um personagem cis, branco, criado em um ambiente machista, rodeado das expectativas do pai, reprimindo sua sexualidade e apresentando comportamento homofóbico, como uma forma de negar a si mesmo. No decorrer da série, o personagem vai se descobrindo e em meio à complexidade de assumir e aceitar a própria sexualidade vai se desvelando uma trajetória em que o medo e a vergonha assumem posição central, moldando suas atitudes.

Figura 1 - Adam em Sex Education



Fonte: Netflix (Sex Education 02x06).

A heteronormatividade, conforme discutida por Miskolci (2009), é um conceito central para entender o personagem Adam em *Sex Education*, especialmente em sua relação com Eric, visto que refere-se ao conjunto de normas sociais que posicionam a heterossexualidade como o padrão “natural” e superior, regulando não apenas as vidas dos heterossexuais, mas também as dos que não seguem esse modelo. No caso de Adam, essa pressão heteronormativa influencia diretamente sua visão e expressão de sua sexualidade.

Todavia, o que se verifica é que a série também peca em retratar o relacionamento entre os personagens como heteronormativa, visto que Eric é frequentemente retratado com características que a sociedade associa ao feminino, como suas roupas e gestos, enquanto Adam assume o papel de “homem” do relacionamento, sendo mais reservado e performando uma masculinidade discreta. Esse padrão reproduz uma dinâmica heteronormativa, onde os papéis de gênero dentro de um relacionamento homoafetivo são, muitas vezes, alinhados aos padrões de relações heterossexuais, como se houvesse a necessidade de um “homem” e uma “mulher” na relação. O personagem, assim, fica preso em uma representação limitada, que reflete o impacto da heteronormatividade não apenas em sua vida, mas também na maneira como a série constrói seu arco.

Por sua vez, *Sense8*, criada pelas cineastas transgêneros Wachowski, apresenta uma diversidade de personagens LGBTQIA+ em uma narrativa global que celebra a interconectividade humana. A série destaca a personagem Nomi Marks, uma mulher trans, e aborda questões de aceitação familiar, discriminação e direitos trans, unindo questões de identidade de gênero e sexualidade com temas globais. *Sense8* abriu novas possibilidades para a representação LGBTQIA+ nos media (Camargo; Mendonça, 2016).

No mesmo espírito de inclusão, *Grace and Frankie* oferece uma perspectiva única sobre a sexualidade na terceira idade. Freitas e Calazans (2017) esclarecem que a série se centra em Robert e Sol, dois amigos de longa data que revelam a suas esposas, Grace e Frankie, que estão apaixonados um pelo outro e mantiveram um relacionamento secreto por mais de 20 anos.

Figura 2. Robert e Sol em *Grace and Frankie*



Fonte: Divulgação Netflix (2018).

Robert, um advogado rígido e sério, e Sol, mais sensível e emocional, decidem se divorciar de Grace e Frankie para finalmente viverem abertamente como casal. A confissão causa uma ruptura nas famílias, mas também dá início a novas jornadas de autodescoberta, aceitação e redefinição de suas vidas, tanto para Robert e Sol quanto para suas ex-esposas. Essa abordagem desafia percepções convencionais sobre a idade e a sexualidade, ampliando a representação LGBTQIA+ para além do espectro jovem.

Euphoria se destaca por sua abordagem realista e ousada de jovens LGBTQIA+. Fallgatter *et al.* (2021) observam que a personagem Jules Vaughn, uma mulher trans, oferece uma visão complexa e multifacetada das questões relacionadas à identidade de gênero. A série também lida com desafios como o vício e a saúde mental. Conforme os autores, *Euphoria* trata esses temas sem simplificações, promovendo empatia e abrindo espaço para discussões sobre a diversidade de experiências vividas por essas pessoas.

Para o público LGBTQIA+, essas séries podem oferecer visibilidade e uma sensação de inclusão, permitindo a visualização de experiências refletidas de maneira autêntica e complexa (Pinheiro, 2023). Um caso que demonstra essa complexidade é a série *Special* (2019) que retrata a vida de um homem gay com paralisia cerebral, abordando temas que vão além do preconceito

da comunidade LGBTQIA+, mas também da questão de inclusão e autoaceitação (Jeffress, 2021).

O público mais conservador pode reagir com resistência ou críticas, considerando que essas produções desafiam normas sociais tradicionais e suas visões sobre gênero e sexualidade. Séries que abordam temas controversos enfrentam críticas de grupos que preferem representações mais tradicionais ou têm preocupações com a normalização de questões LGBTQIA+.

As representações nos media refletem e influenciam percepções e atitudes culturais. Para muitos, essas séries representam um avanço importante na visibilidade e aceitação das identidades LGBTQIA+, enquanto para outros, elas sinalizam uma mudança desafiadora nas normas sociais (Kellner 2001).

Um ponto crucial na análise dessas séries é a representação autêntica, ou seja, em grande parte das séries, os personagens LGBTQIA+ são interpretados por atores da própria comunidade. Um exemplo é “Special” (2019), em que Ryan O’Connell não apenas interpreta o protagonista, mas também é o autor do livro que inspira a série, trazendo sua própria história à tela. Outro exemplo é “The Umbrella Academy” (2019), que apresenta a personagem Vanya, interpretada na primeira temporada por Ellen Page. Em 2020, após a transição de gênero, Elliot Page passou a interpretar Viktor, e a série aborda esse tema de transição e aceitação da identidade de gênero.

É importante destacar que, historicamente, as histórias na indústria do cinema e televisão com representação da comunidade LGBTQIA+ frequentemente terminavam de forma trágica, com desfechos envolvendo morte, separação ou solidão, muitas vezes ligados à questão do VIH. Esse formato acabava por transmitir uma perspectiva triste e de certa forma de sem futuro para os membros da comunidade LGBTQIA+ (Dyer, 1993).

No entanto, as séries contemporâneas têm trazido uma nova perspectiva, apresentando finais felizes onde os casais permanecem juntos ou realizados, reforçando a ideia de que pessoas LGBTQIA+ também podem ter um final “felizes para sempre,” semelhante aos filmes da Disney.

Um exemplo é “Heartstopper” (2022), onde os personagens descobrem suas identidades e enfrentam dificuldades de aceitação, problemas psicológicos e distúrbios alimentares, mas sempre de maneira positiva, com apoio da família e entre o casal principal, Nick e Charlie. Em “Smiley” (2022), os personagens Àlex e Bruno enfrentam desafios para se conectarem, mas ao longo dos oito episódios, constroem uma relação e terminam juntos, proporcionando um final emocionante.

No entanto, a inclusão de personagens LGBTQIA+ nas narrativas televisivas nem sempre representa um avanço genuíno na representação de minorias. O fenômeno do tokenismo – a prática de incluir personagens de grupos minoritários de forma superficial, apenas para cumprir quotas de diversidade ou evitar críticas – constitui um desafio significativo para a construção de representações autênticas (Ahmed, 2012; Cavalcante, 2018).

Segundo Cavalcante (2018), o tokenismo manifesta-se quando personagens LGBTQIA+ são inseridos nas narrativas sem desenvolvimento substancial, servindo apenas para demonstrar a progressividade da produção. Esses personagens frequentemente carecem de arcos narrativos complexos, sendo reduzidos a estereótipos ou a representações unidimensionais que não refletem a diversidade e a profundidade das experiências LGBTQIA+. Um exemplo dessa prática pode ser observado em séries onde personagens LGBTQIA+ aparecem esporadicamente, sem que suas identidades sejam exploradas de forma significativa ou integradas organicamente à trama principal.

Como argumenta Ahmed (2012), a diversidade performática pode reforçar a marginalização ao sugerir que a presença de pessoas LGBTQIA+ é suficiente, independentemente da qualidade ou profundidade da representação. O *pink washing* – estratégia de marketing que utiliza a causa LGBTQIA+ para melhorar a imagem de uma marca ou produto sem compromisso genuíno com a comunidade – também se manifesta na produção televisiva (Schulman, 2012).

Séries que promovem intensamente a presença de personagens LGBTQIA+ em campanhas publicitárias, mas oferecem representações estereotipadas

ou limitadas, exemplificam essa prática. Para evitar o tokenismo, é fundamental que as produções televisivas desenvolvam personagens LGBTQIA+ com profundidade psicológica e arcos narrativos complexos, de forma a integrar organicamente as identidades LGBTQIA+ às tramas, evitando que sejam tratadas como questões especiais.

Para isso, devem envolver profissionais LGBTQIA+ em todas as etapas da produção, desde a escrita até a direção, para que seja uma representação com diversidade dentro da própria comunidade LGBTQIA+, evitando representações monolíticas.

Esses fatores devem ser levado em conta, tendo em vista a capacidade das séries contemporâneas de abordar questões complexas e gerar discussões amplas é um testemunho do impacto que os media podem ter na formação de atitudes sociais e na promoção da diversidade (Pinheiro, 2023).

Interseccionalidade: Género e Sexualidade em *Lessons in Chemistry*

A interseccionalidade é um conceito fundamental para compreender como múltiplos fatores de identidade, como género, etnia, raça, classe social e deficiência, interagem e se inter-relacionam dentro de contextos específicos de estruturas sociais, históricas e ideológicas (Pinheiro, 2023).

Esse conceito revela como esses fatores não atuam isoladamente, mas sim de forma sobreposta e interdependente, criando sistemas complexos de discriminação ou desvantagem. Embora o termo interseccionalidade tenha sido utilizado há algum tempo, ganhou destaque através do trabalho de Kimberlé Crenshaw (1995), que explorou as disparidades enfrentadas por mulheres afro-americanas.

A interseccionalidade não se limita a uma simples adição de identidades. Em vez disso, trata de como as condições e contextos sociais – incluindo políticas, instituições e estruturas – afetam as pessoas de maneira diferenciada, dependendo de suas múltiplas identidades. Portanto, para promover a diversidade e a inclusão, é essencial compreender os desafios específicos

enfrentados por grupos minoritários, possibilitando um trabalho com impacto social e estrutural significativo (Adams *et al.*, 2000).

A série *Lessons in Chemistry*, lançada em 2023, explora a interseccionalidade, destacando as interações entre gênero, sexualidade e as normas sociais, no contexto da ciência e da academia (Pinheiro, 2023). Ambientada na década de 1960, a trama segue Elizabeth Zott, uma química brilhante que enfrenta obstáculos significativos devido ao seu gênero em um ambiente masculino.

A representação de Elizabeth Zott como uma mulher cientista é significativa por sua autenticidade e pelo impacto que tem sobre a percepção social do papel das mulheres e das pessoas LGBTQIA+ em campos dominados por homens. A série ilustra a luta constante contra o sexismo institucionalizado, mostrando como a competência de Elizabeth é subestimada e desconsiderada. Esse retrato crítico do ambiente acadêmico da época reflete uma realidade histórica e ressoa com questões contemporâneas sobre a igualdade de gênero no local de trabalho (Cargin, 2024).

Além de abordar o sexismo, a série promove uma reflexão sobre a necessidade de políticas e práticas mais inclusivas. Cargin (2024) comenta que o impacto dessas representações vai além da mera visibilidade; elas têm o potencial de gerar mudanças culturais e sociais. Ao expor as dificuldades enfrentadas por mulheres em campos científicos, a série sensibiliza o público para o sexismo e serve como um catalisador para a discussão sobre a importância de apoiar e incentivar a presença de mulheres em todas as áreas profissionais.

O irmão de Elizabeth Zott, Charlie, desempenha um papel crucial na formação da protagonista, embora sua presença seja principalmente através de flashbacks. Charlie é retratado como um jovem brilhante e sensível, que compartilha com Elizabeth uma paixão pela ciência e um senso de não pertencimento à sociedade convencional. A série aborda de maneira sutil, mas significativa, a possibilidade de Charlie ser gay, embora isso nunca seja explicitamente declarado. Seu suicídio, ocorrido antes dos eventos

principais da série, é um ponto de virada na vida de Elizabeth, influenciando profundamente sua perspectiva sobre a injustiça social e a importância de desafiar normas estabelecidas. A representação de Charlie e seu destino trágico serve como um comentário sobre a opressão e a falta de aceitação enfrentadas por indivíduos LGBTQIA+ na América dos anos 1960, ilustrando como a série, embora não focada primariamente em temas LGBTQIA+, incorpora essas questões em sua narrativa mais ampla sobre desigualdade e preconceito.

A série toca em questões de sexualidade através do relacionamento de Elizabeth com seu parceiro. Steiner (2022) destaca como essas representações ilustram como as expectativas sociais e os preconceitos podem influenciar escolhas pessoais e profissionais. Esta abordagem não só enriquece a narrativa, mas também proporciona uma visão mais completa das complexidades enfrentadas por indivíduos que se desviam das normas tradicionais de gênero e sexualidade.

Lessons in Chemistry oferece uma representação que vai além do estereótipo e do preconceito, apresentando uma visão autêntica e multidimensional das experiências das mulheres e das pessoas *queer*. A série ajuda a dismantelar preconceitos e a promover uma maior compreensão sobre as diversas formas de identidade e as dificuldades associadas a elas (Steiner, 2022).

Ao retratar de forma crítica e sensível os desafios enfrentados por Elizabeth Zott, a série contribui para um diálogo mais amplo sobre a necessidade de equidade e inclusão. Essas representações autênticas têm o potencial de influenciar a maneira como o público vê e entende as questões de gênero e sexualidade, promovendo uma sociedade mais inclusiva e justa (Pinheiro, 2023).

Conclusão

A análise das 16 séries televisivas selecionadas para este estudo revela tendências significativas na representação de personagens LGBTQIA+ na mídia contemporânea. Embora este corpus não permita generalizações universais

sobre toda a produção televisiva, os dados obtidos sugerem padrões importantes que merecem atenção. No contexto específico das séries analisadas, observamos avanços notáveis na promoção da visibilidade de identidades LGBTQIA+.

Séries como “Pose”, “Euphoria” e “Sex Education” exemplificam esse progresso, abordando de forma sensível e realista os desafios enfrentados por personagens LGBTQIA+, ao mesmo tempo em que promovem discussões cruciais sobre diversidade, aceitação e direitos. A análise quantitativa realizada neste estudo corrobora essa evolução, com séries mais recentes obtendo pontuações mais altas em categorias como diversidade, complexidade de personagens e abordagem de temas relevantes.

Essa evolução é reflexo das mudanças sociais, políticas e culturais que têm impulsionado a igualdade e os direitos LGBTQIA+ em nível global. Os media, especialmente com o advento das plataformas de streaming como Netflix, HBO e Amazon Prime, tem sido uma ferramenta crucial para amplificar vozes antes marginalizadas e trazer à tona narrativas que promovem maior empatia e entendimento. Estas plataformas não só ampliaram o espectro de representações, como também contribuíram para uma recepção mais positiva do público, fomentando a mudança nas atitudes sociais.

No entanto, desafios como a tokenização e a superficialidade em algumas representações ainda persistem, indicando que há espaço para um maior desenvolvimento de personagens e histórias. Séries como “Looking” e “Smiley”, por exemplo, apresentaram pontuações mais baixas em diversidade e interseccionalidade, refletindo a necessidade contínua de expansão na representação.

É possível afirmar que a representação LGBTQIA+ os media contemporâneos desempenham um papel crucial na promoção de uma maior visibilidade e aceitação da diversidade sexual e de gênero. Embora avanços significativos tenham sido feitos, o caminho para uma representação mais inclusiva e precisa ainda está em construção, e os media continuará sendo um campo importante para a luta por igualdade e respeito às diferenças.

No decorrer desse estudo fica perceptível que uma análise comparativa direta entre as séries contemporâneas e produções mais antigas, como novelas e séries das décadas de 1980 e 1990, para quantificar e qualificar a evolução da representação LGBTQIA+ ao longo do tempo seria de extrema relevância.

Outra linha de investigação que se pode explorar é uma investigação sobre como diferentes culturas e regiões geográficas abordam a representação LGBTQIA+ em suas produções televisivas, comparando tendências globais e locais, uma vez que em grande maioria as séries são produzidas nos Estados Unidos.

Referências

- Adams, M. et al. (Org.). (2000). *Leitura para Diversidade e Justiça Social: Uma Antologia sobre Racismo, Antissemitismo, Sexismo, Heterossexismo, Ableísmo e Classismo*. Nova York; Londres: Routledge.
- Adorno, T; Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Ahmed, S. (2012). *On Being Included: Racism and Diversity in Institutional Life*. Duke University Press.
- Benuto, et al. (Org.). (2020). *Prejudice, Stigma, Privilege, and Oppression. A Behavioral Health Handbook*. Berlin: Springer Nature
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão: A influência do jornalismo e os jogos olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Camargo, H. W.; Mendonça, J. A. (2016). Mito, mídia e formação sociocultural- Um olhar sobre o personagem transgênero em *Sense8*. *Revista Linhas*, v. 34, pág. 149-178, 2016.
- Cargin, J. (2024). Resenha de livro: *‘Lessons in Chemistry’* encoraja mulheres a entrar em campos dominados por homens. *The Collegian*. UWIRE Text, p. 1-1, 2024.
- Cavalcante, A. (2018). *Struggling for Ordinary: Media and Transgender Belonging in Everyday Life*. NYU Press.

- Cirne, M. C. (2016). Circulação e consumo assíncronos: novas formas de assistir televisão. Dissertação de mestrado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, no Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia.
- Crenshaw, K. et al. (1995). Teoria Crítica da Raça: Os Principais Textos que Formaram o Movimento. [S.l.]: The New Press.
- Dyer, R. (1993). *The matter of images: essays on representations*. Londres: Routledge.
- Fallgatter, B. G. H.; et al. (2021). Masculinidade hegemônica na adolescência: Reflexões a partir da série Euphoria. Revista de Pesquisa e Prática em Psicologia, v. 1, n. 1, p. 137-161, 2021.
- Freitas, V. S.; Calazans, F. (2017). Velhice e sexualidade: um estudo sobre a série “*Grace and Frankie*”. Anais do SEJA-Gênero e Sexualidade no Audiovisual, v. 2, p. 192-205, 2017.
- Hjarvard, Stig. (2015). Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. In: Revista Parágrafo. São Paulo, v. 2, n. 3, p. 51-62, jul./dez. 2015.
- Jeffress, M. S. (Org.). (2021). *Disability Representation in Film, TV, and Print Media*. Londres: Routledge.
- Jerônimo, L. H. S. (2022). A (re) produção grotesca do inacabamento identitário da comunidade LGBTQIAP+ na série *Sex Education*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Junqueira, R. D. (2018). Políticas públicas de educação: entre o direito à educação e a ofensiva antigênero. Corpo, gênero e sexualidade: resistência e ocupa(ções) nos espaços de educação. Rio Grande/RS: Editora da FURG, p. 179-210.
- Kellner, D. (2001). A cultura da mídia – Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castilho Benedetti. 1. ed. Bauru: EDUSC.
- Ladeira, J. M. (2016). Audiovisual, televisão streaming: uma exploração de suas formas e estratégias. Santa Maria: FACOS-UFSM.

- Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (1990). *De los medios a las prácticas. Cuadernos de comunicación y practicas sociales*. v. 1, p. 9-18, 1990.
- Martins, A. R. S. (2021). A representatividade LGBTQIA+ nas redes sociais: O caso da websérie Carmilla. 2021. Dissertação de Mestrado pelo Instituto Universitário de Lisboa no programa de Gestão de Novos Media.
- Miskolci, R. (2009). A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, Porto Alegre, jun. 2009.
- Munglioli, M. C. P.; Penner, T. A.; Ikeda, F. S. M. (2018). Estratégias de streaming de Séries Brasileiras Na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. *Revista GEMInIS*, v. 9, n. 3, p. 52-63, 2018.
- Ng, E. (2017). Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape. *Transformative Works and Cultures*, 24.
- Passo, L. A. S. L. (2022). Leitura no ciberespaço: o fenômeno das webcomics e o seu impacto para o protagonismo literário de jovens LGBTQIA+. Dissertação de bacharelado pela Universidade Federal do Ceará no Centro de Humanidades do Departamento de Ciências da Informação para o Curso de Biblioteconomia.
- Pedrosa, L.; Ferreira, L. C. (2020). TV brasileira: a cronologia dos primeiros anos. Agência Brasil, Disponível em < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/tv-brasileira-programacao-primeira-decada>>.
- Pinheiro, W. A. (2023). *Gender and sexuality in mathematics education: Queer high school students' experiences in the United States*. Boletim GEPEN, n. 83, p. 78-121, 2023.
- Rocha, E. G. (2016). Netflix: o próximo passo da evolução televisiva. Dissertação de Mestrado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo no programa de Tecnologias de Inteligência e Design Digital.

- Rocha, R. M.; et al. (2020). Comunicação e estudos de gênero: políticas de audiovisibilidade e narrativas midiáticas. In: Revista Fronteiras – estudos midiáticos. São Leopoldo, v. 22, n. 2, maio/ago.2020, p. 91-102.
- Rodrigues, B. F. M. (2023). Em algum lugar na tela e além do arco-íris: representação e representatividade LGBTQIA+. Dissertação de mestrado pela Universidade Federal de Juiz de Fora no Programa de Pós-graduação em Comunicação.
- Schulman, S. (2012). Israel/Palestine and the Queer International. Duke University Press.
- Silva, A. R.; et al. (2018). Fatores de desempenho e consumo de entretenimento de vídeos em streaming. Revista Pretexto, v. 19, n. 2, p. 116-139, 2018.
- Silva, H. B. (2023). Representações culturais do espectro LGBTQIA+ na Todes Telecom: estudo de caso do uso de repertórios verbais e visuais LGBTs para a segmentação mercadológica e a comunicação publicitária. Dissertação de bacharel pela Universidade Federal do Ceará no Instituto de Cultura e Arte no curso de Publicidade e Propaganda.
- Steiner, O. M. (2022). *Lessons in Chemistry*: a equação química (des)balanceada da (in)igualdade. 798 Chimia, 2022, 76, Nº 9.
- Teles, E. L. R. (2022). Identidade Narrativa e Representação: A Alteridade dos Corpos Negros Latinos e Não-Normativos em Pose. Dissertação de mestrado pela Universidade Nova de Lisboa na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas no programa de Ciências de Comunicação – Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias.
- Valiati, V. A. D. (2018). “Você ainda está assistindo?": o consumo audiovisual sob demanda em plataformas digitais e a articulação das práticas relacionadas à Netflix na rotina dos usuários. Tese de doutoramento pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul no programa de pós-graduação em Comunicação e Informação.
- Wang, M. L.; Pereira, M. E. M.; Andery, M. A. (2016). Mídia, comportamento e cultura. Perspectivas, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 147-164, 2016.
- Wolton, D. (2007). Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática.

PERSONAGENS COM DEFICIÊNCIA NAS TELENÓVELAS PORTUGUESAS: REPRESENTATIVIDADE, REPRESENTAÇÕES E PERCEÇÕES SOCIAIS¹

Inês Salvador²

Resumo: As telenovelas procuram aproximar-se da realidade (com os devidos enviesamentos decorrentes das formas de representação social), inspirar e moldar as relações intergrupais. Nos últimos anos tem-se observado uma maior representatividade de minorias sociais nas telenovelas portuguesas, mas será que as pessoas com deficiência são contempladas nestas narrativas? De acordo com os Censos de 2021, 10,9% da população portuguesa acima dos cinco anos de idade possui alguma deficiência ou incapacidade. Neste trabalho, pretende-se analisar como é que as personagens com deficiência foram representadas, entre 2019 e 2024, nas telenovelas portuguesas, examinando se o perfil das personagens corresponde ao real. Visa-se, ainda, analisar a perceção do público sobre estas personagens, explorando a possível formação de estereótipos, a eventual promoção de inclusão social e sensibilização para a diversidade. Para tal, efetua-se o levantamento do número de telenovelas e de personagens que contemplam personagens com deficiência, à análise de conteúdo dessas personagens e à aplicação de um inquérito por questionário a cem telespectadores de ficção. Os resultados revelam que, das 24 telenovelas emitidas, quatro incluem personagens com deficiência nos anos em estudo, o que 69% dos inquiridos considera “insuficiente”. O estudo indica falta

1. Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto com o identificador DOI: <https://doi.org/10.54499/2023.02911.BD>.

2. Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (UBI). Email: ines.salvador@ubi.pt.

de realismo nas representações demográficas dessas personagens e uma grande versatilidade na sua integração e desenvolvimento nas narrativas. Dos inquiridos, 96% acreditam que as telenovelas devem representar esta minoria social e 53% consideram que essas representações contribuem para a sensibilização da sociedade. No entanto, apenas 35% referem ter alterado a forma de interagir com pessoas com deficiência após o visionamento de telenovelas que retratam esta temática.

Palavras-chave: Telenovelas; Diversidade; Deficiência; Inclusão; Representatividade; Representação

Abstract: Telenovelas seek to approximate reality (with the necessary biases arising from forms of social representation) and inspire and shape intergroup relations. In recent years there has been a greater representation of social minorities in Portuguese telenovelas, but are people with disabilities included in these narratives? According to the 2021 Census, 10.9% of Portuguese people over five have a disability or incapacity. This study aims to analyze how characters with disabilities were represented between 2019 and 2024 in Portuguese telenovelas, examining whether the characters' profiles correspond to reality. It also seeks to investigate the public's perception of these characters, exploring the possible formation of stereotypes and the potential promotion of social inclusion and diversity awareness. To this end, a survey was carried out on the number of telenovelas and characters that include disabled characters, an analysis of the content of these characters, and the application of a questionnaire to one hundred fiction viewers. The results show that, of the 24 telenovelas broadcasts, only four included characters with disabilities in the years under study, which 69% of respondents consider "insufficient". The study indicates a lack of realism in the demographic representations of these characters and great versatility in their integration and development in the narratives. Of those surveyed, 96% believe that telenovelas should represent this social minority, and 53% believe that these representations contribute to raising societal awareness. However, only 35% say they have changed the way they interact with people with disabilities after watching telenovelas that portray this issue.

Key-Words: Telenovelas; Diversity; Disability; Inclusion; Representativeness; Representation

Introdução

Etimologicamente, o termo “deficiência” provém da expressão latina “deficientia”, que se refere à “falta” ou a “algo que não está presente”. Diz respeito a uma “lacuna”, “défice”, “imperfeição” ou “deformidade”, como clarifica o Dicionário da Língua Portuguesa. Comumente, à asserção “deficiência” associa-se, também, o termo “incapacidade”, nomenclatura que resulta da adição do prefixo “in” à palavra latina “capacitas”, o que perfaz o significante “incapaz”. Embora frequentemente usadas como sinónimos, “deficiência” refere-se a uma condição geral de alteração funcional ou estrutural, enquanto “incapacidade” descreve a falta de uma habilidade específica resultante de uma deficiência. Ergue-se a questão: a deficiência é uma lesão biológica, ou seja, uma “variação do normal do corpo humano” ou um modelo social, que aluz a “diferentes modos de vida” (Diniz, 2007, p. 8)?

O conceito de “deficiência” é complexo e tem sofrido consideráveis evoluções ao longo do tempo. Começou por associar-se a deficiência à lesão física, um estado de cariz “anormal”. Nesta fase, o corpo era entendido como uma “máquina” e o corpo com deficiência era considerado como aquele que “sofreu/sofre perdas, anormalidades permanentes ou transitórias, restrições ou impedimento na realização de atividades, ou limitações no cumprimento de funções consideradas ‘comuns’ de acordo as idades, sexos e fatores socioculturais” (OMS, 1980 citado por Ayres, Rial & Nuernberg, 2014. p. 76). Esta lesão pode ser congénita ou adquirida e impõe cuidados biomédicos, gerando oscilantes níveis e tipos de incapacidade ou inabilidade, conforme cada caso específico. Contudo, ao longo do tempo, a deficiência passou a ser vista como algo em que se “reconhece o corpo com lesão, mas que também denuncia a estrutura social que oprime a pessoa deficiente” (Diniz, 2007, p. 9). No fundo, hoje, a deficiência é compreendida como sendo a simbiose entre as condições de saúde que ditam uma restrição funcional e as questões sociais, assentes em fatores pessoais e externos, que incitam à sensibilização para diferentes estilos de vida. A deficiência é uma construção social, “uma experiência ao mesmo tempo individual,

vivida por cada pessoa de um modo diferente e subjetiva, e coletiva, pois é no coletivo que se cria e recria o seu entendimento e suas representações” (Ayres, Rial & Nuernberg, 2014. p. 78).

Considerando que a televisão é o meio de comunicação de massas mais consumido em Portugal e que as telenovelas se mantêm no patamar de produto ficcional mais apreciado a nível nacional, importa indagar como é que a deficiência é representada neste contexto mediático específico. Como é que a deficiência é projetada nos ecrãs? Como é que as telenovelas, género ficcional que visa aproximar-se do real, integra a franja social aqui em estudo nas suas narrativas? Como a representa? Que características possuem e que funções narrativas e sociais desempenham as personagens com deficiência nas tramas? Nas telenovelas nacionais comprova-se que a deficiência “resulta da interação entre as pessoas com incapacidades e as barreiras comportamentais e ambientais” e que as diversas deficiências impedem a “participação plena e efetiva na sociedade em condições de igualdade com as outras pessoas” (PGR-Procuradoria Geral da República, 2007)? Dar resposta às questões formuladas é o objetivo basilar desta pesquisa que tem na diversidade e na inclusão social o mote. Ressalva-se que os *media*, a televisão e as telenovelas são meios aos quais é incutida responsabilidade social, na medida em que, dirigindo-se às massas, despertam consciências e geram reflexão.

Contexto da deficiência a nível nacional

De acordo com a Convenção das Nações Unidas sobre os direitos das pessoas com deficiência, há cerca de dez milhões de pessoas com incapacidade na União Europeia. Os dados relativos aos Censos 2021 (16º recenseamento da população portuguesa), divulgados pelo Instituto Nacional de Estatísticas (INE), dão conta que, em Portugal, 10.9% da população portuguesa, com idade igual ou superior a cinco anos de idade, possui, pelo menos, uma incapacidade. O género feminino é o que regista um maior índice de incapacidade (estando 164 mulheres com deficiência para 100 homens na mesma

realidade), bem como a população entre os 70 e os 74 anos de idade. Note-se, todavia, que a população abaixo dos 14 anos mais afetada por incapacidades pertence ao género masculino. A incapacidade mais comum na população portuguesa é a motora (6.1%), seguindo-se a visual (3.5%), a incapacidade cognitiva ou de memória (3.4%) e a incapacidade auditiva (2.8%). As pessoas com incapacidade comunicacionais, ou seja, dificuldade em compreender o outro ou em fazer-se compreender são as que, no panorama nacional, atingem a menor fatia da população portuguesa (1.5%).

A deficiência afeta a movimentação e o desempenho social dos seus portadores. Em 2022, 13253 pessoas com deficiência estavam desempregadas em Portugal. Pese embora este valor esteja em decrescendo, certo é que evidencia “as dificuldades de acesso e de integração deste grupo populacional no mercado de trabalho” (GEP, 2022). Apesar de o valor ser expressivo, facto é que a diferença entre a taxa de desemprego entre pessoas com e sem deficiência, em Portugal, é das mais baixas de toda a União Europeia. Em termos de empregabilidade, os Censos 2021 revelam que as pessoas com incapacidade visual são as que menos são afetadas pela falta de emprego, ao passo que as pessoas com deficiências motoras são as mais penalizadas. Acresce, ainda, que a Comissão Europeia está empenhada em sensibilizar para as condições de vida das pessoas com deficiência, na medida em que, fatia considerável desta franja social vive em risco de pobreza, na Europa (28.4%).

Representações sociais nas telenovelas

As representações sociais são construídas pelos sujeitos e constituem formas de observar e absorver o real. São “ideias, valores e práticas que circulam nas mais diversas formas de interação social” (Pedrogão & Silveira, 2019, p. 187). Derivam das experiências de cada ser humano, das construções coletivas e das formas de conhecimento partilhado. As representações sociais colaboram na significação do mundo pois cooperam na materialização do que os indivíduos sentem e observam, tornando conhecido e familiar,

aquilo que não o é³. Assim, as representações sociais dão orientações quanto às respostas que os indivíduos desenvolvem perante cada situação. Por resultarem da simbiose entre as condições genéticas, as recordações e os hábitos, as experiências individuais, coletivas e o ambiente social e cultural que rodeia o indivíduo, as representações sociais são permeadas por juízos e valorações, carregando uma função adaptativa (Moscovici, 2003). As representações atuam na construção de identidades sociais, sendo não apenas o seu reflexo, mas também os agentes ativos na manutenção ou transformação dessas estruturas sociais. Como entidades dinâmicas, elas adaptam-se e evoluem continuamente, reafirmando a flexibilidade e fluidez inerentes ao tecido social. A cristalização ou mutabilidade das representações sociais está inteiramente dependente do nível de aceitação ou rejeição de um grupo em relação a dada identidade, refletindo a existência ou ausência de consenso cultural. Note-se que experiências diferentes, provocadas por condicionantes anteriores distintas, resultam em múltiplas interpretações aos quais se associam inúmeros significados.

Em termos mediáticos, a televisão é, em simultâneo, a janela para o mundo e o seu espelho (Fiske, 1987), o que implica a codificação da realidade, dos seus objetos e sujeitos através de representações sociais. Os códigos utilizados nesse processo de materialização do real são um conjunto de regras e convenções, partilhadas por um grupo, que geram e fazem circular significações. O significado conotativo dos códigos depende e varia conforme cada indivíduo, as suas experiências e a cultura em que são aplicados, pelo que, o processo de interpretação das mensagens televisivas é dual (intenção do emissor e percepção do recetor).

Enquanto formas de ficção televisiva, as telenovelas, desempenham um papel ativo na apresentação, construção e mutação de representações sociais. O que é refletido pelas narrativas influencia e molda a forma como o público,

3. Segundo Moscovici (2003), esta familiarização dá-se por meio da articulação entre as duas fases do processo de construção das representações sociais: a ancoragem e a objetivação. A ancoragem permite que algo novo seja associado a conhecimentos anteriores, enquanto a objetivação traduz elementos abstratos em algo concreto e tangível.

não só apreende as mensagens, como pensa e interage com determinados grupos ou elementos sociais. Segundo Oliveira (2022), as telenovelas “são possíveis interpretações da realidade”, não tendo a intenção de a copiar fielmente, mas sim de aproximar-se dela. O objetivo das telenovelas é gerar um sentimento de pertença, através do retrato de um “nós”, ou uma sensação de reconhecimento, em relação ao grupo dos “outros”. Para tal, as telenovelas recorrem a diversas formas de representação social, como os estereótipos, os arquétipos, os clichês ou as convenções para desenhar personagens, cenários e práticas sociais e culturais já que estes recursos são um garante de sucesso no que concerne ao cumprimento dos objetivos traçados pelas telenovelas. Tal como sugere Moscovici (2003), as representações sociais são intuitivas, não implicando raciocínio, o que se traduz numa economia de esforço por parte dos telespectadores.

Ressalva-se que a representação social veiculada pelas telenovelas não é neutra. Conforme a abordagem selecionada, as telenovelas tornam-se plataformas de sedimentação das identidades culturais e sociais perante os telespectadores ou agentes dinamizadoras de alterações da perceção do público. Por outras palavras, conforme o tipo de representação social aplicado pode vislumbrar-se uma hipervalorização de um grupo ou uma ridicularização e descrédito do mesmo.

Finalmente, as representações sociais promovidas pelas telenovelas influenciam tanto o comportamento do telespectador quanto a imagem que ele tem de si próprio e dos outros. Estas produções, ao explorarem e representarem os diversos papéis sociais e conflitos culturais, não só fortalecem a identidade do público, mas também refletem e alimentam as expectativas sociais dominantes. Assim, o uso das representações nas telenovelas torna-se um instrumento poderoso para consolidar valores culturais e sociais, promovendo, ao mesmo tempo, um espaço de reflexão sobre transformações culturais.

Representação da deficiência nas telenovelas

Existem franjas sociais pouco representadas na tela, ou seja, minorias excluídas dos espaços e da lente mediática. Todavia, verifica-se amiúde, uma maior busca de pluralidade representativa o que se traduz numa crescente representação de grupos sociais diversificados (quer em termos de classe, orientação sexual, religião, raça ou condição social) no ecrã.

Segundo Bianchini e Camirim (2019), a televisão é o meio de comunicação ao qual se exige mais diversidade na medida em que é responsável pela domesticação do sujeito. Para além disso, os mesmos autores salientam que a televisão tem impacto no imaginário individual e coletivo dos telespectadores, o que apresenta como consequência o seu comportamento no quotidiano. A corroborar esta ideia Ayres, Rial e Nuernberg (2014) reforçam que os *media*, em geral, e a televisão, em particular, são vinculadores de sentido, sendo responsáveis pelas características associadas a determinados grupos e pelas perceções que os telespectadores têm dessa minoria.

A diversidade é expressada em narrativas ficcionais sempre que se verifica a “inclusão de diferentes grupos historicamente excluídos ou marginalizados como sujeitos atuantes na batalha simbólica dos media” (Bianchini & Camirim, 2019, p. 158). Os mesmos autores, alertam, no entanto, que a multiplicidade de vozes nas narrativas, mais do que associada a questões de integração ou empatia social, está aliada a fatores financeiros – “(...) a valorização da diferença tem como condição necessária o consumo” (Melamed, 2011 citado por Bianchini & Camirim, 2019, p.165). Por outras palavras e de forma mais generalizada, existe uma relação entre o objeto ficcional criado e as circunstâncias da sua criação.

Faria e Casotti (2014) confirmam a escassez de representações de pessoas com deficiência nas telenovelas e indicam o conseqüente reduzido número de estudos nesse sentido. Todavia, as leituras efetuadas permitem inferir que, em termos narrativos, a apresentação da diferença, como a deficiência, visa a alteração de aspetos sociais e culturais e a validação das experiências e estilos de vida deste grupo social – deficiência como *merchandising* social.

De acordo com a *Rudermam Family Foundation*, até 2017, 95% das personagens com deficiência eram interpretadas por pessoas sem deficiência.

Azevedo (2023) e Faria e Casotti (2014), alertam para o facto de as produções audiovisuais transmitirem um olhar estereotipado e simplista em relação às pessoas com deficiência. Verifica-se uma dicotomia valorativa, pelos autores considerada estereotipada, de representações. Por um lado, a deficiência é retratada nas telenovelas como subtratora do capacitismo, associada a fenómenos de dependência, exclusão e discriminação. Silva e Carvalho (2023, p. 7) especificam que pessoas portadoras de deficiência física são “estereotipadas como afetuosas, mas não competentes” nas telenovelas. Esta forma de representação está, ainda, associada a narrativas de pena, vingança, revolta, autodestruição e ridicularização. Nesta perspetiva, as personagens com deficiência nas telenovelas são apresentadas como um “peso” para todos os envolvidos. Por outro lado, como subscrevem, Ayres, Rial e Nuernberg (2014), em casos como a telenovela brasileira “Viver a Vida”, a deficiência é retratada de forma idílica, suprimindo todos os tipos de sofrimento individuais ou coletivos ou dificuldades inerentes à rotina ou acessibilidade das personagens com deficiência. Imagens da pessoa com deficiência como heroínas, a sua correspondência à bravura e a apresentação dos indivíduos como capazes de se integrarem e participarem ativamente na sociedade são associações positivas relacionadas também tipicamente com o grupo social.

O que fica aquém nas representações da deficiência nas telenovelas, que pese embora generalizadas possuem correspondências com o real tanto na sua índole positiva como negativa, é o merchandising de produto. Segundo Faria e Casotti (2014), as telenovelas não apresentam os equipamentos ou tecnologias que as personagens com deficiência precisam de utilizar para se movimentarem eficazmente na sociedade, de forma ampla e detalhada. O desconhecimento, o desinteresse ou fatores financeiros podem estar na base desta falta de representação.

No que à deficiência diz respeito, plataformas como a *Netflix*, têm tentado multiplicar as vozes que retratam (por exemplo, através da conhecida série

“Atypical”) e contratar pessoas com diferentes incapacidades. Nos Estados Unidos da América existe, aliás, um prémio que distingue as produções com, pelo menos uma personagem com deficiência, interpretadas por pessoas com deficiência. Azevedo (2023) explica que a atribuição do prémio “Representação Autêntica” pela *Rudermam Family Foundation* se destina a narrativas que apresentem personagens/atores com, pelo menos, cinco locuções e que tenham sido emitidas no ano de atribuição do prémio.

Metodologia

As telenovelas visam aproximar-se do real, retratando os diversos indivíduos, grupos e realidades da sociedade o mais fielmente possível. No horizonte têm a promoção do sentimento de pertença e o reforço ou reconhecimento de identidades culturais por parte do telespectador. Assim, urge indagar-se se as pessoas com deficiências surgem representadas nas personagens das telenovelas portuguesas e qual a cadência e características que as pontuam. Nesta pesquisa, procura-se, ainda, auscultar os telespectadores quanto ao tipo de representação apresentado e quanto às consequências comportamentais, interacionais e sociais que estas representações provocam na vida real dos telespectadores. Tudo isto sem esquecer os sentimentos e percepções que tais personagens despertam em quem as acompanha. Levantam-se, pois, as seguintes questões: O perfil das personagens com deficiência corresponde às características associadas às pessoas nestas condições, em Portugal, plasmadas nos Censos 2021? Que funções arquétipas estão associadas às personagens com deficiência nas telenovelas portuguesas em análise? Como são entendidas as representações das personagens com deficiência pelos telespectadores? A forma como as personagens com deficiência são apresentadas influencia a percepção que os telespectadores têm das pessoas com deficiência? Tem consequências nas interações sociais dos telespectadores? O que sentem e o que falta nas telenovelas portuguesas para, segundo os telespectadores, estas representações serem realistas?

De forma a dar respostas às questões elencadas procede-se à combinação de diferentes técnicas quantitativas e qualitativas, numa metodologia que se afirma como mista: o levantamento de dados diretos acerca das personagens e telenovelas portuguesas que retratam a minoria social em estudo; a análise de conteúdo aplicada às personagens com deficiência nas telenovelas portuguesas; e a aplicação de um inquérito por questionário a telespectadores de telenovelas lusas.

Numa primeira fase, para além da recolha de dados inerentes ao número de pessoas com deficiências residentes em Portugal, recolhidos nos Censos 2021 (dados já invocados nesta pesquisa), procurou-se contabilizar o número de telenovelas transmitidas, de 2019 a 2024, pelos canais generalistas portugueses (RTP1, SIC e TVI). Aquando deste levantamento, contabilizou-se o número de personagens com deficiência contempladas nos elencos regulares das telenovelas, declaradamente com alguma disfunção biológica desde a sua primeira aparição na respetiva trama⁴. Ressalva-se que a conclusão quanto ao número de personagens com deficiência detetadas decorreu do cruzamento entre a memória telenovelistica da autora da presente pesquisa (que acompanhou todas as novelas estudadas) e o visionamento de cinco episódios de cada telenovela portuguesa transmitida durante os anos definidos (incluindo o primeiro capítulo), pelos canais SIC e TVI, os únicos que emitem conteúdos desta índole. Os episódios visualizados foram selecionados aleatoriamente através da plataforma *Sorteio.com*⁵, aquando do desenvolvimento desta pesquisa. De forma a confirmar os dados recolhidos, procedeu-se ainda à pesquisa de notícias, em revistas da especialidade, que articulassem cada uma das telenovelas com personagens com deficiência.

A confirmação das personagens com deficiências presentes nas telenovelas portuguesas alvo de investigação levou, por conseguinte, à sua análise e

4. Não foram tidas em conta as personagens que, por conta dos arcos narrativos das tramas, adquiriram incapacidades ao longo das telenovelas. Para esta análise foram consideradas somente as personagens que possuíam alguma deficiência desde a sua primeira aparição nas respetivas histórias.

5. Na plataforma foi colocada a indicação que deveriam ser “sorteados 5 números de 1 a x”: 5 refere-se ao número de capítulos estipulados para a deteção de personagens com deficiência nas telenovelas portuguesas, emitidas de 2019 a 2024 e “x” diz respeito ao número do último episódio de cada telenovela transmitida neste período e que varia de narrativa para narrativa.

caracterização, por via da análise de conteúdo (Bardin, 1977). Esta técnica visa, sobretudo, “desvelar”, “descortinar” e “expor ao detalhe” todas as características de um grupo, realidade, documento ou situação. Desta técnica fazem parte os processos de classificação das unidades de análise, a categorização e interpretação dos dados. A análise de conteúdo e a categorização das personagens, conforme o proposto por Bardin (1977), foi a técnica de investigação que permitiu a comparação exata, detalhada e complexificada do perfil das personagens com deficiência, com o perfil das pessoas com deficiência, em Portugal, segundo os dados dos Censos 2021. Esta categorização demonstrou-se também fundamental na observação das representações sociais associadas à deficiência traçadas pelas novelas portuguesas nos de 2019 a 2024. De seguida, apontam-se as categorias utilizadas:

Identificação da personagem	- Género - Faixa etária - Escolaridade - Competências - Contexto familiar - Condição económica
Função Narrativa	- Nível de incidência na trama -Arquétipo associado
Deficiência	- Tipo de deficiência - Causa da deficiência - Perceção da personagem da própria condição
Incapacidades e competências	- Características gerais da personagem (físicas, psicológicas e emocionais) - Incapacidades da personagem -Competências/capacidades da personagem - <i>Hobbies</i>
Integração social	- Dependência/independência de outras personagens - Contacto com um vasto/restrito leque de personagens - Inclusão em atividades, convívios, questões relevantes da trama

Tabela 1: Categorização das personagens com deficiência

Por fim, foi aplicado, de forma indireta, um inquérito por questionário *online*, com amostragem por conveniência não probabilística, a telespectadores de telenovelas portuguesas. O questionário foi disponibilizado pela

investigadora nas suas contas de *Facebook* e *Whatsapp*, sendo os seus “amigos” e “contactos” os primeiros inquiridos. O processo de divulgação do questionário deu-se de forma normal e continua através da partilha do *forms* pelos primeiros inquiridos nas suas redes sociais digitais, em regime de amostragem indefinida, *bola de neve*. Foram obtidas 118 respostas, das quais cem cumpriam o critério imposto por esta pesquisa: “Só pessoas que assistam a telenovelas devem responder a este inquérito”. O inquérito foi composto por 20 perguntas, segmentadas em blocos, inerentes aos dados sociodemográficos, hábitos de consumo e percepções da deficiência nas telenovelas. Dos cem inquiridos que assistiram a telenovelas nos últimos anos 24% admitem ver telenovelas “todos os dias”, 34% vêm “alguns dias por semana”, 17% assiste alguns dias por mês e 25%, um quarto dos inquiridos, assume ter assistido “raramente” a telenovelas no período em estudo. Destaca-se que não se vaticinou que este inquérito fosse estatisticamente representativo da população portuguesa que assiste a telenovelas. Procurou-se sim, que mais do que alcançar uma representação exata da diversidade de opiniões existentes, o questionário identificasse tendências e desse pistas quanto às percepções relativas à deficiência na ficção. O objetivo da aplicação do inquérito por questionário é a medição do pulsar dos sentimentos e percepções dos telespectadores quanto às representações da deficiência contempladas nas telenovelas nacionais. Perceber se a diversidade apresentada na ficção da “caixinha mágica” contribui para uma maior consciência e inclusão social são vetores fundamentais a considerar com este inquérito por questionário. Assim, os resultados obtidos devem ser interpretados como ilustrativos de um pensamento geral, oferecendo uma base inicial para refletir sobre o efeito destas representações no imaginário coletivo.

Esclarece-se, ainda, que a delimitação temporal desta pesquisa (seis anos) deriva de dois fatores. Em primeiro lugar, da atualidade da informação recolhida e do conseqüente descomplicado resgate da memória por parte dos telespectadores, no que concerne à realidade telenovelistica em estudo. Em segundo lugar e como motivo preponderante, porque estes seis anos abarcam as representações televisivas da deficiência contempladas nos três

anos antes da publicação dos resultados dos Censos 2021 (2019, 2020 e 2021) e três anos depois da divulgação desses dados (2022, 2023 e 2024). O levantamento destes dados estatísticos visou o confronto entre a realidade e a ficção, no atinente ao perfil das personagens com deficiências nas telenovelas portuguesas e nas pessoas com deficiência em Portugal.

Análise dos resultados

Inicia-se esta análise com a explanação dos dados quantitativos recolhidos. Entre 2019 e o início de novembro de 2024 (mês de conclusão da presente pesquisa), foram emitidas em Portugal, 24 telenovelas entre os canais generalistas lusos. A TVI liderou em número de produções transmitidas nestes seis anos, num total de 13 telenovelas emitidas⁶. Já a SIC totalizou 11 telenovelas apresentadas⁷. Das 24 telenovelas produzidas e emitidas em Portugal, nos seis anos de análise, contabilizaram-se 810 personagens nos elencos regulares das tramas. Destas 375 pertencem às telenovelas da SIC e 495 personagens coabitaram entre as produções da TVI, no período selecionado.

Migrando o foco da análise para o objeto desta investigação, as personagens que retratam pessoas com deficiência nas telenovelas portuguesas de 2019 a 2024, estima-se que, das 810 personagens quatro possuíam algum tipo de deficiência, concretizada em incapacidades específicas. Destas, três pertencem a novelas da SIC, restando uma associada a tramas da TVI. Em termos anuais, verifica-se um equilíbrio na representação visto que duas das quatro representações foram apresentadas antes da publicação dos dados dos Censos 2021 (“A Teia” – TVI e “Nazaré” – SIC) e duas foram exibidas nos anos subsequentes a esta publicação (“Sangue Oculto” e “A Promessa” – ambas da SIC). As personagens selecionadas cumprem a convenção estipulada pela União Europeia, segundo a qual pessoas com deficiência são as

6. Novelas emitidas pela TVI de 2019 a 2024: “A Teia” (2018-2019), “A Prisioneira” (2019), “Amar Depois de Amar” (2019), “Na Corda Bamba” (2020), “Quer o Destino” (2020), “Amar Demais” (2021), “Bem Me Quer” (2021), “Festa é Festa” (2021-2024), “Para Sempre” (2021-2022), “Rua das Flores” (2022), “Quero é Viver” (2022-2023), “Queridos Papás” (2023-2024) e “Cacau” (2024).

7. Novelas emitidas pela SIC de 2019 a 2024: “Nazaré” (2019-2020), “Terra Brava” (2020), “Amor, Amor” (2020), “A Serra” (2021), “Por ti” (2022), “Lua de Mel” (2022), “Sangue Oculto” (2022-2023), “Flor Sem Tempo” (2023), “Papel Principal” (2023-2024), “Senhora do Mar” (2024), “A Promessa” (2024).

que têm “incapacidade duradouras físicas, motoras, intelectuais ou sensoriais que em interação com várias barreiras podem impedir a sua plena e efetiva participação na sociedade em condições de igualdade com os outros” (Comissão Europeia, 2021). A tabela abaixo apresenta as quatro personagens em estudo⁸.

Novela (canal)	Nome do ator	Nome da personagem	Deficiência associada
“Nazaré” (SIC)	Guilherme Moura	Bernardo Blanco	Autismo
“Sangue Oculto” (SIC)	Afonso Laginha	Rafael Vicente Barbosa	Autismo
“A Promessa” (SIC) ⁹	João Catarré	Miguel Soares Fontes Moreira	Paraplegia (deficiência motora)
“A Teia” (TVI)	Miguel Cruz	Gonçalo Cardoso	Surdez (deficiência auditiva)

Tabela 2: Personagens com deficiência nas telenovelas emitidas entre 2019 e 2024

Considerando o eixo sociodemográfico das personagens, contemplado na tabela 3, e estabelecendo uma comparação com os já invocados dados dos Censos 2021, verifica-se um considerável distanciamento entre o perfil das pessoas com deficiência em Portugal e o retrato que feito nas personagens das telenovelas lusas. As personagens com deficiência nas telenovelas são todas jovens/adultos do género masculino, pertencentes à classe média/alta, ao passo que, segundo os Censos, as pessoas com deficiência em Portugal tendem a ser mulheres, acima dos 75, apresentado limitações literárias e económicas. A deficiência mais comum em Portugal é a motora, pese embora a mais retratada seja a deficiência neurológica concretizada em incapacidades comunicacionais e ou cognitivas.

8. Destaca-se que em “Cacau” (2023-TVI), a personagem Bahoba inicia a narrativa com uma deficiência comunicacional já que se apresenta como muda. Contudo a análise aleatória de cinco episódios de cada trama, realizada a fase de levantamento de dados desta pesquisa, comprova que a mudez se tratava de uma promessa e não de uma deficiência congénita ou adquirida. Assim, esta personagem não é contemplada nesta análise.
9. Esta personagem foi analisada durante apenas a primeira temporada - fase que coincidiu com o termino da pesquisa.

	Gonçalo Cardoso	Bernardo Blanco	Rafael Vicente Barbosa	Miguel Soares Fontes Moreira
Género	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
Idade	14-16 anos	25-30 anos	14-16 anos	35-40 anos
Habilitações académicas/ profissão	9º ano	Não especifica: implícito ensino superior	10º ano	Não especifica: implícito ensino superior
Competências	Musicais	Cultura geral, raciocínio e calculo matemático	Culinárias	Musicais
Contexto familiar	Pai desinteressado; Mãe superproteora; Irmã presente; A dado momento namora.	Pai desinteressado; Mãe superproteora; Relação de grande proximidade com o primo- protagonista; A dada altura, namora.	Abandonado pelo pai, passa a viver com uma tia; É institucionalizado e, posteriormente, vai viver com o irmão.	Vive com os tios e primos; É acarinhado pelo tio, pela governanta e pela enfermeira; É maltratado pela tia e desprezado e ignorado pelos primos
Condição Económica	Classe média	Classe média/ alta	Classe média	Classe média/ alta

Tabela 3: Perfil sociodemográfico/identificação das personagens em estudo

Atendendo a que “personagens fictícias representam pessoas reais” (Sense in Bianchini & Camirim, 2019), também a maioria dos inquiridos (69%) acredita ser “insuficiente” o número de personagens com deficiência nas telenovelas portuguesas. Tal dado sugere que o público espera mais esforço por parte das produções em incorporar narrativas inclusivas, indicando potencial descontentamento ou falta de conexão com a realidade social.

Em termos de incidência e funções narrativas, salta à vista o facto de Miguel ser um dos protagonistas/herói de “A Promessa” e de Bernardo ser um

coadjuvante do herói em “Nazaré”. Gonçalo e Rafael são personagens de menor incidência nas respetivas tramas, não sendo possível associar-lhes um arquétipo ou função narrativa.

Em termos de características físicas, os principais destaques recaem nas posturas esguias das personagens Gonçalo, Rafael e Bernardo e para a repetição de gestos específicos com as mãos por parte das personagens autistas. Nos casos de Rafael e Bernardo verifica-se, em vários momentos, que as personagens evitam o contacto visual com as demais, privilegiando o olhar em frente ou no vazio, sendo que, por vezes, Rafael também opta pela solidão. Tais “fugas” ajudam a compreender a dificuldade de ambas as personagens em demonstrar emoções. No caso de Miguel, a personagem surge, nos episódios analisados, sempre sentado e com uma má postura corporal. O protagonista possui paralexia num dos lados do corpo e o seu semblante é consideravelmente carregado. Observam-se fugazes rasgos de felicidade no rosto de Miguel aquando do seu contacto com personagens específicas da trama. As personagens com que o protagonista demonstra mais empatia são as que cuidam dele e demonstram ter estima, respeito e afeto por ele. Por conta da forma como é tratado por muitos daqueles que o rodeiam, Miguel é, das quatro personagens em estudo, a mais revoltada e a que demonstra, em momentos pontuais, frustração com a sua condição de saúde. Este sentimento pode advir do facto de a sua condição de saúde ter sido adquirida (decorrente de um acidente) e não vivenciada desde o nascimento, como acontece com as restantes três personagens. Note-se que Miguel é, ainda, das quatro personagens aqui examinadas, a mais dependente de outrem. No que concerne às características psicológicas, todas as personagens são apresentadas como determinadas, lutadoras, resilientes e protetoras daqueles que mais amam.

Em termos de integração social, todas as personagens foram incluídas progressivamente nos contextos sociais das respetivas novelas. No caso de Gonçalo e Rafael, o seu contacto com outras pessoas deu-se, desde logo e embora de forma não visível ao telespectador (apenas mencionada), pela frequência de escolas. Por outro lado, Gonçalo integra um grupo de surdos

local ao passo que Rafael convive com outras personagens do grupo laboral e social do seu irmão. Já Bernardo convive com as personagens que surgem noutros contextos narrativos, como o lar de idosos onde faz voluntariado ou a fábrica e empresa da família. Por fim, Miguel é, mais uma vez, a única personagem que inicia a telenovela fechado em casa, sem qualquer contacto com a maioria da família, nem com as demais personagens. O seu cenário de integração social muda quando uma nova enfermeira começa a prestar-lhe cuidados de saúde. Esta leva-o a diversos cenários da narrativa e força o convívio familiar com a personagem referida. Sobressai, em situações específicas que, nos casos de Rafael e de Miguel, existe desconhecimento, por parte de outras personagens (como por exemplo, familiares que coabitam com eles) em relação às suas limitações ou capacidade, verificando-se pontuais dificuldades em lidar com as personagens por conta das suas condições de saúde.

As características físicas, psicológicas e narrativas das personagens em causa refletem as dinâmicas das representações sociais descritas por Moscovici (2003), em que ideias, valores e práticas coletivas são moldadas pela cultura e pelos contextos sociais. Essas características não surgem de forma neutra, mas estão imersas num processo de simplificação e ancoragem que visa tornar familiar a complexidade das experiências associadas à deficiência. Por exemplo, as limitações físicas e emocionais das personagens são frequentemente apresentadas de forma estereotipada, permitindo ao público identificar rapidamente a “diferença” e reagir com empatia ou compaixão. Ao mesmo tempo, essas representações reforçam uma visão positiva e idealizada da deficiência, destacando a resiliência e a superação, características que promovem a aceitação social. Note-se, no entanto, essa glorificação pode também cristalizar estereótipos, limitando a compreensão das dificuldades reais enfrentadas pelas pessoas com deficiência.

As representações sociais articuladas nas telenovelas funcionam como um filtro que simultaneamente simplifica a complexidade e molda as percepções coletivas sobre esta minoria. Os inquiridos mostraram-se divididos quanto

à adequação destas representações de pessoa com deficiência nas telenovelas portuguesas. Vinte e oito por cento dos indivíduos acham adequada a representação apresentada nas telenovelas, ao passo que 33% consideram que a representação desta franja social é inadequada. Cinco não têm opinião e 31 afirmam que “talvez” seja adequada. Mais uma vez, as águas dividem-se: a representação das pessoas com deficiência nas telenovelas é “realista” ou “estereotipada”? Quarenta e quatro por cento, crê ser desvirtuosa e enviesada, mas 36% acreditam aproximar-se do real. A segmentação de opiniões registada vai ao encontro da análise das personagens efetuada nesta pesquisa. De forma transversal, as personagens apresentam-se estereotipadas, com os devidos desvios do real, mas, em simultâneo, surgem com características consideravelmente verosímeis. A estereotipização das personagens é, de forma transversal nas narrativas, positiva, existindo uma tendência de glorificação e de bravura das personagens e uma acentuada (embora não total) despreocupação com a apresentação de problemas, dificuldades e limitações de três das quatro personagens em estudo.

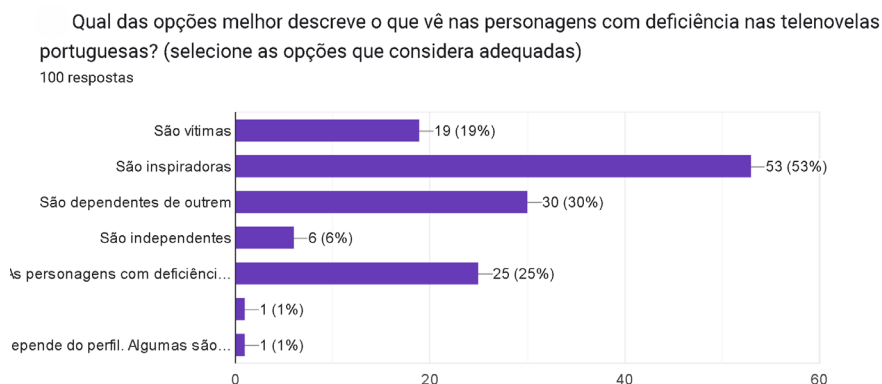


Gráfico 1: Representações da deficiência nas telenovelas portuguesas observadas pelos inquiridos

Os inquiridos admitem, também, gostar que as telenovelas explorassem mais as relações sociais e laborais das pessoas com deficiência (59%), as suas rotinas (56%) e os equipamentos necessários para a sua integração e

movimentação na sociedade (46%). Estas aspirações espelham, também, a necessidade de implementar mais realismo e menos estereotipia às personagens com deficiência nas telenovelas.

No que tange ao impacto e às percepções sociais que os telespectadores têm da deficiência, e por conta das representações dela feita nas tramas portuguesas, destaca-se o facto de 95% dos telespectadores reconhecerem as telenovelas como o motor de mudança de atitudes da sociedade face a esta minoria social. A maioria dos respondentes concorda que tal é possível por conta da sensibilização para a inclusão social promovida pelas narrativas que contemplam personagens com deficiências.

...As personagens das telenovelas portuguesas, com deficiência, contribuem para a sensibilização sobre inclusão social? (selecione uma das opções)

100 respostas

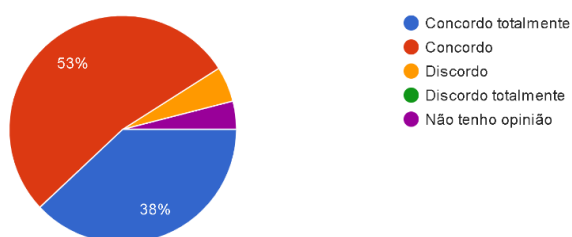


Gráfico 2: Percepções sobre a sensibilização para a inclusão a partir das personagens com deficiência das telenovelas portuguesas

Embora muitas pessoas já estivessem sensibilizadas para o tema (38%), o impacto que algumas representações específicas geradas no público (36%) sugere que as telenovelas são um veículo relevante para reforçar percepções positivas acerca desta franja social. Tal como “Harris (2002) argumenta, os indivíduos que não costumam ter contacto com pessoas com deficiência adquirem o seu conhecimento sobre deficiências a partir da televisão e do cinema” (Faria & Casotti, 2014). Os dados quanto às mudanças comportamentais no quotidiano, por exemplo, em termos de acessibilidade e de cooperação para com pessoas com deficiência, após o visionamento destas tramas são promissores e sublinham, não só a responsabilidade social

atribuída à telenovela, mas também reforçam os usos que os telespectadores lhe dão no seu dia-a-dia.

Em termos genéricos, observa-se um dilema: há um reconhecimento do potencial transformador das telenovelas, mas também uma frustração com a superficialidade, embora largamente beneficiadora, das representações atuais da deficiência nas telenovelas.

Considerações finais

Os resultados desta pesquisa revelam uma discrepância entre a realidade demográfica das pessoas com deficiência em Portugal e a sua representação nas telenovelas portuguesas. Vislumbra-se, para além de uma escassez, um distanciamento ou até nula correspondência entre o perfil das personagens analisadas e o perfil do cidadão português com deficiência, no que tange a fatores como o género, a faixa etária, o contexto socioeconómico e escolar, ao tipo de deficiência e incapacidades. Conclui-se, pois, que a construção das personagens com deficiência se mostrou indiferente aos dados publicados nos Censos 2021 pois, não se verificou nenhum ajuste às características demográficas plasmadas neste relatório, nem nenhuma alteração substancial face às representações efetuadas nas telenovelas emitidas entre 2019 e 2022.

A análise revela, ainda, que as representações tendem a recorrer a estereótipos simplistas, que gravitam sobre a glorificação heroica e a superação inspiracional das personagens com deficiência. A estereotipização positiva das personagens dá-se, também, através da relevância e funções narrativas que são atribuídas às personagens com deficiência e ao recurso a características psicológicas e emocionais benévolas e geradoras de empatia. De fora ficam, pelo menos com a mesma cadência, regularidade e intensidade, o retrato das frustrações individuais, da exclusão social e das limitações comportamentais, físicas, sociais ou laborais. Ressalta-se, no entanto, que dos quatro casos em estudo, dois deles (Rafael e Miguel), os mais recentes, foram os que demonstraram ter mais preocupações a este nível, apresentando personagens mais tridimensionais.

A integração social não está comprometida em nenhuma das personagens analisadas, embora se verifique um desbloquear progressivo das relações interpessoais entre as personagens analisadas e as personagens externas aos núcleos narrativos das personagens com deficiência. As quatro personagens analisadas possuem, ainda, níveis e tipos de dependência em relação a outrem inevitáveis, mas variáveis conforme as limitações apresentadas.

Por outro lado, os dados mostram que as telenovelas desempenham um papel importante como catalisadoras de reflexão social. Embora apenas uma parcela dos telespectadores afirme ter mudado significativamente os seus comportamentos em relação às pessoas com deficiência, a maioria reconhece o papel das telenovelas na sensibilização para a inclusão social e diversidade. Isso sublinha o potencial transformador deste género ficcional, especialmente para audiências que têm pouco contacto direto com esta realidade.

Em última análise, as telenovelas portuguesas têm o potencial de contribuir significativamente para uma sociedade mais inclusiva. Para isso, precisam não apenas de aumentar a presença de personagens com deficiência nas tramas, mas também de abordar estas patologias com profundidade. Ao equilibrar entretenimento e educação social, as telenovelas podem não apenas refletir a sociedade, mas também transformá-la, promovendo a empatia e a ação inclusiva.

Referências Bibliográficas

- Ayres, M. de la B., Rial, C. S. & Nuermberg. (2014). Luciana no espelho: representações do corpo com deficiência física na telenovela “Viver a Vida”. *Revista de Ciências Humanas*, vol. 48 (1), pp. 79-93. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacf/article/view/2178-4582.2014v48n1p75>
- Azevedo, A. (2023). A inclusão de personagens surdas na ficção seriada norte-americana e brasileira. *Intercom – Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação*. https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202316263264dd22e89acfe.pdf

- Bianchini, M. & Camirim, B. (2019). Mais histórias, mais vozes: a Netflix e a promessa de diversidade na tele. *Revista Latinoamericana de las Ciencias la Comunicación*, pp- 156-166. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/552/555>
- Comissão Europeia. (2021). *Emprego, Assuntos Sociais e Inclusão – Pessoas com deficiência*. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1137&langId=pt>
- Diniz, D. (2007). *O que é a deficiência?*. Editora Brasiliense. <https://pedagogiafadb.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/03/texto-1-o-que-c3a9-deficic3aancia.pdf>
- Faria, M. D. & Casotti, C. M. (2014). Representações e estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras: o drama das personagens com deficiência em telenovelas brasileiras. *Organização & Sociedade*, vol. 21 (70). <https://www.scielo.br/j/osoc/a/7bTq8X4fxcrZsY6ShCD3B-Vw/>
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. Methuen.
- Gabinete de Estratégia e Planeamento – Ministério do Trabalho e da Segurança Social. (2023). *Indicadores sobre a deficiência e a incapacidade: contributos para a EMPD 2021-2025*. <https://www.gep.mtsss.gov.pt/documents/10182/80545/Indicadores+sobre+a+Defici%C3%Aancia+e+Incapacidade+-+Contributo+para+a+ENIPD+2021-2025.pdf/1926e031-1574-4cd8-826e-e064cf80e973>
- Instituto Nacional de Estatísticas. (2022). *O que nos dizem os Censos sobre as dificuldades sentidas pelas pessoas com incapacidade*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUES_dest_boui=588087444&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt
- Moscovici, S. (2003). *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Editora Vozes.
- Oliveira, E. (2022). A reprodução dos falares na telenovela brasileira: se fez rir não nos representa. *Revista Brasileira de Linguística*, vol. 22 (4), pp. 933-953. <https://www.scielo.br/j/rbla/a/VXFJr8KYTgZLHYwLwyNk-qqb/abstract/?format=html&lang=pt>

- Pedrogão, J. & Silveira, F. (2019). Informação simbólica, representações sociais e identidades: aproximações conceituais. *Revista Em Questão*, vol. 25 (1), pp. 185-211. <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/79392>
- Procuradoria Geral da República. (2007). *Convenção dos direitos da pessoa com deficiência*. Ministério Público. https://dcjri.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/pessoas_deficiencia_convencao_sobre_direitos_pessoas_com_deficiencia.pdf
- Silva, C. & Carvalho, P. (2023). Quando é que os elogios e o humor passam a ser considerados discursos de ódio? Uma perspetiva de grupos-alvo em Portugal. *Comunicação & Sociedade*, vol. 43, pp. 1-29. <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/4135/5271>

ANÁLISE DO JORNALISMO COLABORATIVO NO CONFLITO EM GAZA NO JORNAL NACIONAL

Paulo Cajazeira

/ Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Resumo: Este estudo aprofunda a análise da construção da narrativa-testemunho na cobertura pelo Jornal Nacional da TV Globo, durante o conflito entre Israel e o grupo Hamas na Faixa de Gaza, em outubro de 2023. O foco recai sobre os vídeos gravados e publicados nas redes sociais pelos cidadãos palestinos naturalizados brasileiros, que presenciaram os eventos em Gaza. Adota-se a técnica de métodos qualitativos, documentais e exploratórios, a partir dos vídeos exibidos no Jornal Nacional e publicados na plataforma Globoplay. O objeto de análise é o conteúdo colaborativo na forma de imagens audiovisuais veiculadas no telejornal. O referencial teórico trabalha com os conceitos de mediação da informação aplicados ao jornalismo e, para análise do conteúdo, utiliza-se da teoria da Narratologia de Tzvetan Todorov (2008).

Palavras-chave: narrativa; telejornalismo; cobertura internacional, jornalismo colaborativo; participação cidadã.

Abstract: This study delves into the analysis of testimonial narrative construction in the coverage of the October 2023 conflict between Israel and Hamas in the Gaza Strip by Jornal Nacional on TV Globo. The focus is on videos recorded and published on social media by Palestinian citizens naturalized as Brazilians who witnessed the events in Gaza. The study employs qualitative, documentary, and exploratory methods, analyzing videos aired on Jornal Nacional and published on the Globoplay platform. The object of analysis is the collaborative content in the form of audiovisual images broadcast on

the newscast. The theoretical framework utilizes concepts of information mediation applied to journalism and employs Tzvetan Todorov's (2008) Narrative Theory for content analysis.

Keywords: narrative; telejournalism; international coverage; collaborative journalism; citizen participation.

Introdução

O conflito entre Israel e Palestina é um dos mais complexos e duradouros do mundo, com profundas implicações humanitárias e políticas. A cobertura jornalística desse conflito desempenha um papel crucial na formação da opinião pública, e a crescente participação dos cidadãos na produção de notícias tem alterado significativamente a forma como esses eventos são narrados. Este estudo tem como objetivo analisar como a narrativa colaborativa, através dos vídeos de cidadãos palestinos naturalizados brasileiros, foi incorporada na cobertura do Jornal Nacional durante o conflito de outubro de 2023. Busca-se compreender como essa participação do colaborador do telejornalismo presente ao conflito.

O problema de pesquisa é o seguinte: Como o relato textual das vítimas da guerra entre Israel e o grupo Hamas, no Jornal Nacional, impactou na visibilidade midiática do conflito? As hipóteses apresentadas são duas: 1) A exposição dos fatos e das críticas nos vídeos de Hassan Rabbe, amplificados pela cobertura do Jornal Nacional, influenciaram a opinião pública brasileira e 2) A narrativa de Hassan Rabbe e de outros colaboradores na região do conflito, no Jornal Nacional, contribuiu para que o governo federal pudesse organizar uma força operacional para retirar brasileiros de origem palestina e seus familiares da zona de conflito e repatriá-los ao Brasil.

Metodologia

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa, exploratória e documental para analisar o texto da narrativa-testemunho na cobertura do conflito entre Israel e Hamas no Jornal Nacional realizado por brasileiros de origem

palestina direto da zona de conflito. A coleta de dados foi realizada em três fases: 1) Levantamento bibliográfico: Realizou-se uma revisão da literatura sobre mediação da informação, jornalismo e narratologia. 2) Análise documental: Foram analisados vídeos publicados por colaboradores nas redes sociais e suas participações no Jornal Nacional, em outubro de 2023 e 3) Análise de conteúdo: Utilizou-se a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2014), com foco na aplicação da teoria da Narratologia de Tzvetan Todorov (2008).

Para a análise dos dados, foram considerados os planos da expressão, do conteúdo e da metanarrativa, conforme proposto por Motta (2013). Segundo Motta (2013, p. 128), “o plano da expressão é o plano da linguagem, o plano da superfície do texto, por meio do qual o enunciado narrativo é construído pelo narrador”. O objetivo geral foi investigar a narrativa-testemunhal do colaborador do telejornal na cobertura internacional do Jornal Nacional.

Fundamentação Teórica

Como referencial teórico, procura-se, inicialmente, por meio da mediação da informação, compreender a relação entre o colaborador e a produção do telejornal. Para tanto, recorre-se ao pesquisador Guillermo Orozco (1998), que entende a televisão como um ambiente que não é neutro e sim uma instituição. Mais do que isso, tem uma tripla dimensão: instituição, meio e tecnologia. Logo, isso desencadeia diversos tipos de interação e é um dos argumentos que leva o pesquisador a falar de multimediações.

A mediação da informação é inserida em diversos contextos, incluindo educação, jornalismo, empresas e comunidades urbanas. Este texto apresenta as ações realizadas nesses espaços e discute como a mediação da informação pode impulsionar o indivíduo na descoberta, construção e transformação do mundo, tanto em um sentido objetivo quanto subjetivo. É importante observar que a não implementação da mediação em diversos contextos pode contribuir para a privação cultural. Portanto, a mediação da informação desempenha um papel crucial na promoção do acesso à

cultura e ao conhecimento, contribuindo para a formação de uma sociedade mais informada e inclusiva. Em suma, a mediação da informação é uma ferramenta poderosa para a transformação social e cultural (Varela; Freire; Farias, 2013).

Segundo Almeida Júnior (2009), o conceito de mediação da informação e suas dimensões na área da Comunicação e Informação são de fundamental importância. A compreensão inicial do conceito de mediação da informação é centrada nas ideias de interferência e apropriação da informação. O conceito de mediação da informação é reformulado, incorporando novas concepções como ambientes de equipamentos informacionais, satisfação parcial e momentânea, e conflitos. Ressalta-se a importância de compreender a mediação como um processo contínuo e dinâmico.

Na mediação oral do texto jornalístico, o repórter/jornalista se utiliza de algumas importantes ferramentas: voz, corpo, espaço e a presença. Destaca a importância da disseminação da notícia por meio da oralidade e o papel crucial do jornalista como mediador oral. Ele enfatiza a relação íntima entre o público-narrador/jornalista-narrador e o leitor-ouvinte nas narrativas orais. O jornalista é retratado como responsável pela formação e manutenção de leitores, necessitando conhecer elementos que garantam unidade textual e vivacidade às narrativas orais, alcançando o estado desejado da performance literária.

O autor Almeida Júnior (2009) menciona os quatro pilares fundamentais para essa mediação oral: a voz, o corpo, o espaço e o estado de presença. A voz é descrita como um instrumento que seduz, transmitindo histórias e emocionando tanto o narrador quanto o ouvinte. O corpo, através de movimentos, gestos, expressões faciais e respiração, enriquece a narrativa e fortalece a relação entre o narrador e a audiência. O espaço é considerado importante para criar um ambiente propício à mediação oral e favorecer a apropriação textual. Por fim, o estado de presença é resultado da interação entre o narrador, o ouvinte e os ouvintes entre si, gerando um envolvimento

coletivo. Em suma, ressalta a importância da narrativa oralizada e o papel do jornalista como mediador oral nesse processo.

Já para Orozco (1996), existem três conceitos chaves: a televidência, o entendimento de scripts e as multimediações. O autor lembra que os processos de televidência constituem uma área de conflito que envolve aspectos culturais, políticos, econômicos, de mediações e é nessa perspectiva que instituições distintas e hegemônicas disputam a opinião pública. Assumir o telespectador como sujeito – e não só como objeto – frente à TV supõe, em primeiro lugar, entendê-lo como um ente em situação e, portanto, condicionado individual e coletivamente, que “se vai constituindo” como tal de muitas maneiras e se vai também diferenciando como resultado da sua particular interação com a TV e, sobretudo, das diferentes mediações que entram em jogo no processo de recepção.

Segundo Orozco (2005, p. 32), “os scripts são sequências importantes para a sobrevivência cultural que se aprendem na interação social desde muito cedo, ainda durante a idade na qual o bebê interage com os que o rodeiam e isso continua ao longo da vida”. E, por fim, o conceito de multimediações. Orozco (2005) defende a existência de mais de uma mediação e as relaciona ao ambiente televisivo: mediação videotecnológica relacionada à forma escolhida pela televisão para provocar reações (na linguagem televisiva).

É a própria institucionalização específica da TV; a) mediação cognitiva: está diretamente relacionada com os padrões de scripts vividos pelos telespectadores, ocorrendo assim de acordo com a vivência de cada sujeito; b) mediação situacional: ocorre apenas quando existem situações criadas pela TV e não existe no convívio habitual de outras instituições; c) mediação institucional: um telespectador está diante de outras instituições que também provocam mediações; d) mediação de referência: está relacionada diretamente à estratificação dos programas, logo do telespectador.

O conceito de Narratologia e os estudo de Todorov

O linguista e filósofo búlgaro, Tzvetan Todorov é considerado um dos principais nomes da narratologia, disciplina que estuda a estrutura e os elementos das narrativas. Sua obra, influenciada pelo estruturalismo francês, propõe uma análise sistemática dos elementos que compõem as histórias, buscando identificar padrões e princípios universais que regem a construção narrativa. O estruturalismo, corrente de pensamento que influenciou diversos campos do conhecimento no século XX, propõe que a realidade social e cultural pode ser compreendida através da análise de suas estruturas subjacentes.

Na narratologia, essa abordagem se traduz na busca por identificar os elementos básicos que compõem as narrativas e as relações que se estabelecem entre eles. Em sua obra, “Gramática da Narrativa” (2006), Todorov apresenta um modelo estruturalista para a análise das narrativas. Ele propõe que toda narrativa se baseia em uma oposição fundamental: a ruptura de um estado de equilíbrio inicial e a busca por um novo estado de equilíbrio. Essa ruptura, que gera o conflito e impulsiona a trama, é denominada por Todorov como “falta”. O autor também propõe um sistema de funções narrativas, que representam as etapas pelas quais a história se desenvolve.

Narrar um fato é apontado por Hergesel e Silva (2016) como contar uma história, tanto real como fictícia, tendo variações de autor para autor. Os autores apontam que o texto narrativo pode ser comparado a uma tessitura de lã, que é composta por retalhos, os quais apontam para movimentações e envolvem personagens, que podem ser humanos ou não. As palavras dos autores acenam para a trama dos diversos pontos envolvidos no momento de narrar uma história, de levar ela ao ar – quando nos referimos ao telejornalismo.

Ao falarmos do jornalismo, Câmara e Bonsanto (2021, p. 6) afirmam que ele “[...] trilha caminhos de apreensão diversos, trabalhando com uma realidade que é configurada narrativamente”. Nas palavras de Hergesel e Silva

(2016), o estruturalismo também é indicado para análise em narrativas midiáticas. Os autores recorrem ao pensamento de Todorov, em relação à análise estrutural, para embasar o seu pensamento no qual não se satisfaz com uma pura descrição da obra, nem com sua interpretação em termos psicológicos ou sociológicos, ou mesmo filosóficos (TODOROV, 2006, p. 80). Eles ainda dizem sobre o olhar estruturalista de Todorov.

Por mais que existam teóricos pós-estruturalistas questionadores e críticos desse pensamento, que se dissemina em outros livros de Todorov (1982), alguns autores ainda se aprofundam na sabedoria todoroviana, como Abdala Júnior (1995) e Vasconcelos (2008). Seus estudos mostram que o texto narrativo é uma obra de alfaiate cuja estrutura pode ser dividida em quatro módulos: (a) exposição – apresentação breve dos personagens, tempo e espaço; (b) complicação – conflito entre os personagens, o que gera tensão; (c) clímax – o momento de maior tensão, parte mais impactante; (e) desfecho: consequências, solução ou conclusão do conflito (HERGESEL; SILVA, 2016, p. 89-90).

Todorov (2006, p. 81) salienta, referindo-se à literatura, que a análise estrutural é voltada na contemplação de obras reais, que é preciso acrescentar imediatamente que, na prática, a análise estrutural visará também a obras reais, o melhor caminho para a teoria passa pelo conhecimento empírico preciso. Nesse momento, podemos pensar no estudo da narrativa telejornalística. Nas palavras de Todorov (2006, p. 81), cabe refletir sobre este tipo de análise:

Mas essa análise descobrirá em cada obra o que esta tem em comum com outras (estudo dos gêneros, dos períodos etc.), ou mesmo com todas as outras (teoria da literatura); ela não saberia dizer a especificidade individual de cada uma. Na prática, trata-se sempre de um movimento contínuo de ida e volta, das propriedades literárias abstratas às obras individuais e inversamente. A poética e a descrição são, de fato, duas atividades complementares.

Para Todorov (2011), uma narrativa pode ser dividida em história e discurso: a história está relacionada ao conteúdo que está sendo contado, que é levado ao leitor, e o discurso tem relação com a forma como ele é apresentado. Hergesel e Silva (2016, p. 90) explicam:

Explanando melhor: a história (o conteúdo) abarca o sentido de evocar uma realidade, expondo acontecimentos que supostamente ocorreram – ainda que ficticiamente – e que podem ser relatados por um livro, um filme, uma conversa oral etc. O discurso (a forma), por sua vez, não compreende os acontecimentos em si, mas a maneira como o narrador permite que o leitor os conheça.

Esses autores ainda salientam que a criação de uma narrativa é processual, e apontam categorias, as quais são elencadas por Todorov e estendidas por pensadores da área da comunicação literária: personagens, enredo narrador, tempo, espaço, analepse/prolepse, discurso e ornamentos.

Ainda de acordo com Todorov (2008), existem os “homens-narrativas” em que, nas palavras do autor, um personagem é o que determina a ação, sendo a ação também a ilustração da personagem. Ou seja, não há personagens fora da ação, nem ação independente de personagens. Se as duas estão indissoluvelmente ligadas, uma é, entretanto, mais importante que a outra: as personagens. Isto é, os caracteres, a psicologia.

Os acontecimentos relatados pelas narrativas são interpretados por personagens, atores que representam seres humanos concretos, e realizam coisas que os humanos também realizam. A construção das personagens conduzidas pelos editores de jornalismo busca representar as condutas humanas, que fornecem ao narrador (repórter/editor) a matéria-prima e os modelos. Ao narrar, alguém está explorando na sua imaginação possíveis desenvolvimentos das condutas apontadas por alguns como um efeito mimético (ou imitação).

Coleta e análise dos dados

A cobertura do conflito entre Israel e o grupo Hamas em Gaza, pelo Jornal Nacional, iniciou-se em 07 de outubro de 2024. Dois dias após os ataques, em 09 de outubro de 2023, brasileiros de origem israelense e turistas solicitaram à embaixada brasileira em Tel Aviv auxílio para retornar ao país, conforme reportagem de Marcos Losekann, direto de Brasília, no Jornal Nacional. Em 13 de novembro, 32 brasileiros de origem palestina e seus familiares, incluindo os colaboradores do JN, o comerciante Hassan Rabbe e a estudante Shared Al Banna, residentes em Gaza, foram repatriados. Esses indivíduos emergem como os principais personagens-testemunho da narrativa, juntamente com o jornalista, o narrador e organizador dos fatos, e o editor, responsável pela seleção de informações, mapas e infográficos que contextualizam espacialmente o evento.

O período analisado compreende de 13 de outubro a 13 de novembro de 2023. A análise das reportagens revela a utilização de recursos narrativos como analepse e prolepse. A analepse, ou retrocesso narrativo, consiste em referências a eventos passados, enquanto a prolepse antecipa fatos futuros. Por exemplo, a esperança dos repatriados em abrir a fronteira com o Egito e embarcar em um avião da FAB ilustra o uso da prolepse. O espaço geográfico da narrativa abrange a região de Gaza, especificamente as cidades de Rafah e Khan Yunes, e se estende aos aeroportos de Recife e Brasília, no Brasil.

O discurso dos personagens, captado por smartphones, apresentava um caráter predominantemente testemunhal, direcionando-se ao público brasileiro. A análise preliminar sugere a presença de um narrador autodiegético, que relata os eventos em primeira pessoa, conforme sua perspectiva e conhecimento dos fatos. Embora não possua conhecimento absoluto de todos os acontecimentos (como um narrador onisciente), o testemunho busca abarcar uma visão ampla da situação, selecionando e organizando informações consideradas relevantes, como apontado por Genette (1972).



Foto 01: Hassan Rabbe e outros repatriados.
 Fonte: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>



Foto 02: O colaborador do JN, Hassan Rabbe na fronteira entre Gaza e o Egito.
 Fonte: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>

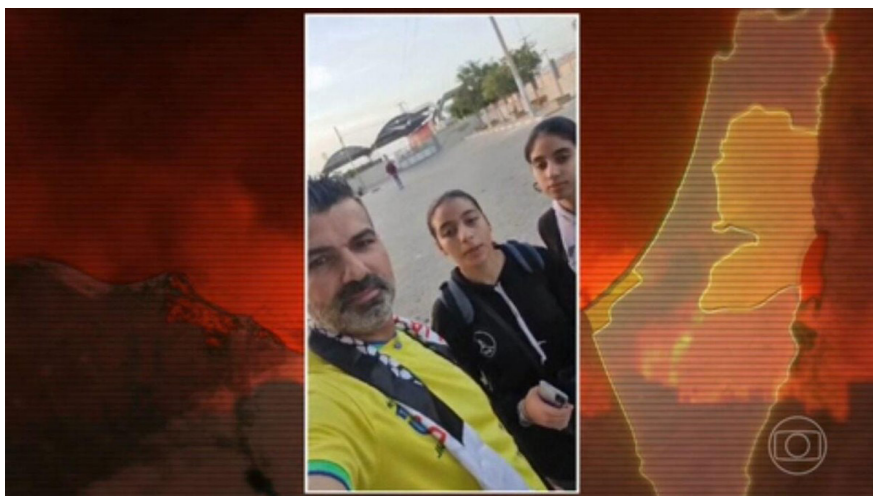


Foto 03: A estudante brasileira de origem palestina, Shared Al Banna (ao meio).
Fonte: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>



Foto 03: O comerciante Hassan Rabbe em acampamento na Faixa de Gaza.
Fonte: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>



Foto 05: Brasileiros de origem palestina e seus familiares no embarque para o Brasil

Fonte: Fonte: Fonte: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>

Como já situamos, os personagens são agentes da ação. No caso das narrativas telejornalísticas, estamos considerando personagens aqueles agentes humanos que foram fundamentais ao desenvolvimento das reportagens. Ao elencarmos os personagens, podemos ver diversos papéis no delineamento das histórias e na construção dos discursos, lembrando que, para Todorov (2011), uma narrativa é constituída de uma história e de um discurso.

Nas fotos 01 a 05, as personagens das reportagens estão sempre em primeiro plano ou close-up, com o fundo na cena da enunciação, contando ao seu espectador os acontecimentos, desde a vida na Faixa de Gaza, passando pelos apelos às autoridades brasileiras para retirá-los da zona de conflito e o embarque para o Brasil. As narrativas correspondem ao diário audiovisual da situação em que as personagens da reportagem se encontravam. Um recorte da situação na visão de brasileiros, algo similar ao que fazem

os repórteres internacionais em coberturas jornalísticas, porém, com um diferencial: o narrador vocal, personagem principal do acontecimento.

Recorre-se nesse momento da análise ao pesquisador de cinema Paulo Emílio Salles Gomes (2018) para quem a fala narrativa se desenrola paralelamente, às vezes em contraponto, à narração por imagens e ruídos. A narração falada do colaborador do telejornal se processa igualmente dos mais pontos de vista. Ora impera o narrador ausente da ação (repórter), outras vezes a narração se faz do ponto de vista e naturalmente com a própria voz do personagem. Esse recurso assegura não raras dimensões dramáticas às personagens: “A narrativa visual nos coloca diante do mais fácil e imediato, do que seria dado a conhecer a todos. O narrador vocal sabe muito mais, na realidade sabe tudo, mas só nos fornece dados para o conhecimento dos fatos, de forma reticente e sutil” (GOMES, 2018, p. 109).

Segundo Gonzaga Motta (2013), a análise da narrativa, ou como ele a chama de análise pragmática, parte do pressuposto de que em qualquer forma de comunicação há um contrato implícito entre o narrador e o leitor, um contrato cognitivo entre emissor e destinatário pelo qual o narrador procura garantir a adesão de seu interlocutor destinatário em sua fala. Talvez seja por isso que, durante a fala de Hassan Rabee e Shared al Banna, encontramos um destinatário em comum: a audiência. Eles se utilizaram da linguagem informal, direcional e dedicada aos seus seguidores nas redes sociais.

Inicialmente, os vídeos com os testemunhos eram publicados apenas para o público nas redes sociais online, mas, após a repercussão do tema na imprensa nacional e internacional, a procura por depoimentos diretos das zonas de conflito fez com que a produção de jornalismo, não apenas do JN, mas da imprensa brasileira em geral, entrasse em contato com essas vítimas do conflito na procura de seus depoimentos diretos da região do conflito. Assim, o telejornal incluiu suas narrativas nas reportagens.

Gonzaga Motta (2013, p. 129) explica que a interpretação do texto narrativo por parte do receptor põe necessariamente em jogo os mecanismos pragmáticos. Eles podem ser definidos como uma função entre o significado

codificado na expressão linguística utilizada (o conteúdo semântico) por um lado, e a informação pragmática com que conta o destinatário, por outro lado (com todos os conhecimentos, crenças, hipóteses que cada um pressupõe sobre o seu interlocutor). Pode-se afirmar que, neste caso, seria um jogo de manipulação discursiva, na qual o jornal se deixa manipular, manipula o lugar privilegiado da personagem e o público se deixa manipular pelas falas e imagens de ambos: o telejornal e os personagens da reportagem.

Conclusão

Esta pesquisa teve como objetivo analisar o texto das narrativas de colaboradores palestinos em telejornais brasileiros, com foco nos seus efeitos sobre a comunidade palestina no Brasil. Ao examinar os depoimentos desses indivíduos, buscou-se compreender como essas narrativas contribuíram para a construção e o fortalecimento da identidade palestina.

Os resultados demonstraram que as narrativas dos colaboradores palestinos em telejornais brasileiros desempenharam um papel crucial na retirada dos brasileiros de origem palestina da zona de conflito com retorno ao Brasil. Ao compartilharem suas histórias, esses indivíduos contribuíram para: 1) aumentar a visibilidade da comunidade palestina no Brasil, combatendo o apagamento cultural, 2) fortalecer a autoafirmação da identidade palestina, 3) denunciar o racismo e a xenofobia vivenciados pela comunidade e 4) influenciar políticas públicas e ações governamentais relacionadas à causa palestina e à imigração.

A pesquisa abre espaço para discussões sobre os desafios e as oportunidades para a comunidade palestina se engajar ainda mais na sociedade brasileira e defender seus direitos. É crucial para trabalhos futuros o dever de ampliar as investigações, incluindo diferentes vozes e perspectivas dentro da comunidade palestina, garantindo uma representação mais abrangente e diversa. O diálogo intercultural é essencial para a construção de pontes entre diferentes grupos sociais, promovendo a compreensão mútua e a busca por soluções pacíficas. A educação para a paz e o combate à discriminação e

ao ódio são pilares fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, onde os direitos de todas as partes envolvidas no conflito israelo-palestino sejam respeitados.

Ao lançar luz sobre as implicações das narrativas para o telejornalismo e a comunidade palestina no Brasil, esta pesquisa serve como um chamado à ação. É necessário um esforço contínuo para dar voz às diversas perspectivas dentro da comunidade e construir um debate mais rico e abrangente. A promoção de um diálogo intercultural entre diferentes grupos é essencial para superar preconceitos e construir uma sociedade mais justa. E, a busca por soluções pacíficas e o respeito aos direitos humanos de todas as partes envolvidas no conflito israelo-palestino devem ser priorizadas.

Referências

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. (2009). Mediação da informação e múltiplas linguagens. *Pesquisa brasileira em ciência da informação*, 2(1), 89-103.
- BARDIN, L. (2014). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- CÂMARA, C., & BONSANTO, A. (2021). Construindo espaços fluidos: a potência narrativa da incerteza nas análises de jornalismo. *E-Compós*, 24. <https://doi.org/10.30962/ec.2189>
- FARIAS, M. G. G., VARELA, A., & FREIRE, I. M. (2013). Construção e acionamento de um modelo de mediação da informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, 23(3), 175-188. <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/92630>
- GENET G. (1972). *Figures III*. Paris: Éditions du Seuil.
- HERGESEL, J. P., & SILVA, M. C. (2016). Análise estrutural todoroviana do tecido narrativo confeccionado em 'Record' (direção de Mess Santos, 2014). *Comunicação & Inovação*, 17, 87-101.
- MOTTA, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Ed. UnB.

- OROZCO, G. (1996). Hay que hacer algo, pero no somos los indicados: Ambitos de mediación y supertemas en la televidencia de las noticias. *Comunicación y Sociedad*, 27, 111-140.
- OROZCO, G. (1998). Hacia una pedagogía de la televidencia. *Comunicación y Sociedad*, 32, 169-199.
- OROZCO, G. (2005). O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. *Communicare*, 5(1), 27-42.
- REDE GLOBO. (n.d.). *Jornal Nacional*. <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>
- SALLES GOMES, P. E., et al. (2018). *Personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva.
- TODOROV, T. (2006). *As estruturas narrativas*. São Paulo: Perspectiva.
- TODOROV, T. (2011). As categorias da narrativa literária. In R. BARTHES, et al. (Org.), *Análise estrutural da narrativa* (pp. 218-264). Petrópolis: Vozes.
- SILVA, J. L. C., & FREIRE, G. H. A. (2012). Um olhar sobre a origem da ciência da informação: indícios embrionários para sua caracterização identitária. *Enc. Bibli: R. Eletr. Bib. Ci. Inf.*, 17(33), 1-29. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/1518-2924.../21708>

PARTE 3

TELEVISÃO, DIVERSIDADE E INCLUSÃO

IMAGENS TESTEMUNHAIS DA VIOLÊNCIA URBANA E OS DILEMAS DA AUTORIDADE JORNALÍSTICA PROFISSIONAL NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Aline Grupillo¹

Marco Roxo²

Resumo: A popularização dos smartphones permitiu que cidadãos não-jornalistas produzissem algumas das imagens testemunhais mais significativas de acontecimentos ao redor do globo. Assim, o objetivo deste trabalho é discutir os dilemas da autoridade jornalística diante da presença de diletantes nas suas fronteiras e da profusão de vídeos produzidos por não-profissionais e sua utilização no telejornalismo, principalmente no noticiário de crimes no Brasil. Usamos o aplicativo Onde tem Tiroteio como objeto empírico, pois faz a mediação da produção de imagens por cidadãos com duas redes, uma de informantes situados em regiões consideradas de risco, e outra, constituída por jornalistas. Em termos metodológicos, este trabalho foi elaborado a partir da observação direta do app e do grupo de WhatsApp formado por jornalistas, complementada com 13 entrevistas. Argumenta-se que a fiabilidade depositada pelos usuários na dinâmica comunicativa colaborativa do OTT e a credibilidade alcançada pelo aplicativo aproximaram a ferramenta dos jornalistas, mas gerando um misto de resistência e resignação.

Palavras-chave: Telejornalismo, Autoridade, OTT, Violência, Testemunho

1. Doutora em Comunicação. Instituto Politécnico de Bragança. Professora Adjunta da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo (EsACT-IPB). alinechagas@ipb.pt.

2. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Docente do departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF. mroxo@id.uff.br

Abstract: The popularization of smartphones has allowed non-journalist citizens to produce some of the most significant eyewitness images of events around the world. Thus, the aim of this paper is to discuss the dilemmas of journalistic authority in light of the presence of amateurs at its borders and the proliferation of videos produced by non-professionals and their use in television journalism, particularly in crime news in Brazil. We use the app Onde tem Tiroteio as an empirical object, as it mediates the production of images by citizens with two networks: one of informants situated in areas considered high-risk, and another composed of journalists. In methodological terms, this study was developed through direct observation of the app and the WhatsApp group formed by journalists, complemented by 13 in-depth interviews. It is argued that the trust placed by users in the collaborative communication dynamics of the OTT and the credibility achieved by the app brought the tool closer to journalists, but with a mix of resistance and resignation.

Keywords: Broadcast Journalism, Authority, OTT, Violence, Testimony

Introdução

O *Onde tem Tiroteio* (OTT) é uma iniciativa que nasceu no *Facebook*, no Rio de Janeiro, a partir de uma *fanpage* que tinha o objetivo de divulgar locais e eventos relacionados a crimes como assaltos, arrastões, entre outros. Até 2024, o aplicativo contava com cerca de cinco milhões de usuários, um crescimento acompanhado de prestígio e credibilidade. Com isso, as imagens enviadas pelos usuários do app começaram a circular em diversos telejornais e portais da internet de emissoras como a *Rede Globo*, *RecordTV* e *SBT*.

A iniciativa guarda uma correlação temporal e uma lógica parecida com o fenômeno das *News*, páginas noticiosas também no *Facebook*, produzidas integralmente por cidadãos não-jornalistas, com o propósito de dar “alertas” sobre locais nos quais tiroteios, assaltos, brigas e confusões estejam ocorrendo. Apesar das *News* também estarem vinculadas às rotinas de violência, elas possuem uma atuação maior em determinados bairros situados no subúrbio do Rio de Janeiro (Nunes, 2017).

Ambas as experiências seguem uma dinâmica de produção textual e audiovisual similar, pois visam uma prestação de serviço, que consiste em chamar a atenção dos usuários para locais onde estejam ocorrendo fatos relacionados à violência urbana. Os alertas costumam ser acompanhados de flagrantes, imagens que seguem uma “lógica de produção ao vivo” e que, por isso mesmo, em sua maioria, não são editadas, ainda que venham a parar nos telejornais locais.

Assim, a transformação da *fanpage* em aplicativo, em 2019, seguiu duas linhas de raciocínio. A primeira, estreitar as relações dos administradores com seus informantes. Estas redes foram ampliadas e se encontram espalhadas por comunidades e favelas cariocas e articuladas em grupos de *WhatsApp*. Através dessa rede, os administradores têm um primeiro mapa dos locais e das imagens dos atos de violência flagrados. A segunda linha de raciocínio é filtrar as imagens, verificando a sua veracidade e temporalidade, de modo a dar credibilidade à informação e atender as demandas de uma segunda rede de *WhatsApp*, formada exclusivamente por jornalistas profissionais.

Assim, trabalhando na perspectiva do tempo real, os administradores procuraram evitar que os alertas aos usuários do *OTT* sejam *fake news* baseadas, por exemplo, em imagens antigas. De um lado, o fato das informações transitarem em âmbito privado e sem recorrer às fontes oficiais, distancia as práticas do *OTT* do jornalismo. De outro, o exercício de “checagem” das imagens com o uso de informantes confiáveis guarda uma conexão de sentido com o sistema de apuração no âmbito profissional do noticiário diário.

O que consideramos fundamental analisar nesse fenômeno? O fato do noticiário da televisão recorrer às imagens do aplicativo. Por isto, este artigo pretende discutir o tema da autoridade jornalística com as seguintes perguntas de investigação: RQ1) Até que ponto essa relação representa, em variados graus, uma interdependência entre esses diferentes tipos de mídia? RQ2) Em que medida as tecnologias digitais e móveis facilitaram a

entrada de agentes externos nos processos de produção de imagens dos sistemas de jornalismo profissional? O *OTT* é o *corpus* escolhido para debater essas questões.

Este debate não é inédito, pois se aproxima da discussão relativa à existência de um jornalismo cidadão, orientado pela cultura de gravação e produção de relatos testemunhais postos em fluxo por diversos tipos de mídia, através aplicativos móveis em rápida evolução (Andén-Papadopoulos, 2013; Wall & El Zahed, 2014). A popularização dos *smartphones* permitiu que não-jornalistas produzissem algumas das imagens mais notáveis de acontecimentos noticiosos críticos, que acabaram por estampar as capas de vários jornais e os telejornais do Ocidente (Andén-Papadopoulos, 2013). A bibliografia internacional destaca entre outros eventos, a Primavera Árabe, a Guerra na Síria e os atentados de Londres, identificando, em alguns desses casos, processos de colaboração entre manifestantes, testemunhas locais e a mídia *mainstream* (Wall & El Zahed, 2014; Mollerup & Mortensen, 2018).

Um exemplo brasileiro poderia ser o assassinato de Jeferson Araújo Costa por um policial militar durante um protesto de moradores na Favela da Maré, no Rio de Janeiro, em 2024. O policial foi identificado por meio de um vídeo anônimo, postado no site *Maré Vive* que, posteriormente, circulou por toda a mídia *mainstream*. Isso é importante porque, enquanto, no jornalismo profissional, a credibilidade situa-se num *a priori* e está associada ao domínio do saber técnico e à *expertise* dos profissionais, em sistemas informativos do jornalismo colaborativo, como relatado acima, esse valor é uma construção contínua, resultante da participação e do testemunho de anônimos traduzidos em imagens, sendo, portanto, de interesse público.

O nosso argumento é que a confiabilidade depositada pelos usuários na dinâmica comunicativa colaborativa e a credibilidade alcançada pelo processo de verificação transformaram o *OTT* em uma ferramenta dos jornalistas. Estes passaram a obter informações e flagrantes de eventos de violência por

meio do aplicativo, principalmente das ocorrências registradas em zonas consideradas de risco e com restrições à cobertura profissional, mas tendo atitudes que mesclam resistência e resignação com o uso das imagens do app.

Para este trabalho, o foco principal é o jornalismo televisivo, para o qual os flagrantes da violência se tornaram um elemento fundamental, pois abastecem os noticiários com material audiovisual capaz de lhes dar peso e importância. Trata-se, em suma, de debater as fronteiras dos sistemas profissionais, portanto de como estes diferentes jornalismo negociam entre si a questão da autoridade.

O trabalho foi elaborado a partir da observação direta “não-participante” com inspiração na etnografia virtual (Hine, 2000; 2015) do aplicativo e grupo de *WhatsApp* formado por jornalistas, denominado *OTT RJ-Imprensa*, entre junho e dezembro de 2020. Isso quer dizer que não houve interação entre a investigadora e os participantes. Publicações e reações foram recolhidas e arquivadas para posterior sistematização e análise. O grupo contém 245 profissionais de diferentes órgãos de comunicação e funciona como canal para a disponibilização de flagrantes da violência urbana para produtores, repórteres e editores. Já no ambiente virtual do aplicativo, no período da observação, foram contabilizados 2.607 alertas emitidos. Destes, 159 continham flagrantes da violência que, normalmente, eram compartilhados com os jornalistas do grupo.

Este método foi complementado com entrevistas em profundidade (Duarte, 2005) com um dos administradores do *OTT* e mais 13 jornalistas das quatro principais emissoras de TV brasileiras: *TV Globo*, *RecordTV*, *SBT* e *BAND*. As entrevistas *online* aos jornalistas foram realizadas entre fevereiro e março de 2021 e gravadas com autorização dos participantes para fins científicos. Por questões de espaço, nas seções seguintes, utilizou-se os depoimentos mais relevantes para a discussão proposta neste artigo.

Novas tecnologias e autoridade jornalística

Durante certo tempo, a questão da autoridade esteve relacionada aos modos como os jornalistas detinham o domínio sobre a maneira como formatavam suas histórias no tempo (Zelizer, 1992). No caso da televisão, a narrativa de notícias exige a presença física do jornalista através da tonalidade de sua voz e de sua expressão corporal (Weaver, 1993). Isso acentua e atualiza permanentemente seu *status* de testemunha ocular perante o público (Fechine, 2007). As notícias de televisão são construídas para favorecer a compreensão das audiências e ao mesmo tempo impor ao telespectador a sequência do que será visto dentro de um segmento temático previamente organizado e editado. Essas sequências só são possíveis porque as imagens visuais têm um caráter fortemente representativo.

Embora tal concepção seja válida até hoje, ela se estabeleceu num momento histórico no qual a televisão era aberta e se caracterizava por ter uma grade de programação relativamente fixa (Boyle, 2014; Whannel, 2005). Esse contexto mudou com a popularização das câmeras portáteis, o desenvolvimento das técnicas de captação, reprodução e edição de imagens – tipo “melhores momentos” no esporte –, influenciando a construção de uma (nova) linguagem televisiva que abarcou o telejornalismo, em particular.

Essa conjuntura está associada a uma ambientação das televisões a cabo e às *networks*. Segundo Poyntz e Lesage (2016), houve impacto na reestruturação da grade de programação televisiva, com o aumento do espaço dos telejornais e programas de debates diante da criação de canais exclusivos de notícias funcionando diariamente 24 horas. Esse contexto desencadeou debates acerca do domínio dos sistemas profissionais do jornalismo sobre a totalidade do processo de produção de notícias devido à presença de *outsiders* na atividade, gerando também discussões sobre a confiabilidade das fontes noticiosas (Sodré & Paiva, 2011).

Se do ponto de vista dos sistemas profissionais essas tensões podem significar uma ameaça à autoridade jornalística e às práticas a elas relacionadas,

de outra perspectiva, podemos observar o crescimento da presença do jornalismo em diferentes vertentes. Surgiram, por exemplo, canais de clubes de futebol no *YouTube* e apareceram distintas categorias de jornalismo cidadão (Bock, 2012). Essa movimentação atesta, segundo Bolin (2014), um alargamento das práticas da profissão, assente no termo hiperjornalismo. Com o uso dos motores de busca, qualquer indivíduo consegue acessar e compreender os modos de fazer da produção noticiosa (Carlson, 2007), tornando possível, em última análise, um relativo aprendizado e domínio desses processos. Daí a presença de anônimos e amadores produzindo e testando sua produção nas redes sociais digitais através do número de curtidas e compartilhamento.

A habilidade de blogueiros, midialivristas e outros agentes para fazer reportagens por conta própria, produzir e fazer circular conteúdos capazes de concorrer e/ou corrigir os produzidos pelos sistemas profissionais do jornalismo tensiona a correlação de forças no campo. Há maior horizontalidade, embora, na televisão, ainda seja intensa a mediação de diversos tipos de experiência pela comunidade profissional do jornalismo.

Apesar disso, as tecnologias digitais trouxeram novos métodos e ferramentas para a produção de reportagens e notícias, enquanto a velocidade tornou um desafio garantir a precisão na divulgação de fatos e das informações (Karlsson, 2020; Revers, 2014). Por isso, é fundamental entendermos os debates em torno destes pontos entre os próprios jornalistas. O *OTT* ocupa um espaço de mediação entre determinados tipos de ocorrência de violência e a instituição jornalística (Grupillo, 2024). E a existência desse espaço gera controvérsias em torno da autoridade, pois a ideia de colaboração e interdependência, em variados graus, leva à necessidade da instituição jornalística de lidar e confiar em fontes não-oficiais para obter imagens para os telejornais.

Vídeos testemunhais e telejornalismo

Segundo Henrique Caamaño, um dos coordenadores do *OTT*, a imagem tem um valor de testemunho muito maior do que o texto escrito. Por isso, a divulgação de vídeos inéditos envolvendo ocorrências policiais em comunidades e favelas cariocas contribuíram para testar a credibilidade do *OTT* entre usuários e os telejornais regionais. Principalmente porque as emissoras deixaram de entrar nestes locais a fim de garantir a segurança dos jornalistas profissionais. Então, os vídeos de anônimos se tornaram uma porta de entrada a esse universo e o *OTT* media parte desse processo.

Os vídeos parecem ter um caráter muito mais documental do que narrativo. Eles funcionam como um registro do que está ocorrendo, mas a estruturação do enredo, dos personagens e da estória a ser contada parece caber à instituição jornalística que recebe o material audiovisual. Em suma, eles parecem ter um apelo mais mimético (mostram o que está acontecendo) do que diegético (contam o que está acontecendo) (Bock, 2016).

Por que estes vídeos interessam para a televisão? Porque mesmo sendo imagens amadoras e de pessoas munidas dos seus telefones com câmeras de alta qualidade têm, em geral, caráter testemunhal quando associadas à violência (urbana ou decorrentes de atos políticos), acidentes, catástrofes. Editadas ou não, são, em geral, impactantes, comoventes, emocionantes e por isso a elas se associa um caráter jornalístico.

Neste sentido, o *OTT* media para a TV ações relacionadas com o noticiário de crimes. Estes estão baseados em quatro características: 1) a força da narrativa pessoal; 2) história de interesse humano tendo como fonte indivíduos comuns antes de fontes oficiais; 3) foco em questões da vida cotidianas e 4) privilégio das análises visuais (Durhan, 2008). Esse modelo tem por referência os telejornais locais que apelam à informalidade e ao improviso, mas se situam entre o privilégio do noticiário de crimes, apresentado e comentado por um âncora carismático, e um outro mais comedido, orientando pela prestação de serviços.

Até pouco tempo, o peso das análises visuais punham em questão a figura do “cinegrafista amador” (Grupillo, 2018)³. O termo “amador”, nesse aspecto, lembra a figura do *outsider*, pois ele produz o filme, que será tratado, editado e narrado pelos jornalistas. Isto explica o interesse das organizações de mídia tradicionais e o seu esforço em incentivar e explorar esse tipo de material, mas tentando disciplinar essa forma de produção de conteúdo visual, especialmente em situações de crise nas quais os jornalistas demoram a chegar ou não conseguem entrar em função do risco (Ramos & Paiva, 2007, Grupillo, 2018). Estamos falando, portanto, do noticiário cotidiano para o qual estas imagens têm um peso fundamental pela capacidade de mexer com as emoções do público.

Com base nas discussões levantadas até aqui, pode-se apontar a existência de níveis distintos de *outsiders* e de produção de imagens. Entre os primeiros, há desde cinegrafistas com habilidade técnica de obtenção de imagens até aqueles cujo domínio desses métodos é precário, atestando, em graus variados, a sua maior autonomia/ignorância em relação às convenções profissionais usadas pela instituição jornalística. Mas a autoridade desses agentes se fundamenta pela noção de presença (Zelizer, 1992), exercendo o testemunho em eventos críticos dos quais os jornalistas estão distantes.

Quanto à produção de imagens, a própria instituição televisiva oscila entre o filme editado, tendo como narradores o repórter ou o âncora do telejornal, e o plano-sequência com som ambiente. Claro, há variações entre eles, mas o noticiário de crimes ajudou a popularizar o segundo modelo, na tradição documental do cinema direto, orientado pela lógica de deixar o mundo falar. Neste sentido, a “rua” se consagrou como espaço central para a produção de notícias. É daí que o *OTT* sustenta a sua relevância.

3. Agentes normalmente pagos pelo trabalho *freelancer* de captação de eventos de violência ou de problemas de determinadas comunidades de acesso considerado difícil e arriscado pelos jornalistas profissionais. Cf. Grupillo, 2018.

Resultados: OTT, fluxo de flagrantes e transferência de autoridade

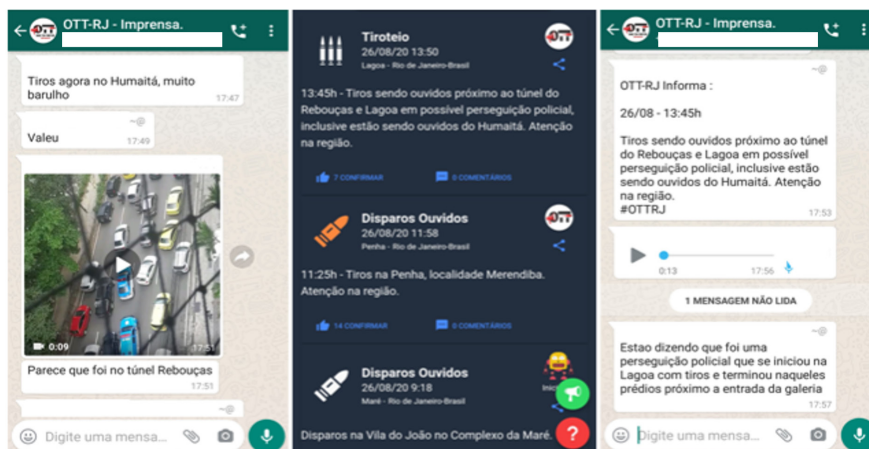
As informações e os flagrantes publicados no OTT estão inseridos em um fluxo de distribuição bastante complexo, multidirecional e veloz. Internamente, os administradores e usuários são seus principais motores, já que funcionam, simultaneamente, como receptores, fornecedores e distribuidores. Todos atuam para que as informações e flagrantes da violência urbana ultrapassem o ambiente controlado do aplicativo e possam chegar a outros agentes e redes que, pelo uso dos telefones celulares, vão fazer esse conteúdo circular sem restrições, alcançando um número potencialmente ilimitado de pessoas. Depois de serem divulgados para os usuários, as informações e os flagrantes costumam ser imediatamente compartilhados no grupo do *WhatsApp* para jornalistas. O exemplo a seguir, dá uma ideia de como esse mecanismo funciona.

Tiroteio no bairro do Humaitá (26/08/2020)

Uma jornalista do grupo OTT-RJ – *Imprensa* informa sobre um tiroteio no bairro onde mora: *Tiros agora no Humaitá, muito barulho* e disponibiliza um vídeo com viaturas nas proximidades (Fig. 1). Um dos administradores agradece a informação e o alerta de “Tiroteio” é disparado no aplicativo, mas com informações complementares às passadas pela jornalista: *Tiros sendo ouvidos próximo ao túnel Rebouças e Lagoa em possível perseguição policial, inclusive estão sendo ouvidos do Humaitá. Atenção na região.*

O alerta, então, é compartilhado com os jornalistas, juntamente com a explicação de que *foi uma perseguição policial que se iniciou na Lagoa com tiros e terminou naqueles prédios próximos à entrada da galeria*, sem revelar, contudo, como e com quem o OTT fez a checagem.

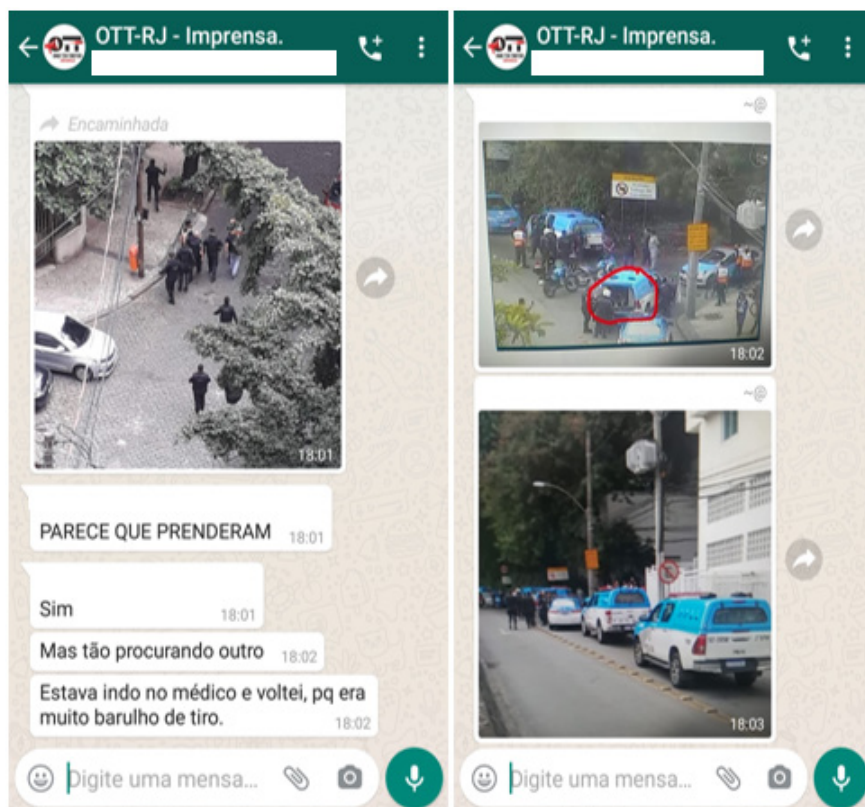
Figura 1: Distribuição de flagrantes entre OTT e jornalistas



Fonte: autora, 2020

A observação do fluxo das imagens do tiroteio e dos eventos que se seguiram é interessante. A jornalista compartilha com o grupo a foto de um homem detido por policiais. O termo “encaminhada” indica que a fotografia veio de outra pessoa. No mesmo instante, o administrador do OTT compartilha mais duas fotos, uma delas mostra um homem preso dentro do carro da Polícia Militar (Fig. 2).

Figura 2: Fotos disponibilizadas no grupo



Fonte: autora, 2020

Para terminar a sequência de compartilhamentos de imagens do tiroteio no Humaitá, o OTT divulga outro vídeo *dos elementos fugindo e trocando tiros na Borges de Medeiros*. (Fig. 3). O vídeo da troca de tiros na avenida foi usado nas matérias de três emissoras (*RecordTV*, *TV Globo* e *SBT*), mas sem crédito ao OTT (Fig. 4).

Figura 3: Vídeo OTT



Fonte: autora, 2020

Figura 4: Vídeo exibido nos telejornais



Fonte: autora, 2020

O fluxo de flagrantes é articulado entre *OTT*, informantes, usuários jornalistas, redes sociais digitais e grupos no *WhatsApp*. Cada um desses elementos possui sua própria cadeia de novas conexões que se interligam, criando um emaranhado comunicativo que agiliza a verificação dos acontecimentos pelo cruzamento de informações e imagens, enquanto potencializa a sua fluidez.

Dessa maneira, o *OTT* se espalha por diversas camadas no tecido comunicacional, mas procurando demarcar a sua centralidade e o seu papel de ferramenta mediadora para os jornalistas, uma vez que é capaz de agregar todos esses elementos, fazendo uso da multidirecionalidade, da interligação das redes de comunicação nos ambientes virtuais e da rapidez dessa dinâmica. Assim, as imagens circulam para construir credibilidade, reforçando o valor e a importância deste sistema descentralizado. A capacidade de articulação do *OTT* eleva a ferramenta a um lugar de prestígio, influenciando a maneira como os jornalistas veem e lidam com os vídeos testemunhais divulgados do aplicativo.

O OTT ganha relevância em um cenário de intensa produção de vídeos pelos cidadãos e o fluxo desse material por diferentes plataformas. Os jornalistas precisam desse tipo de conteúdo, mas se veem em um mar de imagens sobre as quais é difícil ter certeza quanto à veracidade ou mesmo à correspondência com os eventos a serem noticiados. A maioria das emissoras divulga seus números de *WhatsApp* com a intenção de receber imagens que as ajude a construir as notícias, especialmente de locais restritos à cobertura, mas, para os jornalistas, essa apuração implica mais trabalho e uma “perda de tempo”, como podemos inferir dos depoimentos destacados abaixo.

[...] Com os telefones celulares com câmeras, isso começou a ficar muito normal. O próprio morador, a população, começou a gravar essas situações. *É através dessas imagens que a gente consegue ter acesso ao que está acontecendo ali* (Jornalista 3, grifo nosso)

[...] A notícia chegar até você, de certa forma, pelas imagens, (pela possibilidade) de receber vídeos. [...] A gente recebe muito, com muita frequência e *não deixa de ser uma forma de a gente ter como noticiar um fato que a gente talvez não consiga, não tenha estado naquela situação* (Jornalista 4, grifo nosso)

[...] Qual é a certeza absoluta que eu tenho que aquela imagem que tá sendo publicada naquela rede social *é realmente um fato de algo que aconteceu naquele dia, naquele momento, daquela forma?* (Jornalista 8, grifos nosso).

O recurso aos vídeos captados pelos cidadãos representa uma solução, mas também um problema para os jornalistas, pois nem tudo é apurado. Além disso, os produtores, muitas vezes, precisam enviar os flagrantes para fontes distintas como polícias, Ministério Público etc., na tentativa de obter um posicionamento sobre as ocorrências que cobrem. Mas, como ressalta o jornalista 8, [...] *tem horas que nem a polícia sabe com o que a gente está lidando, entendeu?*

Isso traz o *OTT* de volta à discussão. A dinâmica colaborativa criada em torno do app facilita a checagem das imagens. Quando os vídeos são disponibilizados no grupo de *WhatsApp* da imprensa, já passaram por uma verificação mínima capaz de atestar os requisitos básicos de utilização pelos jornalistas. O depoimento de Henrique Caamaño nos permite essa interpretação.

A gente participa em mais de 600 grupos de WhatsApp. A gente vai lá nos grupos. A gente ouviu falar tiros, não sei o que, alguém confirma por favor? Aí, começa. Porque a pessoa da comunidade não quer falar. Ela está escutando, mas fica quieta, tem medo. Alguém vai e puxa, aí vem, vem de enxurrada. Não, realmente está acontecendo. Você vai lá no outro grupo também, joga em página de Twitter, Instagram, você vai começando a triangular até chegar na localidade. Aí, fechou e isso tem que ser rápido. Bem rápido. Se é fundamental? Com certeza, justamente por causa disso (grifos nosso).

Essa triangulação faz com que os produtores, repórteres e editores tenham mais confiança no material disponibilizado pelo *OTT* do que no conteúdo publicado nas páginas “News”, por exemplo.

[...] Ele (o OTT) faz um trabalho jornalístico também, de checagem daquele material que chega, daquele relato. É um colaborativo, mas um colaborativo que eles têm esse trabalho de checagem, muitas vezes (Jornalista 4, grifos nosso).

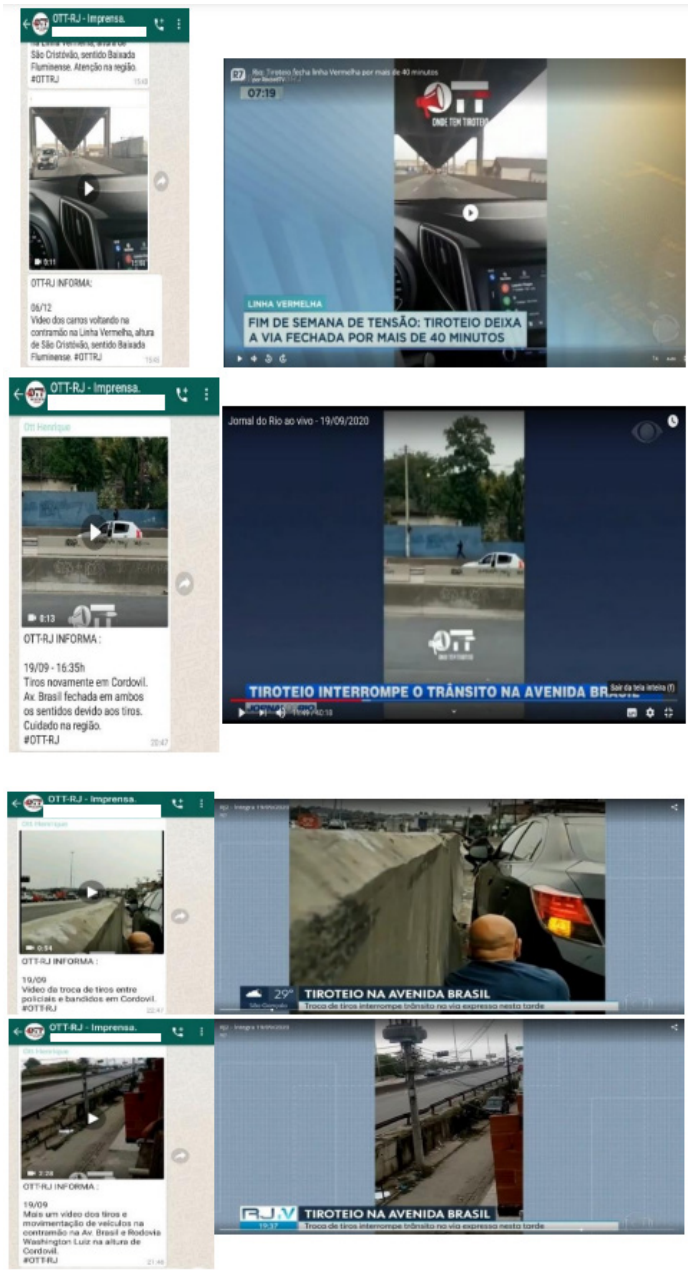
Assim, o aplicativo desempenha um papel considerado importante pelos jornalistas ao mesmo tempo em que preenche o *gap* deixado pela dupla repórter/cinegrafista com a sua “presença” em regiões de risco.

[...] Então, a OTT tem essa vantagem, estar onde a gente não pode estar. Isso pra gente é fundamental porque a gente cria um leque de situações, de mostrar a situação que existe vida naquela área conflagrada, existe gente que mora ali, gente do bem, que paga seus impostos e vive numa situação de extrema violência (Jornalista 1, grifos nosso)

Essa expectativa de presença onde ocorre um ato de violência com possibilidade de geração de imagens faz com que os jornalistas mantenham com a ferramenta uma interação ativa. Mas, revelando os conflitos em torno da autoridade jornalística, o *OTT* imprime nos vídeos a sua logomarca. A identificação dessa marca nos noticiários transfere parte da autoridade para a ferramenta, pois é ela que está presente e testemunha os eventos noticiados por meio das imagens cedidas. Não se trata de uma cessão simplesmente inocente, motivada por um senso de ajuda, mas de uma compreensão por parte dos criadores do aplicativo que a exibição de seu conteúdo na tela da televisão reforça a credibilidade e a autoridade da ferramenta entre os usuários e os próprios jornalistas.

Quando os flagrantes são oriundos de fontes como as redes sociais, por exemplo, os jornalistas tendem a obscurecer essa origem através de créditos genéricos e despadronizados, tais como “imagens de redes sociais” e “imagens cedidas por telespectador”. Porém, quando os vídeos testemunhais são provenientes do *OTT*, essa estratégia ganha uma maior complexidade. Assim, algumas vezes, os vídeos são exibidos com o selo do aplicativo, em outros momentos, porém, ele é eliminado (Fig. 5).

Figura 6: Flagrantes com e sem o crédito ao OTT



Fonte: autora, 2020

Por que isso acontece? Embora alguns jornalistas possam justificar esse obscurecimento pela pressa na finalização das matérias ou pela urgência em exibir as imagens, os depoimentos indicam que, na prática, repórteres e editores veem o *OTT* como uma ferramenta confiável de *status* jornalístico. Assim, aproveitam as informações e as imagens cedidas no grupo como confirmação da ocorrência dos fatos, mas tentam encontrar imagens para as quais não se sentem obrigados a indicar origem e autoria, evitando a transferência de autoridade ao aplicativo.

[...] Nós vamos procurar. Já que temos vastos materiais disponíveis, sempre um material ou outro sem a logo. *É por isso que as vezes você assiste um jornal que tem uma imagem do OTT ou do Fogo Cruzado com a logo e talvez num outro jornal sem a logo, porque a gente conseguiu depois sem a logo.* (Jornalista 6, grifos nosso)

[...] Eu não sei, nunca foi falado isso, mas você perde assim...*é tipo a Globo usar uma imagem selada do SBT. Fica, ah aquela emissora tá usando imagem da outra, não conseguiu fazer, acho que é um pouco disso, não tenho certeza.* (Jornalista 13, grifos nosso)

A entrada de *outsiders* no jornalismo revela a complexidade de um campo em grandes transformações com o desenvolvimento dos ambientes digitais, dos dispositivos móveis e a possibilidade produtiva com que dota as pessoas. A visão dos jornalistas sobre a sua autoridade e o seu papel na sociedade vem sendo confrontada pelas interpretações que esses agentes externos fazem do seu trabalho e do próprio jornalismo. De certo modo, os *outsiders* desafiam as fronteiras e as conceitualizações tradicionais do campo jornalístico, ao verificarem e publicarem informações de interesse público.

Nesse aspecto, os conflitos e as disputas em torno da autoridade se revelam, em parte, nas tentativas de controlar e orientar a participação e a entrada dos cidadãos e outros agentes como o *OTT* no jornalismo. Esse entendimento faz com que os jornalistas posicionados nos cargos mais elevados na hierarquia das redações tentem evitar a utilização de imagens seladas,

pois elas acabam revelando os limites do jornalismo com impacto na autoridade dos profissionais: *Às vezes, a gente usa até a mesma matéria, mas troca a imagem porque a ordem do editor-chefe é a imagem tem que ser limpa* (Jornalista 13, grifos nosso).

O depoimento de um dos jornalistas entrevistados sintetiza a problemática abordada neste artigo quanto ao lugar de autoridade em disputa entre jornalistas e OTT.

[...] Acho que é pra não mostrar fragilidade. Pra não mostrar que a emissora não tem uma estrutura de produção, de apuração própria. Então, acho que eles usam esse artifício exatamente para poder esconder as suas deficiências. [...] Usa e abusa (das imagens) e muitos lá fazem a limpeza, tiram lá, limpam a imagem, tira o crédito de quem fez, exatamente, na minha concepção, pra não mostrar essa fragilidade. (Jornalista 1, grifos nosso).

6. Conclusões

Andén-Papadopoulos e Pantti (2013) fizeram um estudo similar com jornalistas suecos e finlandeses envolvendo o uso de fotografias e vídeos feitos por não-jornalistas e enviados por agências internacionais referentes a movimentos de protestos no Irã e durante a Primavera Árabe. Esse tipo de produção colaborativa aponta para as mesmas questões deste artigo: a quebra do monopólio dos sistemas profissionais do jornalismo sobre a totalidade da produção noticiosa.

Usando a entrevista como método, os autores do artigo perceberam três tipos de repertórios discursivos dos jornalistas profissionais finlandeses e suecos sobre esse tipo de colaboração: resistência, resignação e renovação. A resistência é a forma como articulam, de forma defensiva, a diferença entre o que eles fazem em comparação aos fotógrafos e *videomakers* amadores.

Esse repertório vem à baila principalmente quando os jornalistas falam sobre o seu dia a dia, suas rotinas profissionais, ancoradas nos tradicionais

papéis de contadores de histórias, guardiões, investigadores e também como testemunhas oculares no local.

A resignação é organizada em torno da ideia de que os jornalistas não podem se distanciar de amadores, são forçados a aceitar imagens fora dos seus padrões tradicionais, desfocadas e não verificadas, apesar de também reconhecerem que a ampla dependência de imagens de fontes desconhecidas ameaça e perturba os próprios alicerces da autoridade sobre a qual o jornalismo profissional se baseia. Logo, há relutância, mas também a necessidade de se adaptarem ao novo ambiente digital.

A renovação diz respeito aos modos como os jornalistas desafiam o enquadramento ideológico tradicional e negociam uma visão alternativa do que poderá ser o jornalismo com base na sua vinculação a prestação de serviço público através do emprego de material de testemunhas oculares do público. O uso deste material aponta, portanto, para a promoção de um jornalismo mais democrático, aberto e diverso.

Se transpusermos essas categorias para o uso do nosso material empírico, podemos perceber os jornalistas oscilarem, em graus variados, pelos três protocolos, com a resignação ganhando um pouco mais de ressonância. Isto porque, apesar de vivermos no Brasil um estado democrático de direito, isto convive com uma cultura fortemente hierarquizada. Portanto, mesmo o uso de imagens produzidas por cidadãos serem um requisito de uma cultura digital, ele também se cruza com as exigências das chefias para as quais notícias de crime, na televisão, têm de ter imagens. Isto nos ajuda a entender o porquê de o administrador do OTT ter criado um grupo específico para jornalistas profissionais com 245 membros. Conseguir imagens é um imperativo. Esta dinâmica responde positivamente a RQ1 na medida em que a engrenagem desenvolvida pelo app facilita o trabalho dos jornalistas que, por sua vez, devolvem credibilidade ao aplicativo quando utilizam as imagens cedidas.

Por outro, lado, a resignação não é relutante. Embora haja resistência ao uso dessas imagens amadoras, como transparece no uso ou não do logo do aplicativo, o fato delas terem uma fonte centralizada, como é o caso do *OTT*, funciona como um alívio. Percebe-se, assim, que as tecnologias digitais contribuíram para a entrada e adaptação de agentes externos aos sistemas profissionais do jornalismo, o que também responde a RQ2. Isso permite os jornalistas não frequentarem áreas nas quais a presença deles é inóspita e se acomodarem, com o *OTT* funcionando como uma chancela para o uso seguro e confiável de imagens. Vislumbramos alguns depoimentos sobre como as práticas do aplicativo guardam analogias com as jornalísticas, reforçando sua autoridade entre profissionais e usuários, sem que isso necessariamente fundamente uma visão mais democrática e diversa dos sistemas profissionais do jornalismo no Brasil. É preciso lembrar que é no âmbito do jornalismo televisivo e impresso que o “mundo cão” toma forma, com parte destes jornais legitimando a matança policial.

Referências

- Andén-Papadopoulos, K., & Pantti, M. (2013). Re-imagining crisis reporting: Professional ideology of journalists and citizen eyewitness images. *Journalism*, 14(7), 960-977.
- Bock, M. A. (2012). Citizen video journalists and authority in narrative: Reviving the role of the witness. *Journalism*, 13(5), 639-653.
- Bock, M. A. (2016). Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites. *Journalism*, 17(4), 493-510.
- Boyle, R. (2014). Television sport in the age of screens and content. *Television & New Media*, 15(8), 746-751.
- Bolin, G. (2014). Television journalism, politics, and entertainment: Power and autonomy in the field of television journalism. *Television & New Media*, 15(4), 336-349.
- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. Columbia University Press.

- Carlson, M. (2007). Order versus access: News search engines and the challenge to traditional journalistic roles. *Media, culture & society*, 29(6), 1014-1030.
- Chagas, A. G. (2024). *Apps Colaborativos e Autoridade Jornalística: O OTT e o Fluxo Distributivo de Flagrantes da Violência Urbana no Brasil* (Doctoral dissertation, Universidade da Beira Interior (Portugal)).
- Duarte, J. (2005). Entrevista em profundidade. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 1, 62-83.
- Durham, F. (2008). Media ritual in catastrophic time: The populist turn in television coverage of Hurricane Katrina. *Journalism*, 9(1), 95-116.
- Grupillo, A. (2018). A “Ralé” do Telejornalismo: O Jornalista Amador na Produção da Notícia e os Limites da Autoridade Jornalística na Televisão. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.
- Grupillo, A. (2024). Cobertura mediada da violência urbana: análise do app colaborativo “Onde Tem Tiroteio” e fornecimento de conteúdo para telejornais no Brasil. *Palavra Clave*, 27(2), e2726.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. Londres: SAGE Publications.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. London, UK: Bloomsbury Academic.
- Karlsson, M. (2020). Dispersing the opacity of transparency in journalism on the appeal of different forms of transparency to the general public. *Journalism Studies*, 21(13), 1795-1814.
- Mollerup, N. G., & Mortensen, M. (2018). Proximity and distance in the mediation of suffering: Local photographers in war-torn Aleppo and the international media circuit. *Journalism*, 21(6), 729-745.
- Nunes, P. (2017). Crime e polícia no #RioDeJaneiro: relatos em páginas do Facebook. *Boletim Segurança e Cidadania*, (24).
- Poyntz, S. R., & Lesage, F. (2016). Television and the meaning of “live”: An enquiry into the human situation, by Paddy Scannell: Cambridge, UK, Polity Press, 2014, 272 pp., ISBN 978-0-7456-6254-1. *Popular Communication*, 14(4), 246-249.

- Ramos, S. & Paiva, A. (2007). *Mídia e violência: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro.
- Revers, M. (2014). The twitterization of news making: Transparency and journalistic professionalism. *Journal of communication*, 64(5), 806-826.
- Scannell, P. (2009). The dialectic of time and television. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 219-235.
- Sodré, M. & Paiva, R. (2011). Informação e boato na rede. In: Silva, G. D., Künsch, D. A., Kuschick, C. L. B. R., & Albuquerque, A. D. *Jornalismo contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas*. Compós.
- Wall, M., & Zahed, S. E. (2014). Embedding content from Syrian citizen journalists: The rise of the collaborative news clip. *Journalism*, 16(2), 163-180.
- Whannel, G. (2005). Pregnant with anticipation: The pre-history of television sport and the politics of recycling and preservation. *International Journal of Cultural Studies*, 8(4), 405-426.
- Weaver, P. H. (1993). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: Traquina, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. 2. ed. Lisboa: Veja.
- Zelizer, B. (1992). *Covering the body: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. University of Chicago Press.

“A TELEVISÃO É TUDO QUE TEMOS”: ENVELHECIMENTO E CONSUMO MEDIÁTICO NA COVILHÃ

Elizângela Carvalho Noronha¹

Resumo: A declaração que dá título a esta comunicação foi feita por uma idosa durante a aplicação de um questionário exploratório, evidenciando a relevância da televisão na rotina das pessoas envelhecidas. A partir deste questionário, realizado com o objetivo de conhecer os hábitos de consumo mediático da população idosa residente no concelho da Covilhã, identificamos que, entre as 355 pessoas inquiridas nas 14 freguesias visitadas, 74,9% assistem à televisão durante várias horas ao longo do dia. A televisão faz parte do cotidiano dos idosos, independentemente do sexo (71,5% entre as mulheres e 83,8% entre os homens afirmaram assistir à televisão durante o dia), do local de residência (lar, habitação familiar, etc.) ou do grau de instrução. Apesar de ocupar um lugar de destaque na vida das pessoas envelhecidas, ainda são escassas as investigações que relacionem o consumo mediático, em geral, e a televisão, em particular, com o envelhecimento e a velhice em Portugal. Nesse sentido, buscamos explorar e discutir neste trabalho os dados obtidos no questionário a partir de uma abordagem etnográfica e

1. Universidade Politécnica de Coimbra - CECC. Orcid: 0000-0001-8341-2016. E-mail: elizc.noronha@gmail.com

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de Coimbra e investigadora de Pós-Doutoramento em Desenvolvimento Humano Integral na Universidade Católica Portuguesa. Seus interesses de investigação estão relacionados aos estudos em Comunicação com foco no Jornalismo seus públicos e audiências. Tem vindo a investigar questões ligadas ao envelhecimento, consumo mediático, dimensões interseccionais das audiências mediáticas e abordagens etnográficas aplicadas aos estudos em recepção.

crítica (Morley & Silverstone, 2002), com o objetivo de propor uma discussão fundamentada sobre o papel social, econômico e cultural da televisão nas vivências do envelhecimento dessa população.

Palavras-chave: Televisão; Envelhecimento; Consumo mediático; Covilhã.

Abstract: The statement that titles this communication was made by an elderly woman during the application of an exploratory questionnaire, highlighting the relevance of television in the daily lives of older people. Based on this questionnaire, conducted to understand the media consumption habits of the elderly population residing in the municipality of Covilhã, we identified that, among the 355 respondents from the 14 visited parishes, 74.9% watch television for several hours throughout the day. Television is part of the daily routine of the elderly, regardless of gender (71.5% of women and 83.8% of men reported watching television during the day), residence (care home, family housing, etc.), or level of education. Despite its significant role in the lives of older individuals, there is still a lack of research connecting media consumption in general, and television in particular, with ageing and old age in Portugal. In this regard, we aim to explore and discuss in this work the data obtained from the questionnaire using an ethnographic and critical approach (Morley & Silverstone, 2002), with the goal of proposing a well-founded discussion on the social, economic, and cultural role of television in the experiences of ageing within this population.

Keywords: Television; Ageing; Media consumption; Covilhã.

Introdução

De acordo com o Digital News Report Portugal 2024², publicado pelo Obercom/Reuters, a televisão continua a ocupar centralidade no consumo mediático no país. É a principal fonte de notícias para 51% da população, principalmente, através dos canais SIC, TVI/CNN e RTP. Segundo o Media

2. Disponível em <https://obercom.pt/digital-news-report-portugal-2024/>

& Advertising Global Report 2023, “os portugueses assistiram, em média, a cinco horas e 23 minutos de televisão por dia”³ naquele ano.

Nenhum dos relatórios faz alguma relação entre o consumo de produtos televisivos e a população de mais idade. Encontramos alguma informação neste sentido no relatório “Públicos e consumos de Media”⁴, produzido pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC, 2015). Neste documento, constam apenas as seguintes informações: os/as portugueses/as com 65 anos ou mais tinham contato habitualmente com o noticiário à hora do almoço e, entre as pessoas com 55 anos ou mais, 68% tinham interesse em notícias sobre Portugal e 79% estavam interessadas em notícias em geral.

Como referiu Richard Davis no texto “*Television and Older Adult*”, ainda no início dos anos 1970, “muita atenção tem sido dirigida para a investigação da influência da televisão na vida deste grande e disposto público, as crianças. Outro público numeroso e disposto à televisão é aquele que é mais frequentemente esquecido – os idosos” (1971, p. 153). Pouco mudou desde então e devido a esta escassez de dados sobre o consumo mediático das pessoas idosas⁵ em Portugal, aplicamos um questionário para caracterização dos hábitos de consumo no concelho da Covilhã.

A escolha desta região justifica-se pelo fato de a Covilhã apresentar índices de envelhecimento populacional acima da média nacional⁶, apesar de receber milhares de jovens todos os anos em busca de formação académica e profissional. Os/as estudantes da UBI (Universidade da Beira Interior) permanecem na cidade apenas durante estadias temporárias e, portanto, não alteram a tendência de despovoamento da região (Mello et al., 2023). Situada num concelho historicamente vocacionado para a agroindústria e

3. Disponível em <https://acepi.pt/pt/noticias/noticias/2024/portugueses-viram-mais-de-cinco-horas-de-televisao-por-dia-em-2023/>

4. Disponível em <https://www.erc.pt/pt/estudos/consumos-de-media/estudo-publicos-e-consumos-de-media/>

5. Em consonância com os grupos etários estabelecidos pelos estudos demográficos em geral, e pelo Censo de Portugal em particular, entende-se por idosas as pessoas com 65 anos ou mais.

6. Segundo dados do Instituto PORDATA (www.pordata.pt), o município da Covilhã possuía 281 idosos/as para cada grupo de 100 jovens no último Censo, referente ao ano de 2021.

para a indústria de lanifícios⁷, a cidade assiste ao deslocamento das pessoas mais jovens para as zonas urbanas e industrializadas do país, acentuando o envelhecimento de sua população e agudizando as desigualdades estruturais entre territórios.

Como resultado disso, as pessoas de mais idade residentes em zonas como esta são penalizadas de maneira desproporcional (Lopes et al., 2014), pois, enfrentam dificuldades acrescidas para acessar serviços e informações. Estes condicionamentos estão relacionados, entre outros fatores, aos custos associados aos serviços de informação e comunicação, inconciliáveis com as baixas reformas⁸; e ao baixo nível médio de escolaridade desta população⁹.

A estes constrangimentos socioeconômicos somam-se outros, sobretudo, de ordem cultural. A ausência de literacia digital para as pessoas de mais idade (Amaral & Flores, 2023) e a sedimentação dos estereótipos e preconceitos de idade que condicionam o acesso às tecnologias da informação e comunicação (Ylänne, 2024) são alguns fatores que trazem repercussões aos hábitos de consumo mediático da população envelhecida.

Diante deste quadro, aplicamos um questionário exploratório, que discutiremos mais à frente, em 14 freguesias¹⁰ do concelho da Covilhã. O inquérito foi aplicado em lares, centros de dia, centros de atividades, domicílios, espaços públicos e através de contatos pessoais. No período de abril a julho de 2024, foram recolhidas 355 respostas válidas (256 mulheres e 99 homens), o que confere um grau de confiança de 95% e margem de erro de 5%. De modo geral, este grupo apresentava as seguintes características preponderantes: mais de 93% eram reformados/as, 99,7% eram portugueses/as e 76,9% tinham 75 anos mais¹¹.

7. Conforme dados divulgados pela Câmara da Covilhã. Disponível em <https://www.cm-covilha.pt/>

8. Identificamos no inquérito que mais de 61% dos/as respondentes tinham rendimentos mensais de até um salário-mínimo nacional que, no período de aplicação do questionário, era 820€.

9. Mais de 51% das pessoas inquiridas tinham apenas o primeiro ciclo concluído, ou seja, até a antiga quarta classe. 15,5% não tinham nenhum nível de escolaridade concluído e, portanto, não sabiam ler e escrever. Apenas pouco mais de 10% tinham o secundário, 6,5% licenciatura, 2,8% curso técnico superior e 0,8% tinham mestrado.

10. Covilhã, Tortosendo, Paul, Orjais, Teixoso, Peraboa, Ferro, Unhais da Serra, Barco, Erada, Ourondo, Casegas, Sobral de São Miguel e Aldeia de São Francisco de Assis.

11. Outros 11% tinham de 65 a 69 anos e 12,1% tinham de 70 a 74 anos. Cabe referir que adotamos esta

Além dos dados sobre o consumo mediático em geral, e da televisão particular, obtidos através deste inquérito, trazemos neste texto alguns apontamentos do caderno de campo utilizado durante a aplicação dos questionários como forma de: 1) aliar uma abordagem qualitativa (e humana) à análise dos números; 2) demonstrar a diversidade de vivências e experiências no envelhecimento; e 3) contribuir para um olhar mais alargado sobre a audiência envelhecida.

Cabe referir que iniciamos o registro da interação durante a aplicação dos questionários porque tornou-se comum os/as idosos/as complementarem as respostas com relatos de experiências ou memórias sobre algum aspecto particular das questões colocadas. Estas intervenções adicionavam camadas diferentes à compreensão acerca do consumo mediático dos/as inquiridos/as e demonstraram, logo no primeiro dia, a necessidade de se registrar num caderno de campo a diversidade e complexidade das vivências partilhadas.

Para que seja possível relacionar os dados quantitativos e qualitativos recolhidos, recorremos a uma antropologia da audiência que entende esta como “produto do contexto social” (MacQuail, 2003, p. 354) e, portanto, torna-se imperativo “investigar o contexto – as formas específicas pelas quais determinadas tecnologias de comunicação adquirem significados específicos e, assim, passam a ser utilizadas de diferentes maneiras, para diferentes fins, por pessoas em diferentes tipos de agregados familiares” (Morley e Silverstone, 2002, p. 149).

Dessa maneira, adotamos os fundamentos teóricos e metodológicos da etnografia (Geertz, 2008) como lentes para discutir os dados obtidos e, sobretudo, relacionar o consumo mediático com o envelhecimento e, assim, contribuir para uma compreensão fundamentada desta audiência.

classificação com base na segmentação etária utilizada nos Censos 2021.

Televisão e envelhecimento

		Feminino		Sexo Masculino		Total	
Frequência vê TV	Todos os dias (cerca de 1 hora por dia)	57	22,3%	14	14,1%	71	20,0%
	Todos os dias (várias horas por dia)	183	71,5%	83	83,8%	266	74,9%
	Com alguma frequência (algumas vezes por semana)	7	2,7%	0	0,0%	7	2,0%
	De vez em quando (pelo menos uma vez por mês)	4	1,6%	1	1,0%	5	1,4%
	Raramente	5	2,0%	0	0,0%	5	1,4%
	Nunca	0	0,0%	1	1,0%	1	0,3%

Tabela 1 – Cruzamento entre a frequência que veem TV e o sexo dos/as respondentes. Tabela elaborada com suporte do software SPSS. Elaboração própria.

Dentre os dados obtidos através do questionário, identificamos que 74,9% dos/as respondentes veem televisão todos os dias e durante várias horas ao longo do dia (ver Tabela 1). É importante notar que este hábito é mais frequente entre os homens (83,8%) do que entre as mulheres (71,5%), desafiando os estereótipos de gênero que associam o feminino à esfera privada e o masculino à esfera pública.

Outros 20% dos/as inquiridos/as também assistem televisão todos os dias, mas por menos tempo: cerca de uma hora por dia. Como referem as primeiras palavras de Mark Deuze no texto “*Media life, media work*”, “nós vivemos nos media. Os media são para nós como a água é para os peixes” (2017, p. 17). A partir desta ideia, podemos dizer que, na Covilhã, entre as pessoas de mais idade, vive-se a maior parte do tempo em frente à televisão.

A frequência desse consumo televisivo ficou evidente nas visitas aos lares e centros de dia. Observamos que há um certo padrão na arquitetura dessas instituições que prevê a existência de grandes salões com poltronas para os/as idosos sentarem-se e conviverem entre si. No entanto, até pela maneira como o mobiliário está disposto, a interação entre pessoas é suprimida pela protagonista da sala: a televisão.

Durante a maior parte dos dias, os/as idosos/as ficam nestes salões à espera das refeições, das terapias ou outras atividades. Assim, em muitos casos, é a programação da televisão que preenche e organiza seus dias, divididos entre antes e depois de um determinado programa ou telejornal. Nos domicílios visitados, a imagem também era semelhante: a televisão estava quase sempre ligada, ainda que fosse apenas para produzir alguma sensação de companhia.

A presença constante da televisão nos faz lembrar outra reflexão de Mark Deuze sobre os media: “A invisibilidade dos meios de comunicação, aliada à sua conectividade e persistência, forma a condição humana de viver e agir no mundo” (Deuze, 2017, p.18). No caso das pessoas envelhecidas, a televisão talvez seja mais visível, mas também pode condicionar as vivências na velhice, tornando-se companhia e fonte de entretenimento e informação.

Quer por questões econômicas ou sociais, como a baixa escolaridade média, poucas são as pessoas que conseguem manter o hábito da leitura de jornais ou mesmo conseguem acessar à internet. Notamos esta relação entre os constrangimentos socioeconômicos e o consumo televisivo em diversos momentos e em diferentes locais.

Num dos primeiros registros do caderno de campo, o consumo televisivo observado num lar trouxe essa intersecção entre o consumo televisivo e a baixa escolaridade comum a uma geração que viveu a infância durante o Estado Novo, longe dos centros urbanos e, portanto, em muitos casos não teve a oportunidade de aprender a ler e a escrever, como se pode verificar no excerto a seguir: “Vi a tristeza em algumas pessoas e o ressentimento por não terem tido a oportunidade de aprender a ler e a escrever. Vi a dor da perda e as lembranças de uma infância difícil sendo despistadas em frente à televisão” (Caderno de campo – 08/05/24).

Em outro lar visitado, uma senhora lamentou estar limitada à televisão por falta de condições econômicas para, por exemplo, adquirir um aparelho de rádio e retomar o antigo hábito de ouvir as músicas que gosta. “Isso me fez

pensar como o envelhecimento pode ser também uma vivência desafiadora quando faltam, entre outras questões, as condições materiais para que se possa viver a partir de suas escolhas” (Caderno de campo, 21/05/2024).

O consumo de conteúdos televisivos é preponderante entre os diferentes perfis de moradia analisados (ver Tabela 2). Entre os números mais significativos, identificamos que 84,7% das pessoas inquiridas que vivem sozinhas têm a televisão ligada todos os dias e por várias horas. Este hábito é partilhado por 69,2% dos/as residentes nos lares. Apesar de a televisão estar onipresente em suas rotinas e ser a “atividade” mais ofertada, por vezes, é ignorada.

“Entramos no lar e, mais uma vez, encontramos um salão com poltronas e idosos/as sentados/as em torno da televisão. No entanto, minutos depois percebi que a atenção de algumas daquelas pessoas não estava na tela/ ecrã. Algumas estavam completamente isoladas em seus próprios mundos” (Caderno de campo, 06/06/2024).

		Habitação							
		Vivo com a família (cônjuge, filhos etc.)		Vivo sozinho/a		Vivo num lar		Outro	
Frequência vê TV	Todos os dias (cerca de 1 hora por dia)	18	16,4%	11	15,3%	41	24%	1	10...
	Todos os dias (várias horas por dia)	86	78,2%	61	84,7%	119	69%	0	0%
	Com alguma frequência (algumas vezes por semana)	3	2,7%	0	0,0%	4	2,3%	0	0%
	De vez em quando (pelo menos uma vez por mês)	1	0,9%	0	0,0%	4	2,3%	0	0%
	Raramente	2	1,8%	0	0,0%	3	1,7%	0	0%
	Nunca	0	0,0%	0	0,0%	1	0,6%	0	0%

Tabela 2 - Cruzamento entre frequência que vê TV e tipo de habitação. Tabela elaborada com suporte do software SPSS. Elaboração própria.

Em outro registro do caderno de campo, encontro o seguinte relato após a visita a um lar: “A televisão é mesmo muito presente em suas rotinas. Uma senhora até disse: ‘A televisão é tudo que temos’” (Caderno de campo 07/06/2024). Esta frase demonstra a importância da televisão para vidas envelhecidas, mas, também, denuncia a ausência de outras atividades que possam preencher as rotinas de algumas dessas pessoas.

No entanto, apesar de os estereótipos (e as representações midiáticas) de idade sugerirem a homogeneização da velhice (Amaral & Flores, 2023), as maneiras como as pessoas envelhecem são excepcionalmente heterogêneas. E, apesar dos números residuais entre aqueles/as que “raramente” ou “nunca” assistem televisão (Tabela 2), encontramos pessoas que preferem dedicar seu tempo à vida no exterior, nem que seja nas traseiras do lar em que vivem.

Em outro registro do caderno de campo, encontramos o relato sobre um grupo de três senhoras. Diz o excerto: “Elas além de preferirem o exterior, optam pela companhia uma das outras, em vez de passarem o dia a ver televisão. Uma viveu na França, outra na Venezuela e a terceira nunca saiu do Paul e do Ourondo. Esta última, não foi à escola e não aprendeu a ler e escrever. As outras, tiveram outras experiências, mas, entre elas, não há diferenças, apenas cumplicidade. Divertem-se, riem, vivem entre si e em contato com o palpável, o real, a vida que as rodeia. Veem as notícias e acompanham as missas pela televisão, mas estão mais interessadas no que se passa do lado de fora do salão. Durante nosso contato, uma delas disse: ‘galinha de campo não quer capoeira’, ou seja, ela que sempre esteve fora de casa, no trabalho, prefere viver a velhice como viveu quando mais jovem, atenta ao seu redor” (Caderno de campo, 06/06/2024).

Escolaridade										
	1º ciclo (até ao 4º ano)	2º ciclo (até ao 5º ou 6º ano)	3º ciclo (até ao 9º ano)	Secundário	Ensino superior (Licenciatura)	Curso técnico superior profissional	Mestrado	Doutoramento	Não tem nenhum nível de escolaridade concluído	
Frequência vê TV	38 21%	4 33%	3 9,7%	4 11%	7 30,4%	2 20%	0 0%	0 0%	13 24%	
Todos os dias (cerca de 1 hora por dia)										
Todos os dias (várias horas por dia)	134 73%	8 67%	26 84%	33 89%	15 65,2%	8 80%	3 10...	0 0%	39 71%	
Com alguma frequência (algumas vezes por semana)	4 2%	0 0%	1 3,2%	0 0,0%	1 4,3%	0 0%	0 0%	0 0%	1 1,8%	
De vez em quando (pelo menos uma vez por mês)	5 3%	0 0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0,0%	
Raramente	2 1%	0 0%	1 3,2%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%	2 3,6%	
Nunca	1 1%	0 0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0,0%	

Tabela 3 - Cruzamento entre frequência que vê TV e o nível de escolaridade.
Tabela elaborada com suporte do software SPSS. Elaboração própria.

Ao olharmos para a relação entre a frequência com que veem televisão e o nível de escolaridade (Tabela 3), identificamos que o consumo de conteúdos televisivos é transversal. Ver televisão todos os dias, por várias horas, varia de 89% entre as pessoas com ensino secundário a 67% das pessoas com o 2º ciclo.

Outra exceção a esta tendência encontrada durante a aplicação dos questionários foi uma senhora que vivia sozinha numa das aldeias mais afastadas e envelhecidas do concelho. Os registos no Caderno de campo traduzem as impressões sobre uma mulher envelhecida que, apesar de trazer alguns problemas de saúde, como disse, é feliz e livre.

“Além de feliz, é uma mulher livre, que resistiu ao casamento compulsório comum em sua juventude. Ela disse que, ainda na infância, escolheu não voltar à escola para não ter de lidar com a violência que marcava a escola da aldeia naquela altura. No entanto, ela conquistou autonomia e conhecimento. Lia e escrevia, mas hoje encontra dificuldades com as letras pequenas. Tem um aguçado senso crítico sobre os media e sobre o mundo. Durante nosso encontro, falou sobre as guerras, a crise climática, as enchentes no Sul do Brasil e criticou a circularidade no debate político na televisão de Portugal. Tem empatia e afeto em cada palavra que diz. Diz que prefere o silêncio ao barulho da televisão. Vive bem sozinha e consigo mesma. É religiosa, trabalha voluntariamente como catequista e demonstra ter muita leitura sobre a fé cristã. Essa senhora é um exemplo de como é importante ter coragem para desafiar padrões e viver/envelhecer bem consigo mesma” (Caderno de campo, 03/06/2024).

As mulheres de mais idade também desafiam estereótipos ao demonstrarem interesse pelo desporto. Mais de 44% afirmaram ter interesse pelo desporto, sobretudo quando se trata de ver a Seleção Portuguesa, o Sporting ou o Benfica em campo, diziam. Outras senhoras mencionaram o futebol feminino ou outras modalidades desportivas como suas preferências. Ainda assim, 55% afirmaram não assistirem aos programas de desporto. Entre os homens, 70% declararam assistir a este tipo de programa.

		Sexo			
		Feminino		Masculino	
Desporto	Sim	114	44,7%	70	70,7%
	Não	141	55,3%	29	29,3%

Tabela 4 - Cruzamento entre frequência que assiste programas de desporto e o sexo dos/as respondentes. Tabela elaborada com suporte do software SPSS. Elaboração própria.

Por outro lado, as telenovelas, historicamente identificadas como sendo um conteúdo de consumo essencialmente feminino (Brunsdon, 2000), não interessam a 37,9% das mulheres inquiridas (ver Tabela 5). Durante a aplicação dos questionários, algumas disseram que tinham interesse por telenovelas quando eram mais jovens, sobretudo pelas produções brasileiras. No entanto, já não possuem meios ou interesse em acompanhar as histórias que, para algumas, costumam ser “repetitivas” e “sem piada”.

		Sexo			
		Feminino		Masculino	
Frequência Telenovelas	Muito	77	30,1%	16	16,2%
	Bastante	39	15,2%	20	20,2%
	Pouco	43	16,8%	29	29,3%
	Nada	97	37,9%	34	34,3%
Entretenimento	Sim	210	82,7%	80	82,5%
	Não	44	17,3%	17	17,5%

Tabela 5 - Cruzamento entre frequência que assiste telenovelas e programas de entretenimento e o sexo dos/as respondentes. Tabela elaborada com suporte do software SPSS. Elaboração própria.

No Caderno de campo, encontramos o seguinte registo: “Uma senhora disse que quando ainda estava na sua casa, gostava de ver canais da televisão brasileira. Via o Rodrigo Faro (TV Record), o Jornal Nacional (TV Globo) e muitas telenovelas. Agora, como vive no lar, só tem acesso à televisão aberta e está limitada aos canais portugueses. Ainda assim, reza o terço todos os dias pela Canção Nova, canal católico do Brasil, o que também é comum a muitos outros lares e centros de dia que visitamos” (Caderno de campo, 07/06/2024).

De toda maneira, 30,1% das mulheres afirmaram que assistem “muito” e 15,2% disseram que veem “bastante” este tipo de programação. Entre os homens também surpreendeu o número de pessoas que afirmaram assistirem “muito” (16,2%) ou “bastante” (20,2%) a novelas. Se somarmos todas as repostas que indicam algum consumo de telenovelas, ou seja, as respostas “muito”, “bastante” e “pouco”, pode-se afirmar que 65,7% dos homens e 62,1% das mulheres veem novelas. Em outras palavras, há maior inclinação entre os homens para o consumo de telenovelas do que entre as mulheres.

Os programas de entretenimento, nomeadamente o “Preço Certo” e o “Joker”, exibidos pela RTP 1, detêm a audiência de mais de 82% entre mulheres e homens (Tabela 5). O apresentador Fernando Mendes (Preço Certo) foi muitas vezes referido pelos/as respondentes como uma das razões para se manterem ligados à televisão até a hora de dormir (ver Gráfico 1).

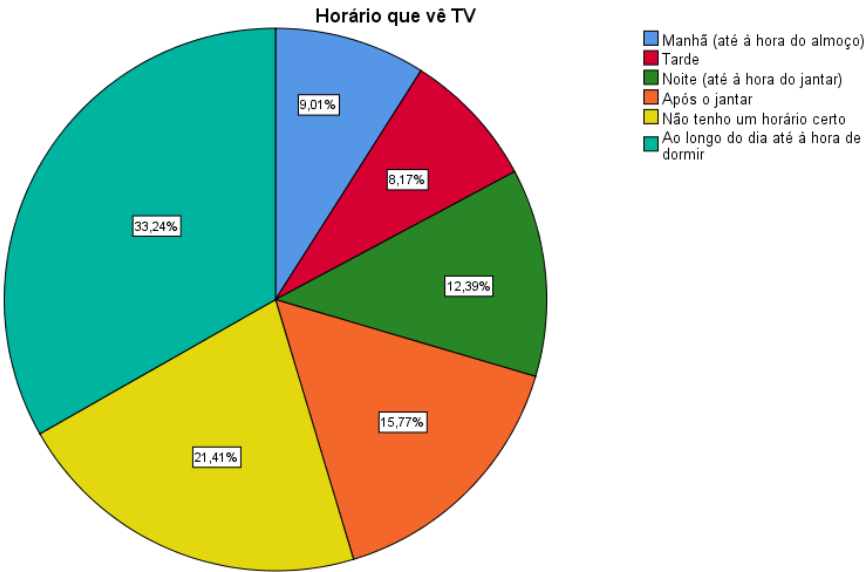


Gráfico 1 - Elaborado com o suporte do software SPSS. Elaboração própria.

Estes hábitos de consumo televisivo refletem-se nos media referidos como de consumo frequente. Os quatro primeiros meios mais vezes lembrados (ver Gráfico 2) são emissoras da Televisão portuguesa RTP 1, TVI, SIC

e CMTV e o canal Canção Nova, do Brasil. Em primeiro lugar, aparece a Rádio e Televisão de Portugal - RTP 1 com 244 respostas. Além de ser uma emissora pública e em sinal aberto, a RTP transmite os programas de entretenimento acima referidos e as missas dominicais, muitas vezes citadas pelos/as idosos/as.

Na segunda posição, com 115 respostas, aparece a TVI – canal privado de televisão também em sinal aberto. Assim como a RTP, esta emissora transmite a “Eucaristia Dominical”, além de telenovelas e programas de entretenimento ao longo do dia. Em seguida, foram mais referidas as emissoras SIC (111 respostas), CMTV (41 respostas) e Canção Nova (38 respostas). Apenas a partir da quarta posição, começam a aparecer outros tipos de suportes mediáticos, como impressos e emissoras de Rádio.



Gráfico 2 - Elaborado a partir de resposta aberta. Elaboração própria.

Durante a aplicação dos questionários e a partir dos dados obtidos, pode-se atribuir a maior referência aos canais portugueses em sinal aberto a alguns fatores, dentre os quais destacamos os constrangimentos econômicos que inviabilizam a diversificação do consumo mediático por parte dos/as idosos/as, individualmente ou por meio dos lares. Foi possível notar uma distinção entre os recursos disponíveis em Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) e instituições privadas.

Nas instituições privadas, as pessoas possuem maiores rendimentos ou mais suporte financeiro da família. Além disso, a estrutura desses lares permite, por exemplo, que algumas pessoas tenham quartos individuais com acesso à televisão e/ou outros media de uso pessoal, como jornais ou revistas. A visita a um lar privado deixou o seguinte registro no caderno de campo: “Muitos têm assinaturas de jornais e revistas. Uma senhora disse que comprou um computador, mas não conseguiu usar e deixou o equipamento de lado. Alguns têm tablet para fazer videochamadas com a família, mas outros não usam nem mesmo o telemóvel” (Caderno de campo 19/06/2024).

Já nas instituições com menos recursos, nota-se maior impessoalidade devido à prevalência de espaços e recursos de uso coletivo, já que em muitos destes locais há uma televisão a ser dividida entre todos/as os/as utentes. Esta observação coaduna com o estudo “*Transição e (In)Adaptação ao Lar de Idosos*”, realizado na região Norte de Portugal. Nele, Faria (2015) identificou que “o facto de ser permitido fazer-se acompanhar de objetos pessoais no ingresso no lar, ou dispor de um quarto individual, parece ter reduzido o nível de pressão do ambiente” (p. 441), pois favorece o exercício da individualidade.

Outra questão a ser destacada no que diz respeito às emissoras de televisão mais citadas tem a ver com a espiritualidade. Neste sentido, a Canção Nova – um serviço multiplataforma composto por site (<https://www.cancaonova.com/>) e transmissão da programação do canal brasileiro através da internet – surge como recurso adicional para a prática religiosa entre as pessoas que, por questões de praticidade ou mobilidade reduzida, acompanham o terço e as missas pela televisão.

Após a visita ao último lar visitado, ficou o seguinte registro: “Neste lar, a fé também se mostra presente. Os/as residentes veem as missas aos domingos pela RTP e pela Canção Nova. São pessoas com idades mais avançadas e que nem sempre têm interesse em saber o que se passa mundo afora. Minha sensação é que estão mais concentradas em viver a vida simples e tranquila do lar e buscam na fé o sentido para seus dias” (12/07/2024).

Por diferentes razões ou motivações, o consumo televisivo entre as pessoas de mais idade revela dimensões importantes sobre o envelhecimento. Assim como as pessoas vivem e envelhecem de maneiras diversas, as relações que estabelecem com os media em geral, e com a televisão em particular, são complexas e heterogêneas.

Considerações finais

Os dados acima discutidos, associados às observações realizadas durante a aplicação dos questionários, demonstram a necessidade de entendermos a velhice para além das determinações cronológicas e biológicas. Como uma construção social, a velhice não é claramente definida e pode ser reconhecida a partir de aspectos biológicos/comportamentais, econômicos e socioculturais (Kite et al., 1991; Siqueira et al., 2002).

Apesar de representar o processo gradual e multifacetado decorrente do prolongamento da vida, a velhice tem sido codificada socialmente a partir de apreciações homogêneas e predominantemente negativas. Em decorrência disso, a pessoa envelhecida tem sido vista como um “outro” (Beauvoir, 2018), ou seja, como uma identidade exteriorizada em que as pessoas não se reconhecem e que tem sua voz e sua vivência interditas nas representações disseminadas na ciência, na história e na sociedade (Siqueira et al, 2002).

Nos media, essas representações seguem a mesma direção. Obscurecem a heterogeneidade que caracteriza a velhice, silenciam e invisibilizam as pessoas idosas, limitando o conhecimento sobre o envelhecimento (Edström, 2018). Isso contribui para perpetuação dos estereótipos relacionados a esta fase da vida, inclusive, em bancos gratuitos de imagens (Cruceanu et al., 2023).

Estes preconceitos impõem limites à cidadania das pessoas idosas e trazem repercussões para a sua vida cotidiana. Alguns estudos já identificaram, por exemplo, que os estereótipos de idade podem influenciar as autopercepções do envelhecimento e, conseqüentemente, incidir sobre a vivência e a longevidade das pessoas envelhecidas (Levy et al., 2002). Outros estudos documentaram como o preconceito de idade subjacente ao desenvolvimento de novas tecnologias tem sido um fator de exclusão para as pessoas envelhecidas (Comunello et al., 2023; Rosales et al., 2023).

Na Covilhã, encontramos dissertações de mestrado apresentadas ao Programa de Psicologia Social e da Saúde da UBI que analisaram percepções sobre o preconceito de idade na cidade. Um trabalho identificou que “existe uma tendência para os profissionais de saúde apresentarem imagens negativas sobre o envelhecimento, tendo-se obtido mais resultados em imagens relativas a noções de tristeza, dependência e a imagem do processo de envelhecimento como uma fase difícil, associado a doenças” (Amaro, 2012, p. 53). Outro trabalho concluiu que a discriminação social decorrente da idade era mais recorrente entre pessoas em condições socioeconômicas mais vulneráveis, evidenciando o viés de classe do idadismo.

Por outro lado, a “descoberta” do potencial de consumo da população idosa tem suscitado a emergência de modelos positivos de envelhecimento. A partir de uma racionalidade neoliberal, a “terceira idade” passa a ser uma oportunidade empreendedora para desenvolver atividades antes incompatíveis com o trabalho remunerado e familiar, sobretudo, para as mulheres (Shimoni, 2023). No entanto, esta apropriação neoliberal codifica o envelhecimento a partir da sua reprivatização (Debert, 2003), ou seja, da “sua transformação em um problema de indivíduos negligentes que não se envolveram no consumo de bens e serviços capazes de retardar seus problemas” (p. 154).

É a partir desse enquadramento que olhamos para o envelhecimento e suas intersecções com os hábitos de consumo mediático. Por essa razão, percorremos o concelho da Covilhã em busca de respostas que traduzissem a

diversidade do envelhecer entre mulheres e homens que vivem em diferentes contextos e trazem repertórios muito particulares para reinterpretarem as maneiras como veem os media com os quais interagem.

Em cada lugar visitado, o trabalho de campo foi conduzido com objetivo de registrar a diversidade e a complexidade das vidas que gentilmente acolheram a investigação. Assim, estivemos atentos às armadilhas do idadismo e, a partir de uma escuta atenta, iniciamos os registros no caderno de campo para caracterizar os hábitos gerais de consumo mediático, sem transformar as pessoas em números.

Ao conjugar dados quantitativos e qualitativos, esperamos que este trabalho demonstre a necessidade de perceber a velhice além dos indicadores demográficos ou socioeconômicos de uma audiência com potencial consumidor para os media. Trata-se, em primeiro lugar, de reconhecer as vivências no envelhecimento de maneira plural e, como tal, (re)pensar a produção mediática para alargar a compreensão social sobre a velhice; e, em segundo lugar, garantir que todas as pessoas tenham acesso às informações e serviços de que precisam para atuar como cidadãos/ãs plenos/as.

Referências bibliográficas

- Amaro, R. (2012). *Avaliação da discriminação social de pessoas idosas na sub-região Cova da Beira* [Dissertação de mestrado]. Universidade da Beira Interior.
- Beauvoir, S. de. (2018). *A velhice*. Nova Fronteira.
- Brunsdon, C. (2000). *The feminist, the housewife, and the soap opera* (Oxford Press).
- Comunello, F., Mulargia, S., & Ieracitano, F. (2023). “Forever young?": Digital technology, ageism and the (non-)ideal user. In *Digital Ageism: How it operates and approaches to tackling it*.

- Cruceanu, G. L., Clemente-Belmonte, S., Herrero-Sanz, R., Ayala, A., Zorrilla-Muñoz, V., Agulló-Tomás, M. S., Martínez-Miguel, C., & Fernández-Mayoralas, G. (2023). Evaluation of Older People Digital Images: Representations from a Land, Gender and Anti-ageist Perspective. *Land*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/land12010018>
- Davis, R. H. (1971). Television and the older adult. *Journal of Broadcasting*, 15(2), 153–160. <https://doi.org/10.1080/08838157109363637>
- Debert, G. G. (2003). O velho na propaganda. *Cadernos Pagu*, 133–155.
- Deuze, M. (2017). Media life, media work. In *Televisão e novos meios* (pp. 17–37). Labcom.
- Edström, M. (2018). Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: a study of the representation of gender and age over three decades. *Feminist Media Studies*, 18(1), 77–93. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1409989>
- ERC. (2015). *Públicos e consumos de media - o consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países*. <https://www.erc.pt/pt/estudos/consumos-de-media/estudo-publicos-e-consumos-de-media/>
- Faria, C. G., & Carmo, M. P. (2015). Transição e (in)adaptação ao lar de idosos: Um estudo qualitativo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 31(4), 435–442. <https://doi.org/10.1590/0102-37722015042472435442>
- Geertz, C. (2008). *A interpretação das culturas*. LTC.
- Kite, M. E., Deaux, K., & Miele, M. (1991). Stereotypes of Young and Old: Does Age Outweigh Gender? In *Psychology and Aging* (Vol. 6, Issue 1).
- Levy, B. R., Slade, M. D., Kunkel, S. R., & Kasl, S. V. (2002). Longevity increased by positive self-perceptions of aging. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 83, Issue 2, pp. 261–270). <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.2.261>
- Lopes, H., Castro, J., Silva, N., & Ribeiro, V. (2014). *Dinâmicas populacionais e as desigualdades de acesso em saúde em Portugal Continental*.
- MacQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Fundação Calouste Gulbenkian.

- Mello, C. J., Lopes, L. F. G., & Cristóvão, A. F. A. C. (2023). Terras comunitárias em Portugal: entre o despovoamento e a perspetiva de desenvolvimento. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 130, 27–50. <https://doi.org/10.4000/rccs.14411>
- Morley, D., & Silverstone, R. (2002). Media audiences: Communication and context: Ethnographic perspectives on the media audience. In *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 149–162). Taylor & Francis e-Library.
- Rosales, A., Fernández-Ardèvol, M., & Svensson, J. (2023). Digital ageism in data societies. In *Digital Ageism: How it operates and approaches to tackling it*.
- Amaral, I., & Flores, A. M. (2023). Challenging gendered and ageing normative stereotypes on Instagram. In *Digital ageism in data societies* (pp. 1–17). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003323686-1>
- Shimoni, S. (2023). Happy and entrepreneurial within the “here and now”: the constitution of the neoliberal female ageing subject. *Feminist Media Studies*, 23(1), 344–359. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1979067>
- Siqueira, R. L. de, Botelho, M. I. V., & Coelho, F. M. G. (2002). A velhice- algumas considerações teóricas e conceituais. *Ciência & Saúde Coletiva*, 7(4), 899–906.
- Ylänne, Virpi. (2024). *Ageing and the media: international perspectives*. Policy Press.

JORNALISMO SOB ATAQUE: MISOGINIA E LIBERDADE DE IMPRENSA NA AMÉRICA LATINA

Haphisa Souza Mugnaini

/ LabCom – Universidade da Beira Interior (UBI)

Branco Di Fátima

/ LabCom – Universidade da Beira Interior (UBI)

Resumo: Este capítulo aborda a violência de género contra jornalistas mulheres e os seus impactos na liberdade de imprensa na América Latina. Com base em dados recentes de relatórios e estudos empírico, evidencia-se que estas profissionais enfrentam ataques frequentemente, os quais descredibilizam a sua atuação e afetam tanto a sua segurança pessoal como a sua saúde mental. As redes sociais criaram um caminho mais direto de ataque, contribuindo para a naturalização dos discursos de ódio contra jornalistas e veículos de comunicação. A análise revela que, além de prejudicar as vítimas, esses ataques de ódio comprometem o direito à informação, uma vez que fomentam a autocensura e enfraquecem o jornalismo enquanto instituição.

Palavras-Chave: Discursos de Ódio, Misoginia, Sexismo, Jornalismo, América Latina

Introdução

A violência de género contra jornalistas mulheres é um problema que ultrapassa experiências individuais, configurando-se como uma ameaça estrutural à liberdade de imprensa e aos valores democráticos na América Latina. Num contexto marcado pela polarização política, pela propagação de discursos de ódio e pela ampla

utilização das plataformas digitais, esses ataques têm-se tornado mais frequentes e complexos, afetando diretamente a segurança, a credibilidade e o bem-estar emocional destas profissionais.

Os ataques contra mulheres jornalistas vão além das críticas ao conteúdo das suas reportagens, incorporando elementos misóginos, sexistas e violentos que procuram deslegitimar a sua atuação profissional. As expressões de ódio apresentam frequentemente conotações de índole sexual, comentários degradantes sobre a aparência física ou insinuações que põem em causa a competência e a ética destas profissionais. Muitos desses ataques, perpetrados tanto no espaço físico como no digital, têm como objetivo final silenciar vozes femininas que desafiem narrativas hegemônicas, exponham práticas abusivas ou questionem grupos de poder. Essas práticas têm consequências graves para as jornalistas, incluindo a autocensura, a evasão de temas sensíveis e, em casos mais extremos, o abandono da profissão.

A ascensão das tecnologias digitais e das plataformas de redes sociais agravou essa problemática, tornando a disseminação de discursos de ódio mais rápida, ampla e, muitas vezes, anônima. Neste cenário, as jornalistas tornam-se alvos preferenciais, especialmente quando abordam temas como direitos humanos, igualdade de gênero e direitos reprodutivos. Esses ataques não são apenas uma violação dos direitos humanos, mas também uma estratégia deliberada para enfraquecer a liberdade de imprensa.

A partir de análise documental comparativa (Cellard, 2008) baseada nos dados empíricos, este capítulo explora de forma abrangente a violência de gênero contra jornalistas mulheres, destacando as suas implicações para a liberdade de imprensa e a democracia na América Latina. A análise assenta em dados de estudos recentes, relatórios de organizações de defesa da liberdade de expressão e investigações que evidenciam a gravidade do problema.

Por fim, o capítulo propõe uma reflexão sobre as medidas necessárias para a proteção de jornalistas mulheres e a necessidade de garantir um ambiente seguro e plural para o exercício do jornalismo. Entre as soluções discutidas,

destacam-se a criação de políticas públicas, o reforço das leis contra a violência de gênero, a responsabilização das plataformas digitais e a promoção de uma cultura de respeito e igualdade.

Discurso de ódio e liberdade de imprensa

Os discursos de ódio estão intrinsecamente ligados à origem da civilização humana, manifestando-se ao longo de diversos períodos históricos. Textos fundadores da Antiguidade Clássica já evidenciavam a presença de narrativas tóxicas dirigidas a diferentes etnicidades (O'Connor & Quirke, 2003; Konstan, 2007). No atual ecossistema mediático, os discursos de ódio adquiriram uma complexidade acrescida, exigindo conceptualizações contemporâneas. Um dos primeiros desafios reside na ausência de uma definição universalmente aceite para o discurso de ódio (Di Fátima, 2023; Marwick & Miller, 2014). Como consequência, coexistem múltiplas concepções para este fenómeno e as suas ramificações (Matamoros-Fernández & Farkas, 2021; Amores *et al.*, 2021).

As Nações Unidas (2019: 2) definem o discurso de ódio como “toda a forma de comunicação, seja verbal, escrita e comportamental, que ataque ou utilize uma linguagem pejorativa ou discriminatória em relação a uma pessoa ou a um grupo com base na sua identidade”. Os ataques tendem a ter como alvo a nacionalidade, a raça, a cor da pele, a ascendência, a religião, a orientação sexual, o gênero, etc. Este tipo de comportamento violento pode fomentar a intolerância, a divisão, a humilhação, a violência física e a fragmentação do tecido social, afetando diversas áreas da existência humana (Ordóñez-Maldonado *et al.*, 2023; Amores *et al.*, 2021).

Os veículos de comunicação e os jornalistas são também alvo de ataques de ódio, especialmente quando os seus princípios e a sua linha editorial contrastam com a visão de mundo dos detratores (Sarikakis *et al.*, 2021). A violência simbólica – que pode evoluir para violência física e, até, servir de base para apelos ao genocídio (Ndahinda & Mugabe, 2022) – entra em conflito com garantias civis e políticas fundamentais, como o direito à vida, a

igualdade, a liberdade de imprensa e a segurança pessoal. Assim, o discurso de ódio não só prejudica a vítima do ataque, mas também a sociedade em geral (Matamoros-Fernández & Farkas, 2021), sobretudo quando princípios do jornalismo são colocados à prova (Traquina, 2002).

Um dos principais dilemas na luta contra os discursos de ódio é que os seus propagadores recorrem a subterfúgios para disfarçar os ataques, como o humor, a ironia e os símbolos de subculturas (Schwarzenegger & Wagner, 2018; Warner & Hirschberg, 2012). Quando confrontados com o seu comportamento agressivo, os autores desses atos costumam defender-se, alegando que estão a exercer a sua liberdade de expressão (Munoriyarwa, 2023).

Os odiadores também argumentam ter o direito de manifestar as suas crenças e valores (Cuenca, 2012), mesmo quando colocam em causa direitos fundamentais. Por essa razão, combater estas narrativas violentas não é apenas um exercício legislativo, baseado na adoção de penas cada vez mais severas (Munoriyarwa, 2023). No plano jurídico, os códigos penais de vários países já reconhecem o discurso de ódio como um crime contra a dignidade humana (Di Fátima, 2023; Brugger, 2007), o que não significa a sua eliminação da esfera pública.

A rápida democratização das tecnologias digitais tem trazido desafios para o combate aos discursos de ódio. Para além de ser uma ferramenta poderosa na produção e difusão de narrativas (Jenkins, 2013), a internet funciona como uma estrutura que fomenta espaços onde as crenças, identidades e valores são reafirmados (Newson, 2017; Castells, 2007). Estudos recentes sublinham que os discursos de ódio online, especialmente nas plataformas de redes sociais, se tornam cada vez mais difíceis de detetar, mitigar e avaliar em termos do seu impacto (Di Fátima, 2024; Amores *et al.*, 2021; Matamoros-Fernández & Farkas, 2021).

Essas narrativas violentas podem surgir de arroubos emocionais momentâneos ou ser orquestradas por grupos especializados na propagação do ódio. Atualmente, existem inúmeros grupos no *WhatsApp* e páginas no *Facebook* dedicados a desacreditar a imprensa e a atacar jornalistas, por exemplo

(Malini *et al.*, 2024). Para além de servirem para a difusão de mensagens tóxicas, as plataformas são também utilizadas para recrutar membros para comunidades transnacionais de supremacistas brancos, movimentos anti-imigração e sexistas, que dificilmente teriam o mesmo alcance e poder de persuasão sem a internet (Brown, 2018).

No ecossistema digital, os discursos de ódio são frequentemente direcionados aos veículos de comunicação e aos seus profissionais, com especial ênfase nas mulheres jornalistas (Flores Ramírez, 2024; Tsene, 2023; Ramos, 2022; Edström, 2016). Esses ataques, muitas vezes sexistas e misóginos, geram pelo menos dois efeitos (Di Fátima & Mugnaini, 2024). Por um lado, afetam as mulheres, suscitando preocupações com a sua segurança pessoal, a proteção dos seus familiares e a estabilidade emocional no ambiente de trabalho. Por outro, impactam a sociedade, enfraquecendo os espaços democráticos de deliberação e a liberdade de imprensa, já que uma parte significativa desses profissionais vê comprometido o seu dever de informar.

Neste ponto, verifica-se uma relação entre os discursos de ódio e os processos de desinformação (Young *et al.*, 2018). De modo geral, a desinformação fornece a base para os discursos de ódio, sobretudo em contextos de profunda polarização política, nos quais se intensificam os ataques de ódio (Edenborg, 2018). Quando dirigida a minorias sociais, contribui para a estigmatização de grupos já marginalizados. Quando tem como alvo os media e os jornalistas, ameaça um dos pilares da democracia representativa.

Ataques a jornalistas na América Latina

O notório crescimento da extrema-direita na América Latina levou, nos últimos anos, ao consequente questionamento da credibilidade jornalística por uma parcela da população. Desinformação, desmoralização e até mesmo ataques pessoais fizeram com que muitos cidadãos perdessem a confiança nos jornalistas e passassem a ver os media como inimigos da verdade – não exatamente pelo que noticiam, mas pelo que deixam de noticiar ou até mesmo por desmentirem informações de interesse de grupos extremistas. Uma

das principais estratégias políticas desses grupos consiste em distorcer dados e factos para construir uma narrativa na qual se apresentam como heróis a enfrentar vilões, com o objetivo de salvar a pátria dos inimigos da nação.

Nesse contexto, as notícias começam a ser questionadas, e os media passam a ser alvo de ataques, sendo vistos como propagadores de mentiras. Isso afeta diretamente a liberdade de imprensa, a ponto de impedir jornalistas de realizarem coberturas, inclusive com ameaças de agressão física. Os dados são especialmente preocupantes na América Latina. A rede Voces del Sur (2021) registou 3.930 ataques em 14 países da região em um ano. Em comparação com 2020, os alertas de ataque subiram notavelmente em oito dos países para os quais existem dados comparativos.

Ao analisarmos os dados sobre ataques a jornalistas mulheres, percebe-se que esses ataques não se limitam a desacreditizar a notícia, mas também a pôr em causa a moral das profissionais da imprensa, visando minar a credibilidade das informações. É aqui que se tornam evidentes os ataques misóginos de teor sexualizado. Para compreender melhor o panorama na América Latina, foram utilizados relatórios dos últimos anos, que fornecem dados consistentes sobre a violência de género e como ela ameaça a liberdade de imprensa nos países.

Os dados apresentados no relatório *Ser periodista en Twitter* (Cuellar & Chaher, 2020), com base num estudo realizado entre 2019 e 2020, mostram que os ataques contra jornalistas mulheres utilizam, com maior frequência, expressões discriminatórias de género, além de agressões de conotação sexual. O relatório revela que 10,0% das entrevistadas viram a sua capacidade intelectual posta em dúvida, 20,0% foram ofendidas com expressões sexistas e mais de 30,0% sofreram ofensas relacionadas à sua aparência física. Observou-se ainda que os ataques eram coordenados, sem o uso de *bots*, e surgiram após a divulgação de notícias críticas contra grupos de poder.

A rede Voces del Sur, que monitora a violência contra a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa e o direito à informação, utiliza 14 indicadores

para avaliar a violência contra jornalistas. Dentre estes, destaca-se o alerta transversal de gênero, que verifica se o motivo por trás do ataque está relacionado com a identidade de gênero e/ou a orientação sexual da vítima. Os dados da Voces del Sur, apresentados no relatório sombra de 2023, revelam 128 alertas de violência de gênero na América Latina e nove casos de violência sexual.

O relatório indica que os ataques se concentram na aparência física, orientação sexual ou identidade de gênero das jornalistas, e que as ameaças não se limitam a estas, mas também se dirigem aos seus familiares e laços afetivos. Registaram-se igualmente ataques a jornalistas que denunciaram ou investigaram violência de gênero ou direitos reprodutivos. Um caso notável é o da jornalista argentina Luciana Peker, que decidiu mudar-se para outro país devido às ameaças que recebeu.

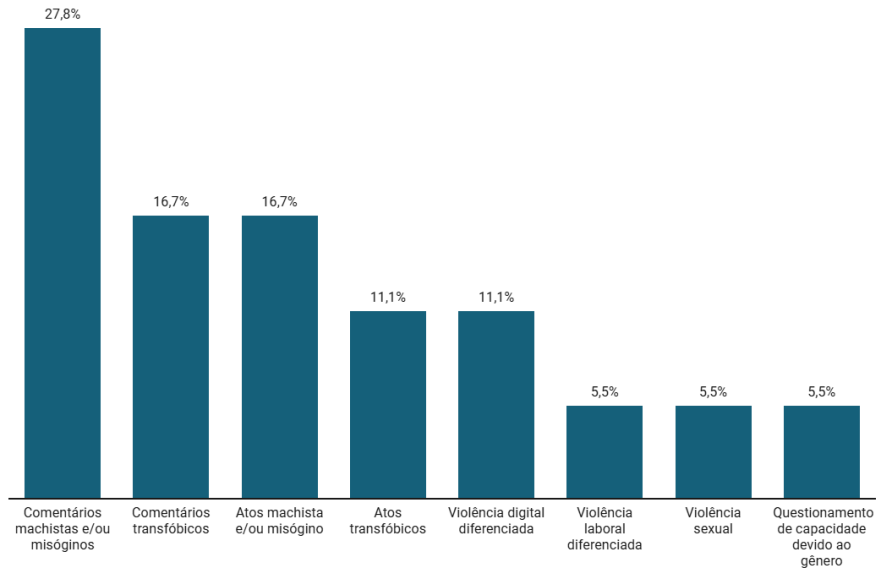
Ao analisar os ataques contra jornalistas, Álvares (2017) destaca a importância da imagem nas redes sociais. Por essa razão, é frequente que a aparência e o corpo dessas profissionais se tornem alvo de críticas. Outra consequência é o impacto na saúde mental, uma vez que essas narrativas violentas provocam stress, ansiedade e reduzem a satisfação no trabalho (Tsandzana, 2024).

Já o relatório *Silenciando o Mensageiro*, da ABRAJI – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (2023), revela que 52,1% dos alertas e episódios de violência contra jornalistas ocorreram justamente no ambiente digital. O anonimato proporcionado pela infraestrutura virtual e a automatização dos ataques por meio de bots facilitam a disseminação da violência, dificultando a punição dos agressores (*Reporters Without Borders*, 2018). Este tipo de violência caracteriza-se por discursos estigmatizantes, cujo objetivo é desacreditar e silenciar o trabalho dos jornalistas. O relatório da ABRAJI apresenta uma categorização da violência de gênero, destacando-se, entre os ataques mais frequentes, comentários machistas, misóginos e transfóbicos (Figura 1).

Figura 1. Formas de violência de gênero no Brasil

Formas de violência de gênero

Subcategorias registradas em 2023



Fonte: ABRAJI (2023)

O relatório *Situación de las Trabajadoras de Prensa en América Latina y el Caribe* (Lo, TCO & Saco Global, 2024) apresenta dados sobre outros tipos de assédio enfrentados por jornalistas, incluindo aqueles perpetrados por colegas de trabalho do sexo masculino. Cerca de 59,0% das entrevistadas afirmaram ter sido vítimas de assédio por parte de chefes ou de colegas homens, enquanto mais de 38,0% relataram ter sofrido agressões e ameaças online ou em plataformas de redes sociais, associadas ao seu gênero e à sua profissão.

O relatório *O impacto da desinformação e da violência política na internet contra jornalistas, comunicadoras e LGBTQ+* (Leão, 2022) revela que 42,0% das mulheres sofreram violência online devido à sua profissão, e que, para 53,0%, a violência impactou a sua rotina laboral. Além disso, 36,6% das entrevistadas afirmaram que a violência sofrida gerou novos ataques, perpetuando, assim, o ciclo de agressões. O relatório destacou também os

impactos desses ataques nas fontes jornalísticas: 8,4% das entrevistadas referiram sentir medo ou receio de recorrer a algumas fontes, enquanto 3,3% relataram ter recebido negativas, evidenciando a quebra de confiança entre as partes.

Considerações finais

O avanço da extrema-direita na América Latina nos últimos anos tem levado a um crescente questionamento da credibilidade do jornalismo por parte de uma parcela da sociedade. A propagação de desinformação, as tentativas de desmoralização e até os ataques pessoais contribuíram para a perda de confiança nos jornalistas. A partir da análise de dados consolidados sobre a violência de gênero, tornou-se possível compreender, de forma mais concreta, como esses ataques afetam não apenas a liberdade individual, mas também a liberdade de imprensa, ao comprometer a credibilidade profissional. O fácil acesso às vítimas, proporcionado pela internet e, sobretudo, pelas redes sociais, aliado à ausência de leis eficazes, gera um sentimento de impunidade e encoraja os agressores.

As redes sociais criaram um caminho mais direto de ataque, contribuindo para a naturalização dos discursos de ódio contra jornalistas e veículos de comunicação. Este efeito é ainda mais grave quando o alvo é uma mulher jornalista, especialmente ao cobrir áreas como o desporto ou a política. Consideradas por muitos como predominantemente masculinas, tais áreas são espaços onde as mulheres encontram resistência à sua presença na cobertura jornalística. Os diversos relatórios analisados neste estudo indicam que as jornalistas são alvo de ataques mais direcionados ao abordarem esses temas, enfrentando linguagem sexista e a perpetuação de estereótipos.

Ataques contra mulheres jornalistas são frequentemente usados como estratégias políticas, por grupos de extrema-direita, para ofender, desmoralizar e desacreditar essas profissionais. As narrativas de ódio funcionam de forma coordenada num processo de desinformação e de manipulação, com o objetivo de distorcer contextos e de confundir a sociedade. O impacto

desse ciclo de violência é evidenciado no relatório *Ser periodista en Twitter* (Cuellar & Chaher, 2020), que revela que 68,0% das entrevistadas sentiram o seu direito à liberdade de expressão prejudicado devido aos ataques. Os efeitos dessa violência ainda variam desde a autocensura até à perda de credibilidade, podendo, em alguns casos, levar ao silenciamento da jornalista.

Referências

- ABRAJI – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (2023). *Silenciando o mensageiro: Os impactos da violência política contra jornalistas no Brasil*. ABRAJI. <https://www.abraji.org.br/publicacoes/silenciando-o-mensageiro-os-impactos-da-violencia-politica-contrajornalistas-no-brasil>
- Álvares, C. (2017). Pós-feminismo, misoginia online e a despolitização do privado. *Media & Jornalismo*, 17(30), 99-110. https://doi.org/10.14195/2183-5462_30_7
- Amores, J. J., Blanco-Herrero, D., Sánchez-Holgado, P., & Frías-Vázquez, M. (2021). Detectando el odio ideológico en Twitter: Desarrollo y evaluación de un detector de discurso de odio por ideología política en tuits en español. *Cuadernos.info*, 49(2021), 98-124. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27817>
- Brown, A. (2018). What is so special about online (as compared to offline) hate speech? *Ethnicities*, 18(3), 297-326. <https://doi.org/10.1177/1468796817709846>
- Brugger, W. (2007). Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano. *Direito Público*, 15, 117-136.
- Castells, M. (2007). *A sociedade em rede. A era da informação: Economia, sociedade e cultura*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cellard, A. (2008). *A análise documental*. In J. Poupart, J.-P. Deslauriers, L. H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, & A. P. Pires (Eds.), *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Vozes.

- Cuellar, L. & Chaher, S. (2020). *Ser periodista en Twitter: Violencia de género digital en América Latina*. Asociación Civil Comunicación para la Igualdad. <https://comunicarigualdad.com.ar/periodista-en-twitter/>
- Cuenca, A. G. (2012). Evolución jurisprudencial de la protección ante el discurso del odio en España en la última década. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, 26, 310-340.
- Di Fátima, B. & Mugnaini, H. S. (2024). ¿Cuándo molesta el poder de informar? Discursos de odio contra mujeres periodistas. *Enfoques de la Comunicación*, (12), 449-478. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/213>
- Di Fátima, B. (2023). *Hate speech on social media: A global approach*. LabCom Books & EdiPUCE.
- Di Fátima, B. (2024). *Methods, techniques and ai solutions in the age of hostilities*. Online Hate Speech Trilogy (Vol III). LabCom Books & Editorial Universidad Icesi.
- Edenborg, E. (2018). Homophobia as geopolitics: “Traditional values” and the negotiation of Russia’s place in the world. In J. Mulholland, N. Montagna, & E. Sanders-McDonagh (Eds.), *Gendering nationalism: Intersections of nation, gender and sexuality* (pp. 67-87). Springer.
- Edström, M. (2016). The trolls disappear in the light: Swedish experiences of mediated sexualised hate speech in the aftermath of Behring Breivik. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 5(2), 96-106. <http://dx.doi.org/10.5204/ijcjsd.v5i2.314>
- Flores Ramírez, D. J. (2024). Desafíos y resistencia: la realidad de mujeres periodistas y defensoras de derechos humanos en México. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (11), 288–311. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/156>
- Jenkins, H. (2013). *Cultura da convergência*. Aleph.
- Konstan, D. (2007). Anger, hatred, and genocide in Ancient Greece. *Common Knowledge*, 13(1), 170-187. <http://dx.doi.org/10.1215/0961754X-2006-045>

- Leão, N. (2022). O impacto da desinformação e da violência política na internet contra jornalistas, comunicadoras e LGBTQ+. Gênero e Número/Repórteres Sem Fronteiras. https://rsf.org/sites/default/files/pesquisadesinformacao_rs_f_relatorio_final.pdf
- Lo, TCO & Saco Global. (2024). *Situacion de las trabajadoras de prensa en América latina y el Caribe 2023*. Union to Union. <https://fiplatina.press/pdfs/informe-regional-situacion-de-las-trabajadoras-de-prensa-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>
- Malini, F., Oliveira, J. N., & Moura, G. H C. (2024). Mapping the hate speech on Twitter: Political attacks on journalist Patrícia Campos Mello. In B. Di Fátima (Ed.), *Methods, techniques and ai solutions in the age of hostilities* (pp. 135-164). Online Hate Speech Trilogy (Vol III). LabCom Books & Editorial Universidad Icesi.
- Marwick, A. E. & Miller, R. W. (2014). *Online harassment, defamation, and hateful speech: A primer of the legal landscape*. Report (10 June). Fordham Center on Law and Information Policy. <https://ssrn.com/abstract=2447904>
- Matamoros-Fernández, A. & Farkas, J. (2021). Racism, hate speech, and social media: A systematic review and critique. *Television and New Media*, 22(2), 205-224. <https://doi.org/10.1177/1527476420982230>
- Munoriyarwa, A. (2023). Mapping social media hate speech regulations in Southern Africa: A regional comparative analysis. In B. Di Fátima (Ed.), *Hate speech on social media: A global approach* (pp. 203-226). LabCom Books & EdiPUCE.
- Nações Unidas. (2019). *United Nations strategy and plan of action on hate speech*. <https://shre.ink/cyXw>
- Ndahinda, F. M. & Mugabe, A. S. (2022). Streaming hate: Exploring the harm of anti-banyamulenge and anti-Tutsi hate speech on Congolese social media. *Journal of Genocide Research*, 26(1), 48-72. <https://doi.org/10.1080/14623528.2022.2078578>
- Newson, M. (2017). Football, fan violence, and identity fusion. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(4), 431-444. <https://doi.org/10.1177/1012690217731293>

- O'Connor, D. & Quirke, S. (2003). *Mysterious lands*. UCL Press.
- Ordóñez-Maldonado, A. F., Espinoza-Jiménez, F. L., & Vizuite-Campaña, C. W. (2023). Libertad de expresión, discurso de odio y violencia política de género en procesos electorales. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (10), 249–296. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/133>
- Ramos, D. O. (2022). Origens da misoginia online e a violência digital direcionada a jornalistas mulheres. *RuMoRes*, 16(32), 39-57. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2022.202081>
- Rego, R. (2018). Changing forms and platforms of misogyny: Sexual harassment of women journalists on twitter. *Media Watch*, 9(3), 472-485. <https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i3/49480>
- Reporters Without Borders. (2018). *Online harassment of journalists: attack of the trolls*. https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf
- Sarikakis, K., Kassa, B. E., Fenz, N., Goldschmitt, S., Kasser, J., & Nowotarski, L. (2021). “My haters and I”: Personal and political responses to hate speech against female journalists in Austria. *Feminist Media Studies*, 23(1), 67-82. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1979068>
- Schwarzenegger, C. & Wagner, A. J. (2018). Can it be hate if it is fun? Discursive ensembles of hatred and laughter in extreme right satire on Facebook. *Studies in Communication and Media*, 7(4), 473-498. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-4-473>
- Traquina, N. (2002). *O que é jornalismo*. Quimera.
- Tsanzana, D. (2024). Being a woman-journalist in a polarized context in mozambique. In L. Tshuma, T. Matsilele, M. Msimanga, S. Jamil (Eds), *Patterns of harassment in African journalism* (pp. 28-48). Routledge.
- Tsene, L. (2023). Clipping: Hate speech in social media against female sports journalists in Greece. In B. Di Fátima (Ed.), *Hate speech on social media: A global approach* (pp. 185-202). LabCom Books & EdiPUCE.

- Voces del Sur. (2021). *Os efeitos diferenciados da violência contra a imprensa: Relatório Sombra sobre a implementação da ODS 16.10.1 na América Latina*. Rede Voces del Sur. <https://vocesdelsurunidas.org/wp-content/uploads/2022/11/RELATOIRIO-SOMBRA-2021.pdf>
- Warner, W. & Hirschberg, J. (2012). Detecting hate speech on the World Wide Web. *Proceedings of the Second Workshop on Language in Social Media* (pp. 19-26). Association for Computational Linguistics.
- Young, J., Swamy, P. A., & Danks, D. (2018). *Beyond AI: Responses to hate speech and disinformation*. Carnegie Mellon University.

PODE O JORNALISTA 'DAR VOZ A QUEM NÃO TEM'? UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS TENTATIVAS DO JORNALISMO DE REPRESENTAR O OUTRO

Gustavo Ramos Schwabe¹

Resumo: De acordo com o Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais dos Estados Unidos, jornalistas devem 'dar voz a quem não tem' (give voice to the voiceless). Mas a própria instituição reconhece que muitos de seus membros defendem a retirada dessa expressão do código. Por isso neste artigo a afirmação vira questionamento: será possível 'dar voz a quem não tem'? Através de uma revisão não sistemática de literatura, passando por obras como *O Espectador Emancipado*, de Jacques Rancière; *Orientalismo*, de Edward Said; e *Pode a Subalterna Tomar a Palavra?*, de Gayatri Spivak, buscam-se reflexões através de um olhar multidisciplinar sobre conceitos como objetividade jornalística, desordem informativa e representação. Além disso, a Análise Crítica do Discurso de duas reportagens sobre o mesmo tema mostra como o jornalismo pode reforçar ou desafiar representações existentes. O resultado revela como o olhar que se tem do 'Outro' influencia o conteúdo, tornando o ato de 'dar voz' mera reprodução de discursos hegemônicos através do fenômeno que será chamado de 'ventriloquismo jornalístico'.

Abstract: According to the Code of Ethics of the Society of Professional Journalists in the United States, journalists should "give voice to the voiceless." However, the institution itself acknowledges that many of its members advocate for the removal of this phrase from the code. This article, therefore, turns this statement into a question: is it truly possible to "give voice to the voiceless"? Through a non-systematic

literature review, drawing on works such as *The Emancipated Spectator* by Jacques Rancière; *Orientalism* by Edward Said; and *Can the Subaltern Speak?* by Gayatri Spivak, the article seeks reflections from a multidisciplinary perspective on concepts like journalistic objectivity, informational disorder, and representation. Additionally, a Critical Discourse Analysis of two reports on the same topic reveals how journalism can either reinforce or challenge existing representations. The results highlight how perspectives on the “Other” influence content, turning the act of “giving voice” into a mere reproduction of hegemonic discourses through what will be referred to as “journalistic ventriloquism.”

Key words: Disorder, Journalism, Objectivity, Representation, Ventriloquism, Voiceless

Introdução

“Eu não vejo muitas pessoas como eu no noticiário, mas estou muito feliz com isso. Eu não confio nas notícias que tentam contar nossas histórias.”²

A busca por uma resposta para a questão levantada neste artigo – se é possível ao jornalismo ‘dar voz a quem não tem’ – passa necessariamente pela análise de um contexto complexo onde os desafios se acumulam para quem exerce a profissão. A preocupação com desinformação cresce a cada dia (Greifeneder et al., 2021); aumenta o número de pessoas que evitam as notícias (Coster, 2021) e cresce também o distanciamento dos jornalistas com o público (Nelson & Lewis, 2023). A consequência é uma redução da credibilidade jornalística junto ao público. Este ano o nível de confiança nos veículos de comunicação atingiu o nível mais baixo nos Estados Unidos desde que essa pesquisa começou a ser feita, há mais de 50 anos: apenas 31% dos adultos dizem hoje confiar na mídia, enquanto 69% possuem algum nível de desconfiança.³ É possível afirmar que ao menos parte dessa erosão

2. Entrevista dada por uma mulher muçulmana em 2020 ao projeto *Change the Story*, na Inglaterra (Hamada & Livingston, 2020).

3. Fonte: Gallup, 2024. <https://news.gallup.com/poll/651977/americans-trust-media-remains-trend-low.aspx>

na credibilidade vem sendo provocada por falhas na própria execução da atividade jornalística, gerando vácuos de representação junto a segmentos historicamente silenciados. Quase dois terços dos adultos negros nos EUA (63%) dizem que as notícias que costumam ver ou ouvir sobre pessoas negras são mais negativas do que as notícias sobre pessoas de outros grupos raciais.⁴ Como escreveu Fürsich (2002), a posição tradicionalmente segura e privilegiada dos jornalistas no discurso público tornou-se cada vez mais vulnerável, por isso hoje “os jornalistas precisam adotar novas rotinas profissionais para desarmar a complexa situação de representar os outros.”⁵

O maior obstáculo a esse objetivo de ‘representar o Outro’ vem do fato de que as redações jornalísticas, ainda majoritariamente brancas, heterossexuais e masculinas, estão muito longe de refletirem toda a diversidade social (Folha de SP, 2021 ; WMC, 2020). Sendo a mídia de massa um local decisivo onde o conhecimento sobre o Outro é construído (Fürsich, 2002), a ausência de representantes autênticos dessa diversidade torna muitas vezes o discurso jornalístico um instrumento de produção de estereótipos, definidos por Hall (2016) como a redução do ‘Outro’ a umas poucas características simplificadas. Os estereótipos “se apossam das poucas características simples, facilmente compreendidas e amplamente reconhecidas sobre uma pessoa; tudo sobre ela é reduzido a esses traços que são, depois, exagerados e simplificados. A estereotipagem reduz, essencializa, naturaliza e fixa a diferença” (Hall, 2016, p. 191). Um exemplo desse processo de representação estereotipada, ainda de acordo com Hall, pode ser vista na “contínua demonização” da população negra presente na cobertura jornalística sobre crimes e desordem. Falhas de representação que não se restringem à população negra e que acabaram gerando recentemente cobertura e reconhecimento dos próprios jornalistas: “perpetuamos

4. Fonte: Pew Research Center, 2023. <https://www.pewresearch.org/journalism/2023/09/26/views-on-how-black-people-are-covered-in-the-news/>

5. Essa e as demais em tradução livre.

estereótipos. Não nos esforçamos pra entender as pessoas sobre as quais escrevemos. Deixamos essa cegueira guiar nossas palavras”.⁶

Incluída nesse processo de representação está a crença defendida por muitos jornalistas de que, dentro do principal objetivo jornalístico de “buscar a verdade” (Kovach & Rosenstiel, 2001), está a missão de “dar voz a quem não tem voz” (SPJ, 2014). Essa divisão de poder – entre o jornalista que escolhe e o público que é escolhido – gera desequilíbrios cada vez mais baseados na produção e circulação de informações (Mellucci, 1996). Ainda segundo Melucci, a solução para equilibrar essa correlação de forças precisa passar necessariamente pela “construção de uma arena suficientemente aberta de espaços públicos, onde a natureza conflitante das questões sociais possa ser expressa” (p. 176). Sem tal espaço, o esforço de ‘dar voz a quem não tem’, ainda que bem intencionado, pode acabar gerando o fenômeno que aqui irá ser tratado como ‘ventriloquismo jornalístico’.

Num momento em que os próprios jornalistas divergem entre si sobre os rumos da profissão (Zahay et al., 2021), diversificando estratégias para reconquistar a confiança de um público cada vez mais distante (Moon et al., 2023 ; Wenzel et al., 2018), as discussões trazidas neste artigo ganham relevância pois envolvem a análise multidisciplinar de temas inerentes à profissão: objetividade jornalística, desordem informativa e a (in)capacidade de representar o Outro. Espera-se, assim, contribuir para o que Couldry (2019) denominou de “poder imaginativo da mídia”, ao integrar reflexões multidisciplinares que possam inspirar a busca por novas estratégias de relatar o Outro, indo além de simples ventriloquismo.

Os Limites da Objetividade

A indústria jornalística tem um histórico de coberturas enviesadas por gênero, mas nem as frequentes falhas na representação desses públicos impediram que notícias “produzidas principalmente por jornalistas brancos,

6. Coluna escrita em 2021 no jornal LA Times sobre falhas na cobertura de populações de pessoas transgêneres. [https:// www.latimes.com/california/newsletter/2021-07-08/gwen-araujo-transgender-essential-california](https://www.latimes.com/california/newsletter/2021-07-08/gwen-araujo-transgender-essential-california)

focadas principalmente em comunidades brancas e direcionadas principalmente ao público branco” fossem rotuladas como ‘jornalismo profissional’ (Alamo-Pastrana & Hoynes, 2020). O que nos permite questionar: como uma indústria que supostamente valoriza a “objetividade” pode produzir resultados tão desiguais em tópicos tão importantes?

Uma ‘situação objetiva’ é definida como “a situação que existe na compreensão de algum ser onisciente hipotético” (Marrin, 2020). Esse conceito migrou para o jornalismo nos anos 20 com o objetivo de eliminar os vieses muitas vezes inconscientes dos jornalistas, levando para a profissão “um método consistente de testar informações – uma abordagem transparente às evidências – precisamente para que os vieses pessoais e culturais não prejudicassem a precisão de seu trabalho” (Kovach & Rosenstiel, 2007). No conceito original, portanto, a objetividade estava no método de produção, não no jornalista. Com o passar dos anos, entretanto, o conceito se alterou até se tornar praticamente um sinônimo de neutralidade e imparcialidade – aquilo que Rosen (2010) chamou de *View from Nowhere*, uma postura que “frequentemente coloca o jornalista entre extremos polarizados e chama essa posição de imparcial”.

Foi a partir da adesão a esse conceito atualizado que o jornalismo passou a legitimar “uma linguagem que, pontuada por números e dados estatísticos, visa ao esforço de apagamento, tanto quanto possível, de marcas de enunciação” (Resende, 2011). Para os defensores dessa objetividade, o jornalismo se torna mero espelho capaz de refletir fatos sem influência do indivíduo. Tal visão ignora, ainda conforme Resende, (2011), que os fatos não falam por si: “é na narração que, a partir de um jogo de forças, o compartilhamento é (e não é) potencializado, ao mesmo tempo em que é (ou não) viabilizado o propósito da comunicação.”

Além de ignorar a dimensão pragmática do discurso jornalístico, imaginar que tal discurso pode ser separado da subjetividade do jornalista significaria ignorar ainda todas as intencionalidades inerentes a ele, algo que Ricoeur, (2005), chamou de ‘intenção desejante’: um jogo de linguagem que só se realiza porque quem fala “tem a intenção de que o outro saiba que ele

tem a intenção”. Dessa forma, aquilo que a defesa de um jornalismo focado nesse conceito de objetividade/ neutralidade acaba gerando não é a eliminação da subjetividade na produção de notícias, mas sim um distanciamento profissional que acaba excluindo vozes minoritárias:

O discurso da distância profissional claramente contrasta fortemente com a retórica da inclusão (em relação a diversas mídias e minorias). Uma sensibilidade multicultural desafia a objetividade como é comumente entendida, e supostamente oferece uma maneira de sair do paradigma binário de “obter os dois lados da história” em favor de uma leitura mais complexa dos eventos. (Deuze, 2005)

Robinson & Culver, (2019), também perceberam que quando repórteres brancos cobrem questões envolvendo raça, eles recorrem a práticas tradicionais e passivas de objetividade, como priorizar fontes oficiais e se manter afastados das comunidades, transformando a busca por objetividade numa “muleta para o *status quo*”. Além disso, a própria seleção das fontes e enquadramento (*framing*) das notícias já envolve um inevitável ponto vista. Há exemplos na literatura que mostram que esse processo nunca é neutro: de acordo com Horsti (2016), que analisou a cobertura da BBC sobre refugiados, diferentes formas de enquadramento podem tanto gerar compaixão quanto legitimar aumento de vigilância e deportações. Os meios de comunicação participam desse processo através “da mobilização de estratégias neoliberais de governança em termos de enquadramento de histórias e seleção de conteúdo” (Andrejevic, 2008, p. 7). E como disseram Kovach & Rosenstiel, (2007), envolver esse ponto de vista numa voz neutra para fazê-la parecer objetiva nada mais é do que uma forma de enganar o público.

Mas sem objetividade, o que entra no lugar? As críticas ao jornalismo ‘neutro e imparcial’ foram diretamente acompanhadas pelo surgimento de novos valores como possíveis substitutos ao conceito de objetividade, como engajamento (Zahay et al., 2021) e reciprocidade (Lewis et al., 2014). Mas se tais alternativas buscam suprir as lacunas geradas pelo conceito de objetividade, por si só não são suficientes para lidar com o desafio de representar segmentos da sociedade que diferem do padrão homem-branco-heterossexual

dominante nas redações (Folha de SP, 2021 ; WMC, 2020). É por isso que, conforme Said, (2021, p. 33), dentro de um contexto cultural o discurso “que costuma circular não é ‘verdade’, mas representação” construída por uma elite hegemônica.

Hegemonia, Representação e Estereotipagem:

Partindo do conceito de Hall, (2016), hegemonia é uma forma de poder baseada na “liderança de um grupo em muitos campos de atividade de uma só vez, para que sua ascendência obrigue o consentimento generalizado e pareça natural e inevitável.” Nesse sentido é possível afirmar que o discurso jornalístico é hoje um discurso hegemônico que naturaliza a figura do homem-branco-heterossexual como norma diante de toda alteridade – o ‘Outro’ – e, portanto, detentor natural do ‘poder’:

Muitas vezes, pensamos no poder em termos de restrição ou coerção física direta, contudo, também falamos, por exemplo, do poder na representação; poder de marcar, atribuir e classificar; do poder simbólico; do poder da expulsão ritualizada. O poder, ao que parece, tem que ser entendido aqui não apenas em termos de exploração econômica e coerção física, mas também em termos simbólicos ou culturais mais amplos, incluindo o poder de representar alguém ou alguma coisa de certa maneira – dentro de um determinado “regime de representação.” (Hall, 2016)

É através de diferentes práticas de representação que o discurso jornalístico produz uma forma de conhecimento do Outro profundamente envolvida nessas operações de poder – tanto de nomear quanto de excluir. No contexto contemporâneo, Mellucci (1996) definiu a exploração como a privação do controle sobre a construção do significado: “a verdadeira exploração não é a privação de informações (...) a verdadeira dominação é hoje a exclusão do poder da nomeação” (p. 182). Dessa forma o jornalismo “participa da construção do significado e das maneiras pelas quais esse significado circula” (Steenveld, 2019). Seja por desconhecimento de uma realidade que não é a sua, seja pressionado por *deadlines* cada vez mais curtos, o processo

jornalístico de representação do Outro acaba apelando para construções binárias como herói-atleta e vilão-criminoso (Robinson & Culver, 2019), contribuindo assim para a criação, consolidação e difusão de imagens estereotipadas, “reduzidas a umas poucas características simplificadas” (Hall, 2016). Se ignoram, para isso, vastos pedaços de experiências pra produzir esse sentido reduzido. Importante salientar que não está se afirmando aqui que esse processo de representação estereotipada é sempre intencional ou estratégica. Em sua obra ‘Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente’, Edward Said fala sobre isso:

A exterioridade da representação é normalmente governada por alguma versão do truísmo segundo o qual se o Oriente [identificado pelo Ocidente como o Outro] pudesse representar a si mesmo, ele o faria, visto que não pode, a representação cumpre a tarefa. (Said, 2021, p. 33).

Além disso, devemos reconhecer que o ‘poder hegemônico’ aqui citado “inclui os sistemas e estruturas através dos quais os próprios repórteres podem ter sido treinados e ainda são recompensados” (Robinson & Culver, 2019). Tais sistemas não se manifestam apenas verbalmente, mas também através de instrumentos como *agenda-setting* e *framing*. O primeiro se refere à forma como a cobertura midiática dos assunto se reflete na prioridade como esses assuntos são vistos pelo público (McCombes et al., 2000, p. 77). Já *framing*, como explicam Jones et al., (2020), citando o linguista George Lakoff, são estruturas mentais que moldam a maneira como vemos o mundo, assim como molda aquilo que é tratado como senso comum. Como apontou Said, (2021), todo ato de começar implica, necessariamente, um ato de delimitar. É, portanto, nesta capacidade de relacionar texto e contexto que o poder hegemônico do jornalismo sempre se sustentou.

Controlar o contexto implica (...) determinar a definição da situação comunicativa, decidir o tempo e espaço do evento comunicativo ou onde os participantes podem ou devem estar presentes, e em que papéis, ou decidir que conhecimento ou opiniões eles devem (não) ter e que tipo de ações sociais podem ou devem ser realizadas pelo discurso. (Dijk, 2005, p. 24)

Mas essa situação ganhou complexidade com o surgimento e a popularização da internet e das redes sociais, ameaçando a posição dos jornalistas como definidores de uma agenda pública (Fürsich, 2002) e borrando as bordas entre o jornalismo profissional e o amador (Neveu, 2014). Sem ignorar os efeitos prejudiciais que esse fenômeno pode ter gerado, especialmente em relação à difusão de desinformação (Enders et al., 2023), faz-se necessário reconhecer aqui que as redes sociais também equilibraram a correlação de forças entre jornalista/Outro. Dispositivos tecnológicos como *smartphones* proporcionaram uma experiência de produção e organização da informação àqueles que, inicialmente, eram apenas seus consumidores, permitindo assim “novas práticas de representação, potencializadas pelas inúmeras interações que contribuem para que a comunicação entre os indivíduos se renove” (Pinho & Oliveira, 2020). Isso gerou um ambiente de desordem e aumentou as necessidades da construção de novas formas de diálogos entre os jornalistas e o ‘Outro’.

‘Dar voz’: Jornalismo ou Ventriloquismo?

Ao contrário do significado tradicional, que define desordem como “falta de ordem”⁷, o sociólogo francês Edgar Morin não enxerga ordem/desordem como princípios mutuamente excludentes, mas sim complementares. Como podem existir formas variadas de representação para um único conceito, para Morin a desordem, em vez de degradar, faz existir. Mais do que um problema a ser corrigido, a desordem tratada aqui torna-se, portanto, uma necessidade: “as interações são inconcebíveis sem desordem, ou seja, sem desigualdades, turbulências, agitações etc., que provocam os encontros” (Morin, 1977, p. 58). Ou como disse a escritora feminista Audre Lorde:

É na interdependência de diferenças mútuas (não dominantes) que se encontra a segurança que nos permite submergir no caos do conhecimento e retornar com as verdadeiras visões do nosso futuro, acompanhadas pelo poder simultâneo de realizar as mudanças capazes de fazer nascer esse futuro. (p.139)

7. Definição retirada do Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (DPLP).

Trazer esse conceito de ‘desordem’ para a comunicação implica tratar a indústria midiática como mais do que simples meio de transmissão-recepção de mensagens, evitando assim seu caráter “antimediatório que fabrica a não comunicação” (Baudrillard, 2019). Citando o linguista russo Mikhail Balnhin, Hall, (2016, p. 155) afirmou que todo significado é estabelecido por meio do diálogo: “tudo o que dizemos e significamos é modificado pela interação e pela troca com o outro”. Parece, portanto, fazer pouco sentido ao jornalismo lutar para retomar o protagonismo de uma ordem que, segundo Morin, não tornava o mundo melhor representado, apenas o reduzia: “já não se trata de obedecer a um princípio de ordem (que exclui a desordem), de clareza (que exclui o obscuro) (...) Trata-se, pelo contrário, a partir dum princípio de complexidade, de ligar o que estava disjunto” (Morin, 1977, p.26). Hoje as formas de publicar informações foram potencializadas pelos próprios usuários, agora integrantes de uma rede mais participativa onde os indivíduos encontram a possibilidade deles mesmos atenderem as suas próprias necessidades (Pinho & Oliveira, 2020).

No livro *O Espectador Emancipado*, o filósofo Jacques Rancière faz uma longa reflexão sobre a necessidade do teatro mudar a forma como convive com o público, construindo uma relação onde “quem assiste se torne participante ativo, em vez de ser um *voyeur* passivo (...) subtraído à posição de observador que examina calmamente o espetáculo que lhe é proposto” (Rancière, 2022, p. 10-11). Entre as justificativas, também aqui estão os problemas de representação. Rancière propõe que essa mudança seja feita “introduzindo uma ideia de comunidade como auto presença, por oposição à distância da representação” (2022, p. 13). Iniciativas semelhantes para redefinir a relação com um espectador cada vez mais ‘emancipado’ começam a surgir também dentro do jornalismo, alterando a dinâmica do poder ao pedir aos cidadãos que “sejam seus próprios contadores de histórias, redistribuindo a propriedade da informação para as próprias comunidades” (Zahay et al., 2021). Usando o conceito de Hepp & Hasebrink, (2015), isso significa transformar profundamente as configurações comunicativas, ou seja, os processos “pelos quais nós construímos nossas mudanças na cultura e

sociedade, relacionadas com pertencimentos e poder”. Aproveitando mais uma vez a multidisciplinaridade de reflexões semelhantes, podemos acrescentar o pensamento do dramaturgo francês Jean-Pierre Sarrazac, para quem mudanças assim exigem reconstruir o diálogo dando autonomia à voz de cada um e “fazendo dialogar os monólogos” (Sarrazac, 2019). Poderia, dessa forma, o jornalismo se inspirar no teatro buscando a criação de um ‘novo palco’:

“Um palco da igualdade no qual performances heterogêneas se traduzem umas nas outras. Porque em todas essas performances trata-se de ligar o que se sabe com o que se ignora; trata-se de os sujeitos serem ao mesmo tempo *performers* que põem em jogo as suas competências e espectadores que observam o que estas competências podem produzir num contexto novo, junto de outros espectadores.” (Rancière, 2022, p. 34-35)

Dessa forma, pensar um jornalismo construído através do diálogo e troca torna ainda mais problemática a ideia de que é possível ‘dar voz a quem não tem’. No seu livro *Pode a Subalterna Tomar a Palavra?*, a crítica e teórica indiana Gayatri Spivak alerta para o fato de que “é necessário insistir que o sujeito subalterno é, irremediavelmente, heterogêneo” (Spivak, 2021, p. 60). Portanto, é natural concluir que a representação justa só será possível se for estabelecida uma situação de contato que permita acesso e contribuição iguais de todas as partes envolvidas (Fürsich, 2002). É o oposto da crença do jornalismo como porta-voz do centro do mundo (Couldry, 2019), crença essa que mantém o jornalismo incapaz de ser um instrumento para desenvolver junto ao público algo semelhante ao que Rancière, (2022, p. 28), chamou de “capacidade dos anônimos, que faz com que cada um(a) seja igual a todos(as) os(as) outros(as)”.

É nesse contexto que se adapta aqui o conceito de ventriloquismo trazido originalmente por Bernstein, (1998, p. 5): “ouço todos os dias a versão masculina da voz universal da racionalidade tentando controlar corpos femininos, como se fosse por ventriloquismo”. Fenômeno semelhante ao

“ventriloquismo do subalterno que fala”, observado por Spivak, (2021, p. 31), onde as vozes não hegemônicas acabam reinterpretadas pelos discursos dominantes e, com isso, reduzidas e silenciadas. Na discussão tratada nesse artigo, o que se ouve é a voz hegemônica do jornalista branco tentando controlar o que é dito pelo ‘Outro’ através de processos como *framing* e *agenda-setting*. Assim, a voz tomada “emprestada” pelo jornalismo acaba absorvida pela gramática hegemônica tornando-se uma forma de “voz controlada” que restringe o potencial emancipatório da comunicação. Ao invés de serem canais autênticos, passam a reforçar hierarquias históricas perpetuando a subordinação discursiva das minorias. Para evitar esse controle, os espectadores ‘sem voz’ precisam desempenhar “o papel de intérpretes ativos, que elaboram, suas próprias traduções para se apropriarem da história e dela fazerem sua própria história. Uma comunidade emancipada é uma comunidade de contadores e tradutores” (Rancière, 2022, p. 35). A adaptação que este artigo propõe ao conceito cria assim um ‘ventriloquismo jornalístico’, ou seja, uma inevitável reprodução de modelos hegemônicos de discursos e enquadramentos que acontecem sempre que o jornalista busca ‘dar voz ao Outro’. Assim como Said definiu Orientalismo como uma tela aceitável para filtrar o Oriente para a consciência ocidental (2021, p.18), também o ventriloquismo jornalístico funciona como uma “tela aceitável para filtrar” tudo aquilo que representa a alteridade das vozes autônomas. Restaria então ao dono dessas vozes, esse ‘espectador emancipado’, encontrar, no atual ambiente de desordem e de diálogos inerentes a ele instrumentos e estratégias para, conforme Capinha (2014, p. 186), “podermos ser nós a ‘manipular a nossa própria boca’ e deixarmos de ser apenas bonecos de um ventríloquo”.

Estudo de caso

Como resposta consequente ao fenômeno que aqui chamou-se de ‘ventriloquismo jornalístico’, surge a “necessidade de grupos oprimidos de ‘minorias’ produzirem sua própria mídia, não apenas para desafiar as (des)representações tradicionais, mas também para forjar novas agendas que falem com

seus próprios interesses” (Steenveld, 2019). Considerando, como apontou Ranci re, (2022, p. 8-9), que olhar é o contrário de conhecer e de agir, pode-se afirmar  nt o que tais m dias surgem para contrapor a visão de quem apenas olha o Outro, sem realmente conhecê-lo. Isso não significa necessariamente privilegiar tais narrativas “como a melhor versão da história. Significa, sim, continuar o relato de como uma explica o e narrativa da realidade se estabeleceu como normativa” (Spivak, 2021, p. 53-54).   como ilustra o a este contexto que buscou-se a análise trazida aqui, entre duas reportagens publicadas no mesmo dia sobre o mesmo tema: uma foi publicada no portal de notícias do maior grupo de comunica o do Brasil (G1, do Grupo Globo); a outra reportagem saiu no site PonteJornalismo, um veículo criado para “aumentar o alcance das vozes marginalizadas pelas opressões de classe, raça e g nero, permitindo a aproxima o entre diferentes atores das áreas de segurança pública e justiça, colaborando, assim, na sobrevivência da democracia brasileira.”⁸

Ambas as notícias foram publicadas nos respectivos sites no dia 15 de maio de 2024 e dizem respeito   denúncia de racismo feita por uma família a um supermercado depois que um rapaz negro de 17 anos foi acusado de furto por seguranças deste estabelecimento. Considerando a Análise Crítica do Discurso (ACD) como um tipo de investiga o que estuda o modo como o abuso do poder social, a dominância e a desigualdade são postos em prática e reproduzidos (Dijk, 2005), o objetivo aqui é analisar criticamente os elementos semânticos contidos nas duas reportagens para assim exemplificar como o jornalismo que busca ‘dar voz ao Outro’ acaba, na verdade, produzindo resultados distantes do objetivo declarado de combater as chamadas ‘(des)representa es’. Para essa análise, foram selecionados 12 termos usados nas duas reportagens a partir do número de vezes que aparecem e também da estrutura de texto que ocupam no layout da matéria: aparecer na manchete e/ ou no subtítulo demonstra maior importância dada ao termo; de modo oposto, aparecer na legenda de uma foto indica menor importância

8. Descri o extraída do site ponte.org/sobre na se o ‘Quem a gente é’.

(ver resultados nas Figuras 1 e 2). As diferenças de abordagens surgem já nas manchetes e subtítulos:

- G1: **“Rapper alega sofrer racismo ao ser acusado de furtar chocolate em mercado no litoral de SP: Caso ocorreu, no bairro Ribamar, em Peruíbe (SP). Extra informou que iniciou um processo de apuração interna sobre o caso e que segue em andamento.”**⁹
- Ponte: **“Família denuncia racismo em mercado Extra após adolescente negro ser acusado de furto em SP: Pai diz que filho foi ameaçado por funcionários da rede em Peruíbe, litoral do estado, após acusação de ter furtado um chocolate Batom. ‘Fomos tratados como bandidos’, conta.”**¹⁰

De início, o que se percebe é que tanto a reportagem do G1 quanto da Ponte trazem a denúncia de racismo já em suas manchetes. Entretanto, no G1 a manchete não traz o nome do mercado onde o fato aconteceu, ele surge apenas no subtítulo já trazendo a defesa do estabelecimento. Na reportagem da Ponte, o nome do mercado surge já na manchete e nem lá nem no subtítulo há espaço para o posicionamento da empresa (ela aparece no corpo da reportagem). Fica claro que a reportagem do G1, em seus espaços de maior relevância (manchete e subtítulo) apela para a objetividade ao estilo ‘ele disse, ela disse’, enquanto na Ponte estes espaços ficam totalmente reservados aos posicionamentos da família da vítima.¹¹ Outra diferença marcante está na forma como as duas manchetes identificam a vítima: no G1, ele é um rapper enquanto na Ponte é identificado como adolescente. Essa escolha do G1 de identificar um adolescente apenas por sua ocupação deixa margem para que o público imagine se tratar de um adulto e não de um rapaz de 17 anos. Enquanto a Ponte dá espaço já no subtítulo para uma declaração do pai da vítima, o G1 opta em usar esse espaço nobre para dar uma informação geográfica sobre o bairro onde o fato aconteceu (informação pouco relevante em

9. Reportagem no link: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2024/05/15/rapper-alega-sofrer-racismo-ao-ser-acusado-de-furtar-chocolate-em-mercado-no-litoral-de-sp-video.ghtml>

10. Reportagem no link: <https://ponte.org/familia-denuncia-racismo-em-mercado-apos-adolescente-negro-ser-acusado-de-furto-em-sp/>

11. Nas duas reportagens há a informação de que imagens do circuito interno do mercado provaram que não houve furto, portanto este artigo tratará o rapaz como vítima.

reportagens publicadas em sites de abrangência nacional) e, como já mencionado, trazer a defesa da empresa. E mesmo citando o termo ‘racismo’, também chama a atenção que a reportagem do G1 só usou o termo “negro” uma única vez, e ainda assim com pouco destaque na legenda de uma foto – enquanto o termo já aparece em destaque na manchete da Ponte.

No decorrer da reportagem, outras escolhas também ajudam a perceber as diferenças de abordagens entre as reportagens. O termo *rapper*, por exemplo, além da manchete aparece outras 3 vezes durante todo o texto do G1 enquanto é citado apenas uma vez no texto da Ponte. Por outro lado, o G1 usa por cinco vezes *jovem/adolescente*, bem menos do que as 18 vezes em que os termos são citados pela Ponte. Filho/família/pai(s) são citados um total de 13 vezes pelo G1 e o dobro, 26 vezes, pela Ponte. A escolha de priorizar o uso desses termos em detrimento, por exemplo, de *rapper* indica uma preocupação muito maior do jornalismo da Ponte em humanizar a vítima durante o relato do caso. Essa indicação também surge no tratamento do pai do garoto: os termos ‘professor’ (a profissão do pai) e Ricardo (seu nome) aparecem 4 vezes no G1 (2 vezes cada); já na Ponte o pai é identificado como professor por 3 vezes e pelo seu nome por 8 vezes.

Para encerrar essa breve análise, dois pontos fundamentais se referem à forma como as reportagens tratam os dois principais atores do caso: o mercado Extra e a vítima. No caso do mercado, o G1 cita o nome Extra por 3 vezes enquanto a Ponte cita por 4 vezes. Mas aqui é necessário uma análise um pouco mais aprofundada sobre os contextos: das 4 vezes em que a Ponte cita o mercado, em três (inclusive, como já citado aqui, na manchete) a citação se dá dentro da acusação de racismo. Apenas uma vez o mercado Extra é citado para trazer sua defesa. A informação está na reportagem como preza o jornalismo, mas não divide destaque com a posição da vítima. Já no G1 em todas as 3 vezes que o nome Extra surge, vem sempre acompanhado da defesa da empresa. Outra diferença está no número de vezes que o nome da vítima (Kaique) é citado nas duas reportagens: 4 vezes no G1 e nenhuma vez na Ponte. Mas, ao contrário da análise que viu no número de citações do nome do pai um indicativo de humanização, aqui se dá o oposto por uma

questão legal: por lei, no Brasil “é vedada a divulgação de atos judiciais, policiais e administrativos que digam respeito a crianças e adolescentes a que se atribua autoria de ato infracional”.¹² Ou seja: a divulgar o nome da vítima o G1 não apenas não contribui para sua humanização mas ainda incorre em irregularidade. O cuidado para evitar isso está presente apenas na reportagem da Ponte.

Resultados reportagem G1

Termo	Número de citações	Manchete	Subtítulo	Legenda
Negro	1			1
Racismo	4	1		1
Rapper	4	1		1
Jovem	2			
Adolescente	3			1
Filho	4			
Família	4			
Pai(s)	5			
Ricardo	2			
Professor	2			
Extra	3		1	
Kaique	4			

Figura 1

12. Artigo 143 do Estatuto da Criança e do Adolescente: https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/crianca-e-adolescente/publicacoes/eca_mdhc_2024.pdf

Resultados reportagem Ponte

Termo	Número de citações	Manchete	Subtítulo	Legenda
Negro	2	1		
Racismo	5	1		1
Rapper	1			
Jovem	7			1
Adolescente	11	1		
Filho	5		1	
Família	12			
Pai(s)	9		1	
Ricardo	8			
Professor	3			
Extra	4			1
Kaique	0			

Figura 2

Conclusão

Em um ambiente informativo hegemônico que ainda mantém grupos sem acesso aos principais veículos de comunicação tradicional, é necessário admitir que o ideal jornalístico de “dar voz a quem não tem” assume uma intenção louvável, mas esbarra em limites profundos. Quando Spivak (2021, p. 131) questiona “o que está em jogo quando insistimos que a subalterna pode tomar a palavra?”, ela busca “alargar a leitura do discurso subalterno no âmbito coletivo”. É nesse sentido que aqui se adaptou a questão para o universo do jornalismo reconhecendo com isso o papel decisivo dos jornalistas em

construir e consolidar estereótipos através de representações que passam por uma prática que este artigo identifica como ‘ventriloquismo jornalístico’. A expressão sintetiza uma ideia de representação ainda atrelada a vozes hegemônicas e, assim, permite identificar as limitações do ideal de ‘dar voz a quem não tem’. Enquanto jornalistas, é fundamental, como escreveu Spivak (2021, p. 130), “reconhecemos a nossa cumplicidade no silenciamento com vista, precisamente, a sermos mais eficazes a longo prazo. O nosso trabalho não pode ser bem-sucedido se tivermos sempre um bode expiatório”. No jornalismo, perceber quando a profissão se torna ventriloquismo permite aos jornalistas servirem melhor às comunidades, abandonando noções simplistas de representação e se envolvendo em dinâmicas de poder mais profundas através de estratégias dialógicas que entendam a natureza de desordem que hoje se impõe.

Em sua análise sobre a relevância do pensamento de Foucault para os estudos de jornalismo, Andrejevic (2008) pergunta: como essas histórias podem reforçar discursos às custas de narrativas que se concentram em uma crítica às estruturas sociais? A resposta passa por reconhecer que todas as pessoas têm sua própria “voz autêntica” (Robinson & Culver, 2019, p. 385) e que, portanto, não devem existir pontos de partida privilegiados. Por todos os lados existem pontos de partida que nos “permitem aprender algo de novo se recusarmos, em primeiro lugar, a distância radical, em segundo lugar, a distribuição dos papéis e, em terceiro lugar, as fronteiras entre os territórios.” (Rancière, 2022, p. 28). Ao reconhecer que “a ordem cessou de ser uma. Há ordem no universo, não há uma ordem” (Morin, 1977, p. 77), podemos reconhecer que também o jornalismo cessou de ser um. Em um ambiente tão desafiador, no qual novas tecnologias estão “forjando um novo contrato social em sociedade” (Dijck, 2017), “com certeza haverá um papel e uma necessidade ainda maior para as produções imaginativas das indústrias midiáticas” (Couldry, 2019). Isso pode significar abandonar normas, conceitos e “paradigmas profissionais extremamente ossificados” (Lewis et al., 2014, p. 03), consolidando assim o jornalismo como um “substantivo plural” (Le Masurier, 2016, p. 440).

Novos conceitos e estratégias surgem a cada dia nesse esforço para que o jornalismo deixe de ser apenas mero palco que entrega ao ‘Outro’ o papel de espectador passivo de um ‘espetáculo de representação’, emancipando esse espectador ao permitir que ele transponha “o abismo que separa a atividade da passividade” (Rancière, 2022, p. 21). A crítica ao ventriloquismo jornalístico, portanto, não é apenas uma denúncia de representações enviesadas ou limitadoras, mas um apelo à prática de um jornalismo que promova uma participação verdadeiramente emancipatória e autônoma das vozes que busca representar. Repensar a missão do jornalismo exige abrir espaço para novas estratégias dialógicas, onde as vozes marginalizadas possam expressar-se em sua própria complexidade, sem serem filtradas ou adaptadas ao discurso dominante. Em vez de “dar voz” no sentido tradicional, o jornalismo poderia tornar-se um espaço de escuta ativa e colaborativa, permitindo que o Outro “manipule sua própria boca” e transcendendo o papel de ventríloquo para estabelecer uma prática jornalística verdadeiramente transformadora.

Referências Bibliográficas

- Alamo-Pastrana, C., & Hoynes, W. (2020). Racialização de Notícias: Construindo e Desafiando o Jornalismo Profissional como “mídia Branca”. *Humanidade e Sociedade*, 44(1), 67-91.[https:// doi.org/10.1177/0160597618820071](https://doi.org/10.1177/0160597618820071)
- Andrejevic, M. (2008). THEORY REVIEW POWER, KNOWLEDGE, AND GOVERNANCE: Foucault’s relevance to journalism studies. *Journalism Studies*, 9(4), 605–614. <https://doi.org/10.1080/14616700802114464>
- Baudrillard, J. (2019). For a critique of the political economy of the sign ([World version]). Verso.
- Bernstein, C. (1998). A poetics. Harvard Univ. Press.

- Capinha, G. (2014). Gaguez e ventriloquia: a escrita criativa como prática de cidadania. In A. R. Luís (Ed.), *O cruzamento de saberes na aula de inglês: contributos para uma prática multidisciplinar* (1st ed., pp. 177–189). Imprensa da Universidade de Coimbra. https://doi.org/10.14195/978-989-26-0690-3_8
- Coster, H. (2022, Março). More people are avoiding the news, and trusting it less, report says. Reuters. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/more-people-are-avoiding-news-trusting-it-less-report-says-2022-06-14/>
- Couldry, N. (2019). Do mito do centro mediado ao mito do big data: reflexões do papel da mídia na ordem social. *Comunicação Mídia e Consumo*, 16(47), 407–431. <https://doi.org/10.18568/cmc.v16i47.2126>
- Cunningham, B. (2003, Julho). Rethinking objectivity. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/feature/rethinking_objectivity.php
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/146488490505056815>
- Dijk, T. A. van. (2005). Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso. *Campo das Letras*.
- Dijck, J. V. (2017). In data we trust? The implications of datafication for social monitoring. *MATRIZES*, 11(1), 39. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i1p39-59>
- Enders, A. M., Uscinski, J. E., Seelig, M. I., Klofstad, C. A., Wuchty, S., Funcheon, J. R., Murthi, M. N., Premaratne, K., & Stoler, J. (2023). The Relationship Between Social Media Use and Beliefs in Conspiracy Theories and Misinformation. *Political Behavior*, 45(2), 781–804. <https://doi.org/10.1007/s11109-021-09734-6>
- Foley, A. (2020, Dezembro). Diversity gains haven't shown up in local news. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2020/12/diversity-gains-havent-shown-up-in-local-news/>

- Folha de SP (2021, Dezembro). Estudo aponta maioria de jornalistas homens e brancos nas Redações do país. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/12/estudo-aponta-maioria-de-jornalistas-homens-e-brancos-nas-redacoes-do-pais.shtml>
- Fürsich, E. (2002). How can global journalists represent the ‘Other’?: A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism*, 3(1), 57–84. <https://doi.org/10.1177/146488490200300102>
- Greifeneder, R., Jaffé, M. E., Newman, E. J., & Schwarz, N. (Eds.). (2021). *The psychology of fake news: accepting, sharing, and correcting misinformation*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Editora Apicuri.
- Hepp, A., & Hasebrink, U. (2015). *Interação Humana e Configurações Comunicativas: transformações culturais e sociedades midiaticizadas*.
- Horsti, K. (2016). Visibility without voice: Media witnessing irregular migrants in BBC online news journalism. *African Journalism Studies*, 37(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23743670.2015.1084585>
- Jones, R. H., Jaworska, S., & Aslan, E. (2020). *Language and media: a resource book for students* (2nd edition). Routledge.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001, Junho). Journalism’s First Obligation Is to Tell the Truth. Nieman Lab. <https://niemanreports.org/articles/journalisms-first-obligation-is-to-tell-the-truth/>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect* (First revised edition. Completely updated and revised). Three Rivers Press.
- Le Masurier, M. (2016). Slow Journalism: An introduction to a new research paradigm. *Journalism Practice*, 10(4), 439–447. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1139902>
- Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2014). Reciprocal Journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences. *Journalism Practice*, 8(2), 229–241. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.859840>
- Lorde, A. (2018). *Irmã Outsider*. Autêntica Editora.

- Marrin, S. (2020). Analytic objectivity and science: evaluating the US Intelligence Community's approach to applied epistemology. *Intelligence and National Security*, 35(3), 350–366. <https://doi.org/10.1080/02684527.2019.1710806>
- McCombes, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J. P. (2000). Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. *Journal of Communication*, 50(2), 77–92. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02842.x>
- Mellucci, A. *Challenging Codes*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- Moon, Y. E., Roschke, K., Nelson, J. L., & Lewis, S. C. (2023). Doctors Fact-Check, Journalists Get Fact-Checked: Comparing Public Trust in Journalism and Healthcare. *Media and Communication*, 11(4). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i4.7190>
- Morin, Edgar (1977). *O Método 1: a natureza da natureza*. Publicações Europa – América
- Nelson, J. L., & Lewis, S. C. (2023). Only “sheep” trust journalists? How citizens' self-perceptions shape their approach to news. *New Media & Society*, 25(7), 1522–1541. <https://doi.org/10.1177/14614448211018160>
- Neveu, E. (2014). Revisiting Narrative Journalism as One of The Futures of Journalism. *Journalism Studies*, 15(5), 533–542. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.885683>
- Pinho, F. A., & Oliveira, J. P. D. (2020). Folksonomia e os conceitos de ordem, desordem e organização à luz de Edgar Morin. *Informação & Sociedade: Estudos*, 30(4), 1–15. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2020v30n4.57040>
- Rancière, J. (2022). *O espectador emancipado*. Editora WMF Martins Fontes.
- Resende, F. (2011). *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas* (G. Silva & COMPOS (Association), Eds.). EDUFBA ; COMPÓS.
- Ricoeur, P. (2005). *Discours et communication*. l'Herne.

- Robinson, S., & Culver, K. B. (2019). When White reporters cover race: News media, objectivity and community (dis)trust. *Journalism*, 20(3), 375–391. <https://doi.org/10.1177/1464884916663599>
- Rosen, J. (2010, Novembro). The view from nowhere. PressThink. <https://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/>
- Said, E. (2021). *Orientalismo: O Oriente Como Invenção Do Ocidente*. Companhia das Letras.
- Sarrazac, J.-P. (2019). A Partilha das vozes (J. R. Faleiro & S. Baumgärtel, Trans.). *Urdimento*, 1(20), 17–19. <https://doi.org/10.5965/1414573101202013017>
- Society of Professional Journalists (2014, Setembro). SPJ Code of Ethics. <https://www.spj.org/ethicscode.asp>
- Spivak, G. (2021). *Pode a Subalterna Tomar a Palavra?* Editora Orfeu Negro.
- Steenveld, L. (2019). Ethnicity, Race, and Journalism. In L. Steenveld, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.807>
- Wenzel, A., Gerson, D., Moreno, E., Son, M., & Morrison Hawkins, B. (2018). Engaging stigmatized communities through solutions journalism: Residents of South Los Angeles respond. *Journalism*, 19(5), 649–667. <https://doi.org/10.1177/1464884917703125>
- WMC (2021, Setembro). WMC Report: Gender and Race Representation on Five Big Sunday Shows January 1 - December 31, 2020 - Full Report. <https://womensmediacenter.com/reports/wmc-report-gender-and-race-representation-on-five-big-sunday-shows-january-1-december-31-2020-full-report>
- Zahay, M. L., Jensen, K., Xia, Y., & Robinson, S. (2021). The Labor of Building Trust: Traditional and Engagement Discourses for Practicing Journalism in a Digital Age. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(4), 1041–1058. <https://doi.org/10.1177/1077699020954854>

PARTE 4

PLATFORMISATION AND DIGITAL IDENTITIES

GENDERED NARRATIVES IN IRANIAN CHILDREN TV PROGRAM: FEMINIST PERSPECTIVES ON GENDER REPRESENTATION

Marzieh Ghavidel Darestani (Corresponding Author)

/ Seminar for Media and Communication, Communication and
digital media Ph.D. program (ComDigMed), University of Erfurt,
Germany

marzieh.ghavidel_darestani@uni-erfurt.de

<https://orcid.org/0000-0003-0314-6884>

Mohammad Mahdi Rahmati

/ Department of Social Sciences, Faculty of Literature and
Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran

mahdi.rahmati@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8695-6630>

Abstract: Despite of emerging many entertaining platforms, Television is still a keystone of media. This study aims to demonstrate gender representations in Iranian animations. For this purpose, we study thirty episodes of three Iranian animations which have been broadcasted as children's programs on Iran TV2 channel in 2023. By obtaining a Feminist perspective, specifically Tuchman's theory of symbolic annihilation and content analysis as the methodology, this study aims to reveal the gender stereotypes in Iranian animations. The study of Iranian animations illustrates that Iranian television and in particular children's programs persist on the unequal gender representation. The traditional patriarchal beliefs are still alive in the context of these animations. This research reveals that the Iranian children programs represent gender stereotypes in three main levels of gender binary, gender segregation, and gender division of labor. Furthermore, the male characters are over-shown in comparison to the

female characters (188 male versus fifty-six female). The result shows that there is hegemonic masculinity and emphasized femininity in these animations. Female characters are mainly shown in ineffective activities and as Tuchman claims pink-collar roles, in contrast, their male counterparts play heroic and savior roles. In the Iranian animation, women are gradually symbolically annihilated.

Keywords: Television, Gender, Representation, Symbolic annihilation, Animation

Introduction

Despite the emergence of many entertaining platforms, television remains a keystone of the media. Television plays a strong role even in digital times and in the expansion of social media. Television is still one of the main tools in forming attitudes and values in different social groups, especially in children (Walsh & Leaper, 2020; Ward & Grower, 2020). It is said that children's television programs are an appropriate way to convey social, cultural, and educational values to this age group (Hoffner et al., 2008; Aharoni et al. 2024). These programs are not only entertaining, but also a powerful source for learning and transforming value to children (Hamlen & Imbesi, 2020; Kampf & Hamo, 2015). The children TV programs are important to be studies because of their long-term impact on shaping children's identity and social attitudes and values.

Media, especially television, play a key role as a primary cultural tool in shaping and reinforcing gendered roles (Anderson et al., 2020; Walsh & Leaper, 2020). These representations are often derived from stereotypes that reproduce masculinity and femineity roles in both restrictive and default way. The marginalization and suppression of women make them dependent, passive, and nurturing in the children's program, ultimately impacting their beliefs and attitudes (Khalil & Dhanesh 2020; Moxnes & Moxnes, 2016). Children can perceive the portrayal of social and individual roles by exposing them to these contents, which could provide the limitation in their social and personal growth (Lamer et al., 2022; Pownall & Heflick, 2023; Ward & Grower, 2020). Due to the extent and influence

of television in shaping children's perceptions, the representation of gender stereotypes in these programs can have a long-lasting and deep impact on next-generation attitudes and behaviors (Bushman & Anderson, 2021; Coyne et al., 2019). For instance, Walsh and Leaper (2020) highlighted that young children are normally curious about the meaning of being a girl or boy, and it is an important point to them; they observe television characters to be informed and confirm their cognitive views.

Television as a powerful cultural tool in Iran has played a pivotal role in shaping identities and reproducing social values (Aqababaei & Razaghi, 2022; Kachalmi et al., 2020; Karevani & Kaveh, 2020). Among them, children's programs have the greatest potential for influence due to their specific audience, that is future generations. However, studies have shown that Iranian television has often reproduced gender stereotypes in its content over the past few decades (Hajizadeh, 2023). These stereotypes, especially in children's programs, have manifested themselves in the form of portraying traditional roles for women and men and eliminating or downplaying women in important and influential roles. An examination of television content produced in different eras shows that this medium has mainly defined and represented gender roles within the framework of specific ideological and cultural values, which can consequently lead to the reinforcement of traditional and restrictive patterns for Iranian children (Ghavidel Darestani et al., 2019; Dehsufiyani, 2009). Children's programs are particularly important in this regard because, through their storytelling and characterization, they instill cultural-gender foundations in the minds of young audiences, making a critical analysis of this content necessary.

Symbolic Annihilation

Tuchman's symbolic annihilation theory is a powerful tool in analyzing gender representation in Media. This theory examines the processes of elimination, ignorance, and distortion of women's representations. Tuchman's symbolic annihilation theory shows that how media marginalizes and diminishes the women roles in the society by presenting unequal images

and narrations (Morgan, 2017: 137). This theory is based on the notion that media, as a cultural representation tool, plays a vital role in the reinforcement or conversion of social values (Tuchman, 2000:43). In this framework, women are usually diminished from media content or represented in stereotypical and trivial roles, which these distorted representations cause the debilitation in their social status (Tuchman, 1979; Strong, 2014; Lika, 2019). Symbolic annihilation has three dimensions: omission, distortion, and trivialization (Ricci, 2020). *Omission* refers to the fact that women are eliminated completely from the Media's stories, narratives, and images, as they do not seem to play an important role in the society. *Distortion* of women is when they are presented in the media but portrayed stereotypically in roles such as mother, wife, or dependent individual. In the third diminution, *trivialization*, women's roles, and achievements are shown in the media insignificant or worthless (Tuchman, 1978).

According to Tuchman's theory, media confirm discriminatory ideologies as natural ideas by demonstrating defective and unfair images of women. This theory is a powerful tool for critical analysis of media. For instance, Raj (2023) explored the process by which news media underrepresented stories about women by ignoring and portraying them stereotypically. Shaker and Tayie (2024), by analyzing Egyptian TV dramas, show that the political change in Egypt is not sufficient for the equal representation of women. Despite the appearance of women during the 2011 events in Egypt, the Egyptian TV series still represented women symbolically annihilation. *Si Bolang* is a well-known Indonesian children documentary. Roromari (2023) found out that the absence of women and girls in this program is significant, and their presence is limited to the domestic sphere in the trivialization form. He concluded that this symbolic annihilation of women originated from the patriarchal roots of society. By obtaining Tuchman's symbolic annihilation of women, the process of distorting and rendering female invisible can be found in various television programs. This theory is a suitable and practical framework for analyzing gender stereotypes in children's programs, as it can show the marginalization process of women.

Research Objective and Questions

The purpose of this research is to investigate the representation of gender stereotypes in Iranian children's television programs using Gay Tuchman's symbolic annihilation theoretical framework. The main question of this research is what kind of gender stereotypes are depicted in these programs? The findings of this study contribute to a better understanding of the role of media in the formation of gender identity in children. The research questions are as follows.

RQ1. What is the representation ratio of male to female characters in Iranian children's television programs?

RQ2. How are male and female characters portrayed in the private (domestic) versus public (professional) spheres?

RQ3. What types of activities or professions are assigned to the male and female characters?

RQ4. How are gender stereotypes depicted in gender binaries?

Methodology

In this study, qualitative content analysis has been used to examine the representation of gendered stereotypes in children's programs. Content analysis is a suitable tool because of its capacity to extract hidden patterns and denotations in visual and textual content.

We selected 30 episodes from a total of three Iranian animations: 1. This Azure Dome (*Zire in Taghe Kabood*), 2. Rana, the Farmer's Daughter (*Raana Dokhtare Chopon*) and 3. The Adventures of Taha (*Majarahay Taha*), which have been broadcast on Iranian national television in the winter of 2023. These programs were selected using an online platform called *Telewebion*. *Telewebion* is an Iranian online platform on which Iranian national television programs can be seen and found in its archives. Thirty episodes, using random sampling, were selected as a representative of the total content.

We used the MAXQDA Software for data analysis. The unit analysis in this study includes characters and dialogue. We define the main character as 1) One who is the focus of the story, 2) Someone who is in most of the scenes, and 3) their reactions have significant impact on the storyline (Fouts et al., 2006; Gerding & Signorielli, 2014).

Data coding was based on a predetermined coding list that included common gender stereotypes in previous research (Gerding, 2011; Ghavidel Darestani et al., 2019). These stereotypes were defined as binary oppositions (e.g., active-passive, dependent-independent, and strong-weak). If a new stereotype that was not in the list was observed, it was dynamically added to the category. For data analysis, videos and transcripts of each episode were imported into MAXQDA software, and gender stereotype patterns were examined. Furthermore, the characters' activities were analyzed by category (e.g., traditional male activity, traditional female activity and neutral activity). To increase the accuracy of the analysis, a Coding Memo was defined for each coding category to provide a clear and precise explanation of the meaning of each category (Appendix A). These memos not only helped to ensure consistency in the coding process but also allowed for a more accurate interpretation of the data (Kuckartz & Rädiker, 2019).

The study employed qualitative content analysis using MAXQDA software and a coding table based on common gender stereotypes to investigate the portrayal of gender stereotypes in children's programming. To ensure diverse analysis, samples were drawn from three distinct animations using a comprehensive and random selection process.

Finding

The analysis of the three selected animations identified three main themes of gender stereotypes. The first theme is *gender binary*, which includes the representation of traditional contradictions such as active-passive, intelligent-unintelligent, dependent-independent, and strong-weak. These gender binaries and contrasts are comprehensibly aligned with Tuchman's

symbolic annihilation, where she mentions that the media frequently omitted, distorted, or trivialized women and reduced them to stereotypical roles. This theme sets media on the path that reinforces the hegemonic masculinity on the viewer’s mind, as positive characteristics such as brave, independence, and strong are assigned to men, and passive traits such as dependent and weak and fear are assigned to women. These binaries affect social structures and reinforce gender hierarchy.

The second theme is *gender segregation*. In these animations, the public sphere is mainly allocated to men, and the private sphere is attributed to women. We defined the public sphere as areas outside home such as markets, workplace, nature, and private sphere as inside spaces and the home. This finding is in line with the concept of *spatial segregation* in feminist analysis (Fraser, 2014; Hennessy, 2012). In this context, the public sphere is defined as a place in which men have power, access to resources, and social control. In contrast, the private sphere is often associated with women’s restrictions, isolation, and unpaid labor. Tuchman has also shown in her works that the media restricts women’s roles to the private sphere and contributes to the reproduction of traditional gender roles. Our analysis showed that men were displayed in the public sphere in 59.5 percent of cases and women in the private sphere in 40.4 percent of cases. This pattern not only reproduces gender-spatial segregation, but also limits the possibility of changing gender roles (Diagram 1).

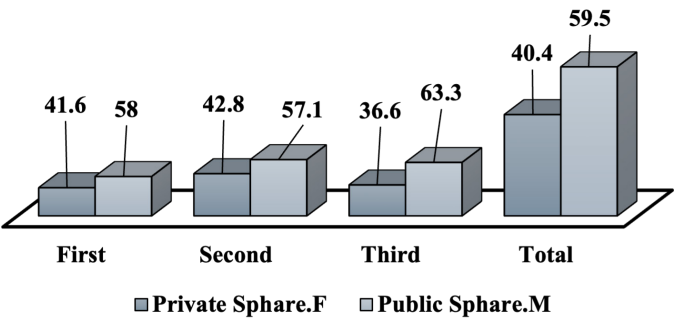


Diagram 1. The Percentage of Gender Segregations in The Three Researched Animations

The third theme is *gender division*, which reflects gender stereotypes in the field of activities and occupations. We divided the activities into three categories: *traditionally female activities* such as maids, housekeepers, nurses, secretaries, teachers, fortune teller; *traditionally male activities* such as businessman, company manager, professor, doctor, judge, worker, engineer, draftsman, antique dealer, carpenter, etc.; and finally, *neutral activities* such as writer, journalist, artist, designer (Soltani Gordfaramarzi, 2006). Traditionally, in these animations, female activities are contrasted with male occupations. As Tuchman (2000) points out, women are often depicted in *pink collar* roles; roles that lack power, prestige, and social influence. These job classifications allow men to access to sources of power and wealth, whereas women remain in less important roles (Acker, 2006). In these animations, 71.6 percent of male activities were identified as men, and 28.3 percent of female activities were recognized as women (Figure 1). Surprisingly, no male or female characters were seen or coded for neutral activities. Moreover, no male characters were shown to engage in feminine activities and no female characters were shown to engage in masculine activities.



Figure 1. The Representation of Gendered Activities Segregations in The Three Researched Animations (Source: <https://telewebion.com>)

The results of the present study show a huge gap between the representation of the number of male and female characters in the animations studied (Appendix B). Out of a total of 30 episodes studied, 70% male characters (N=188) were identified, while only 22.9% female characters (N=56) were present in these animations. This difference in the gender distribution of characters clearly indicates an imbalance in the representation of women and men. For example, 81.6 percent of the characters in the first animation were male and only 16.3 percent were female. In the second animation, which revolves around the main character, is a girl named Rana, 79.6 percent of the characters were male, and 20.1 percent were female. In the third animation, 68.4 percent of the characters were identified as male, and 31.5 percent were female. Overall, these results show that for every female character, there are approximately 3.3 male characters in these animations, a significant gender gap that is clearly visible in the images extracted from these animations (Figure 2). This difference in representation, based on the analyses conducted, indicates a pattern in which men appear more dominantly than women in the main and influential roles, and women are mainly depicted in secondary and less important roles.



Figure 2. The Underrepresentation of Female Character Segregations in The Three Researched Animations (Source: <https://telewebion.com>)

In terms of gender representation, the analyses examined gender binary oppositions that encompass different dimensions of male and female character roles and characteristics. Overall, 75.7 percent of the active characters were male and only 24.2 percent of this category were female. In the first animation, no woman was included in the active category. This representation can contribute to the perpetuation of the patriarchal system, in which men are

presented as decision-making characters and women as passive and dependent. In the first animation, no female characters are seen in this category, while in the second animation, which is about a teenage girl, we see more equality, with 47 percent of identified active characters being women. In all animations, and especially in the first and third animation, 100 percent of the passive category was female characters. This pattern also applies to the dependent category. It is noteworthy that in the second animation, no female characters are identified as dependent, which in turn can be considered deconstruction. In all animations, 80 percent and 20 percent of the independent category were recognized as male and female characters, respectively. In the second animation, this rate was expected to be equal, but in this animation, 69 percent of the independent category were male characters and 31 percent of them were recognized as female characters.

In this study, gender stereotype division in displaying characters in the brave and coward categories was also prominent. Ninety-six percent of the brave characters were male, while 91.6 percent of the coward characters were women. According to Tuchman's theory, this pattern is a symbolic experience of annihilation, showing how the media deprives female characters of prominent and powerful characteristics and confines them to weak stereotypes. In all 30 episodes, 60.8 percent and 39 percent of the intelligent category were male and female characters, respectively. However, in the second and third animations, this rate was higher for female characters than for male characters, with 53 percent and 71 percent of this category recognizing female characters, respectively.

The data analysis in this study showed that gender stereotypes were systematically reproduced in the animations examined. In categories related to strength and weakness, 100 percent of this code was recognized as male characters and 100 percent of weak category were identified as female characters. This apparent difference in the representation of power has profound cultural implications regarding gender roles. Tuchman (1978) in her theory of *symbolic annihilation* points out that the symbolic omission and distortion of women in the media not only reinforces traditional gender

roles, but also effectively limits women's power in the public sphere. In this context, portraying all women as *weak* and all men as *strong* in animation imposes restrictive gender roles on child audiences that can shape their future behavioral patterns.

A similar pattern of inequality was observed for other characteristics. More than 90 percent of the time, aggressive category was identified as male characters, while 6.9 percent of the female characters had this trait. However, 100 percent of the worried category were women, which indicates the extreme anxiety and sensitivity of women in animated narratives (Figure 3). This double representation of female anxiety and male aggression reinforces traditional gender opposition and validates concepts such as strong and dangerous men and sensitive and worried women (Stevens et al. 2021; Msofu et al., 2024). These patterns reproduce not only hegemonic masculinity but also unconsciously instill the audience that women need male support because of their sensitivity and concern.

In addition, male characters were coded more in the troublemaker and trouble solver categories than were female characters. This pattern is likely due to the higher number of male characters in the animation, but it also reflects a structural reproduction of male roles as both the source of problems and their solutions. Such a pattern not only represents men as the main agents in active social arenas but also assigns women marginal and passive roles.

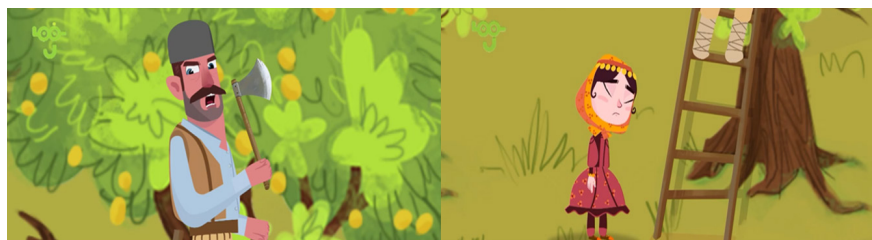


Figure 3. The Different Representation of Male and Female Characters Segregations in The Three Researched Animations (Source: <https://telewebion.com>)

Analysis of the relationships between codes using the Simple Code Configuration feature in the MAXQDA software revealed a significant

co-occurrence of some characteristics. Male characters were co-coded as active and aggressive in 17 cases, a pattern that, based on Tuchman’s perspective, referred to the reproduction of traditional male roles in the public sphere. By contrast, female characters were identified as intelligent and associated with the private sphere in 14 cases, indicating the functional limitations of women in media representations. This co-occurrence highlights the reinforcement of traditional gender roles, such that women are often represented in private spaces and supporting roles.

One of the most interesting findings was the co-occurrence of the Intelligent-Female and Strong-Male codes in 13 cases. This representation implies a traditional and stereotypical belief that women rely on cleverness to compensate for their lack of physical strength. Such representations, on the one hand, indicate the existence of a contradictory pattern that shows women with positive mental characteristics but dependent on a limited private space and, on the other hand, present men as active and strong role models in public arenas. This pattern, as shown in figure 3, indicates the role of media in reproducing social structures based on gender biases.

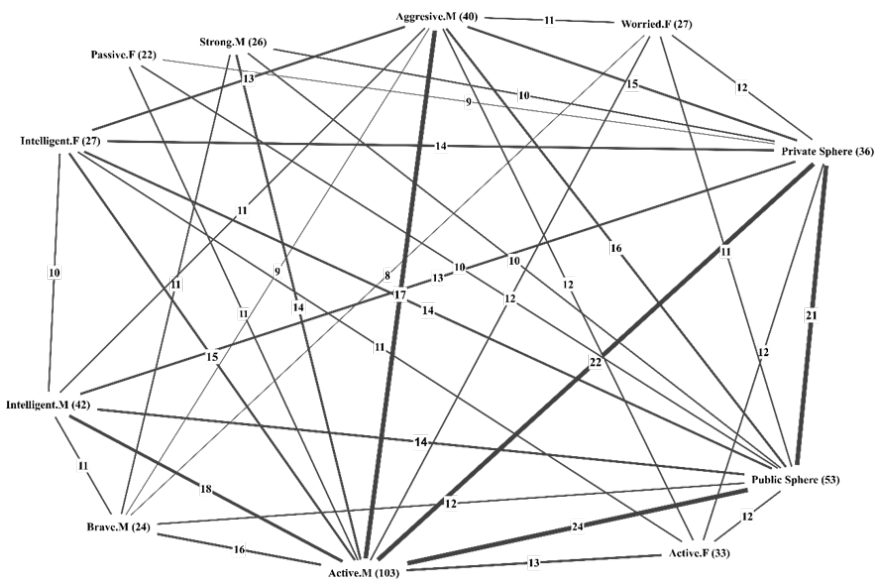


Figure4. The Simple Code Configuration in High-frequency Categories (Source: MAXQDA Software, Max-Map)

This analysis is consistent with Tuchman's theory of *symbolic annihilation*, because the limitation of women's representation in specific areas, in addition to their symbolic exclusion from other roles, consolidates stereotypical roles and prevents cultural and social change. These findings emphasize the need to review media representations and change dominant patterns.

Overall, the findings confirmed that the animations examined presented unequal and stereotypical representations of gender roles. These stereotypes are evident not only in the number of characters but also in the way spaces, activities, and characteristics are divided. From the perspective of theorists such as Tuchman, such representations contribute to the reproduction of male hegemony in the media and the perpetuation of gender inequalities in society, leaving a lasting impression on the minds of audiences, particularly children.

Conclusions

The data analysis revealed that the animations examined significantly present gender roles in stereotypical terms. These findings are consistent with Tuchman's theory of the *symbolic annihilation of women* which states that women, are either marginalized through exclusion or confined to stereotypical roles. These contrasts reflect patriarchal social structures that are reinforced through media and help shape social norms in the minds of audiences, especially children. The stereotypical division of spheres, activities, and attributes represents the reproduction of male dominance, as active public roles are assigned to men, and women are defined in private spaces and in terms of subordinate activities.

These findings are particularly relevant to the notion of women's *spatial segregation* and *functional limitations*. These perspectives emphasize that the media, by confining women to private spheres and low-key roles, limits their access to sources of power and social influence. It is striking that even in cases where women are coded as intelligent characters, these characteristics are limited to roles related to private spaces rather than to power and independence. This representation indicates a profound contradiction

between the theoretical advances in the field of gender equality and media portrayals that influence children's understanding of gender roles from an early age.

These research outcomes have substantial ramifications in media and social education. Given that the media is crucial in shaping and altering societal norms, revamping children's media content could be a vital step in advancing gender equality. For instance, creating content that depicts female characters as proactive, self-reliant, and empowered can help to challenge deeply ingrained stereotypes. Nevertheless, recognizing and addressing patriarchal patterns in the media requires collaborative efforts among researchers, advocates for women's rights, and policymakers in the cultural sphere.

Finally, the present study showed that unequal gender representations in Iranian animations not only reflect the current state of social structures, but also have the potential to lead the mindset of the next generation to reproduce inequality. Future research should conduct a comparative analysis between domestic and international animation content to closely examine the role of local culture and policies in shaping gender representation. In addition, assessing the effects of these stereotypes on child and adolescent audiences can be useful in developing practical solutions to address gender inequality in media.

Limitations of the study

Despite its importance in the comprehension of gender stereotype representations, this study has some limitations that should be considered. Even with a larger sample size compared to previous similar studies in Iran, future research might require a larger sample size. Furthermore, this study analyzed only one of the children's TV programs in Iran. Therefore, we suggest that future studies evaluate children's programs on all networks or at least a part of the Iranian television networks. We also suggest that, in addition to examining children's programs, future research should investigate children's attitudes and views using field-based science methods.

References

- Acker, J. (2006). *Class questions: Feminist answers*. Rowman & Littlefield.
- Anderson, L., Barak-Brandes, S., Freud, D., Gatwiri, K., Jafari, Z., Madlela, K., ... & Seyidov, I. (2020). *Minority women and Western media: Challenging representations and articulating new voices*. Rowman & Littlefield.
- Aharoni, M., Te'eni-Harari, T., & Eyal, K. (2024). Integrating values into the social learning process: The occupational world in children's television shows in Israel. *Journal of Children and Media*, 1-19.
- Aqababae, E., & Razaghi, M. (2022). Islamic Fundamentalism and Gender: The Portrayal of Women in Iranian Movies. *Critical Research on Religion*, 10(3), 249-266. <https://doi.org/10.1177/20503032221124551>.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2021). Solving the puzzle of null violent media effects. Advance online publication. *Psychology of Popular Media*. <https://doi.org/10.1037/ppm0000361>.
- Coyne, S. M., Ward, L. M., Kroff, S. L., Davis, E. J., Holmgren, H. G., Jensen, A. C., Erickson, S. E., & Essig, L. W. (2019). Contributions of mainstream sexual media exposure to sexual attitudes, perceived peer norms, and sexual behavior: A meta-analysis. *The Journal of Adolescent Health*, 64(4), 430–436. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.11.016>.
- Dehsufiyani, A. (2009). *Walt Disney and stereotyping for children* (Master's thesis). Social Communications Sciences, Allameh Tabataba'i University, Faculty of Social Sciences.
- Fouts, G. and Callan, M and Piasentin, K and Lawson, A. (2006). Demonizing in Children's Television Cartoons and Disney Animated Films. *Child Psychiatry and Human Development*, 37(1), 15-23. Doi: 10.1007/s10578-006-0016-7.
- Fraser, N. (2014). *Justice interruptus: Critical reflections on the "postsocialist" condition*. Routledge.

- Gerding A and Signorielli N (2013) Gender Roles in Tween Television Programming: A Content Analysis of Two Genres. *Sex Roles*, 70(1-2), 43-56. Doi: 10.1007/s11199-013-0330-z.
- Gerding, A. (2011.) *Between two worlds: a content analysis of tween television programming* (master). The University of Delaware.
- Ghaviadel Darestani, M., Rahmati, M. M., & Chavoshiyan, H. (2019). Representation of Masculinity and Femininity on Iranian Television on IRIB TV2 Children's Programs. *Journal of Woman in Culture and Arts*, 11(1), 89-108. doi: 10.22059/jwica.2019.258572.1078.
- Hajizadeh, M., Sharafzadeh, M. H., & Jadidi Kheirabadi, E. (2023). Critical Discourse Analysis of the Evolution of Walt Disney Animations Focused on Females. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 6(20), 132-97.
- Hoffner, C. A., Levine, K. J., & Toohey, R. A. (2008). Socialization to work in late adolescence: The role of television and family. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(2), 282–302. <https://doi.org/10.1080/08838150801992086>.
- Hamlen, K. R., & Imbesi, K. J. (2020). Role models in the media: A content analysis of preschool television programs in the US. *Journal of Children and Media*, 14(3), 302-323.
- Hennessy, R. (2012). *Materialist feminism and the politics of discourse (RLE Feminist Theory)*. Routledge.
- Kachalmi, K. M., & Yok Fee, L. (2020). The Understanding of Women's Movement Activists on the Necessity of Critical Analysis of Television Content in Iran. *Journal of International Women's Studies*, 21(1), 148-161.
- Karevani, A., & Kaveh, M. (2020). Discourse Analysis of How the Family is Represented in the TV Series 'Under the Foot of Mother. *Strategic Research on Social Problems*, 9(4), 99-116.
- Khalil, A., & Dhanesh, G. S. (2020). Gender stereotypes in television advertising in the Middle East: Time for marketers and advertisers to step up. *Business Horizons*, 63(5), 671-679.

- Kampf, Z., & Hamo, M. (2015). Children talking television: The salience and functions of media content in child peer interactions. *Discourse & Communication*, 9(4), 465–485.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2019). *Analyzing qualitative data with MAXQDA* (pp. 1-290). Cham: Springer International Publishing.
- Lamer, S. A., Dvorak, P., Biddle, A. M., Pauker, K., & Weisbuch, M. (2022). The transmission of gender stereotypes through televised patterns of nonverbal bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 123(6), 1315.
- Lika, M. (2019). *Gender Stereotyping and Media: The Need for Media Literacy*.
- Morgan, M. (2017). Tuchman, Daniels, and Benet: Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media.
- Moxnes, P., & Moxnes, A. (2016). Are we sucked into fairy tale roles? Role archetypes in imagination and organization. *Organization Studies*, 37(10), 1519e1539.
- Msofu, D. V., & Britto, R. J. (2024). Gender Frames Portrayed in Television Series: Implications towards Women. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 22(6), 35-43.
- Pownall, M., & Heflick, N. (2023). Mr. Active and little miss passive? The transmission and existence of gender stereotypes in children's books. *Sex Roles*, 1–16. <https://doi.org/10.1007/s11199-023-01409-2>.
- Raj, S. (2023). Gender, Media and the Covid-19 Pandemic: An Investigation into Missing Gendered Narratives in Indian News Media. In *Media Narratives and the COVID-19 Pandemic* (pp. 28-40). Routledge India.
- Ricci, D. (2020). Stereotyped Categories of Female Representation on the Italian Social Semiotic Landscape. *Handbook of Research on Translating Myth and Reality in Women Imagery Across Disciplines*, 233.
- Roromari, M. R. (2023). Women's Annihilation in Kids TV Show "Si Bolang". *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 139-152.

- Shaker, E., & Tayie, S. (2024). Symbolic Annihilation of women's political roles in Egyptian TV drama in the peak of Egypt's political changes (2010 to 2014). *CDELT Occasional Papers in the Development of English Education*, 85(1), 135-152.
- Soltani Gordfaramarzi, M. (2006). Gender In Iranian Cinema. *Women In Development and Politics (Women's Research)*, 4(1-2), 61-91, <https://sid.ir/paper/55553/en>
- Strong, C. (2014). *The Handbook of Gender, Sex and Media*.
- Stevens, D., Bulmer, S., Banducci, S., & Vaughan-Williams, N. (2021). Male warriors and worried women? Understanding gender and perceptions of security threats. *European journal of international security*, 6(1), 44-65.
- Tuchman, G. (1978). Introduction: The symbolic annihilation of women by the mass media. In Tuchman, G., Daniels, A. K., & Benét, J. (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media* (pp. 3-38). Oxford University Press: New York.
- Tuchman, G. (2000). The symbolic annihilation of women by the mass media. In *Culture and politics: A reader* (pp. 150-174). New York: Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_9.
- Tuchman, G. (1979). Women's depiction by the mass media. *Signs*, 4(3), 528. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/womens-depiction-mass-media/docview/1300110714/se-2>.
- Walsh, A., & Leaper, C. (2020). A content analysis of gender representations in preschool children's television. *Mass Communication and Society*, 23(3), 331-355.
- Ward, L. M., & Grower, P. (2020). Media and the development of gender role stereotypes. *Annual Review of Developmental Psychology*, 2(1), 177-199. <https://doi.org/10.1146/annurev-devpsych-051120-010630>.

Appendix A

Table 1. Operational Definitions of Categories

Category	Operational Definitions (Memo)
Independent	A person consistently prefers to act on his/her thoughts and feelings than taking in the views of others.
Dependent	A person consistently affiliates with others and cannot decide or act on their own.
Active	The one who is doing work and activity in most scenes.
Passive	The one who has no dramatic presence in the scenes.
Brave	The one who confronts promptly with a strange and scary event.
Coward	In the scary moments they react, screaming, hiding a face behind their hands, and escaping.
Intelligent	A smart and logical person who is quick to think and give an idea in unexpected event
Unintelligent	One who cannot Focus on a topic and think about it one-way.
Strong	A person with high physical strength and Muscular body.
Weak	A person with low physical strength.
Helpful	One who provides physical, psychological, informational, or financial assistance to others.
Competitive	One who feels superior to other characters. They try to demonstrate their superiority by holding a competition or duel with other characters over a topic.
Aggressive	One who performs actions such as shouting, frowning, and throwing or breaking objects.
Worried	When one character has states such as anxiety, distress, and worry about an issue.
Troublemaker	One who causes crisis and trouble through their actions.
Trouble-solver	One who, in the event of an incident or problem, solves it with their own solutions and prevents a crisis from occurring.

Appendix B

Table 2. The Distribution of Gender Binary of The Three Researched Animations

Gender Binary Stereotypes	Male	Female
Active	103	33
Passive	0	22
Dependent	0	12
Independent	24	6
Brave	24	1
Coward	1	11
Competitive	14	2
Helpful	15	8
Intelligent	42	27
Unintelligent	4	3
Strong	26	0
Weak	0	27
Aggressive	40	3
Worried	0	27
Troublemaking	18	3
Trouble solving	10	4

WOMEN'S RIGHTS IN NEWS MEDIA NARRATIVES OF WAR: THE CASE OF SYRIAN WAR

Athina Simatou

Author Note

<https://orcid.org/0009-0004-4622-3100>

I have no conflict of interest to disclose.

Correspondence concerning this article should be addressed to Athina Simatou, Ph.D., athina_simatou@yahoo.gr

Violence against women and girls has been a persistent consequence of war throughout history (Human Rights Watch, n.d.). Today, despite global progress in women's rights and advocacy (Amnesty International, n.d.), gross and systematic violations continue to occur during and after wars, especially in protracted conflicts. The UN Secretary-General 2024 report warns that "international human rights law and its special protections for women [...] are being ignored" (p. 16), underscoring both the international community's failure to adequately protect women and girls and the urgent need for greater attention to their plight.

Both traditional and online media have been recognised as a cornerstone in raising awareness of sexual violence (A. Crossley as cited in Pulido et al., 2021, p. 1258), promoting women's rights, and ensuring women's representation in public discourse. Scholars, activists, and institutions have emphasised journalism's crucial role in monitoring human rights violations (McPherson, 2012; Pulido et al., 2021). Nevertheless, research indicates that women's experiences in war remain underreported and

often marginalised in media coverage (Cuclanz, 2013; Janoch et al., 2024; UN Secretary-General, 2024). Beyond the function of media and journalism, Rorty (1998), along with scholars such as Ali (2014) and Meyers (2016), highlights the power of narratives to combat discrimination and foster a human rights culture.

Building on these insights, this paper examines how international digital media narratives portray abuses against women and girls in the Syrian civil war. It analyses coverage from three international media outlets through qualitative narrative methods and explores both the extent to which gender-based abuses are reported and the ways in which women are portrayed as victims or survivors of war. Accordingly, the study addresses three research questions: (RQ1) To what extent do journalistic narratives cover the suffering of women in the Syrian civil war? (RQ2) How does this coverage compare with the overall reporting on the war and on other human rights issues? (RQ3) Do journalistic narratives adopt a women's rights-based approach when reporting these violations?

Ultimately, this study advocates for a women's rights-based approach to journalism that foregrounds the rights, resilience, and vulnerabilities of women in conflict settings and fosters media practices that bring women's rights into the spotlight.

Women's Rights in War and Media Narratives

Conceptualising Women's Rights

Women's rights – conceptualised primarily through the principles of gender equality, human dignity, and non-discrimination – are understood as the rights inherent to all women (Herre et al., 2023). They encompass the fundamental freedoms and entitlements accorded to all human beings, yet from which women have historically been excluded or have not equally benefitted (Herre et al., 2023). These rights include freedom from slavery, violence, and discrimination; access to education, political participation, equal pay, property ownership, and healthcare (Amnesty International,

n.d.); reproductive rights (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women [CEDAW] Arts. 10, 12, 16; and the rights to adequate housing and peace (Protocol to the African Charter on Human and Peoples' Rights on the Rights of Women in Africa, Arts. 10, 16).

A range of international and regional instruments safeguard women's rights, with CEDAW¹ constituting the most influential and comprehensive. Other key instruments include The Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence (Istanbul Convention, 2011), the African Charter on Human and Peoples' Rights (1981, Art. 18, para. 3), and the Protocol to the African Charter on Human and Peoples' Rights on the Rights of Women in Africa (2003).

Women's Rights in War

Under international human rights law, women's rights are protected in both peacetime and wartime.² The UN Committee on the Elimination of Discrimination against Women (2013) affirms that, in conflict situations, women's rights are governed by a framework of complementary protections encompassing CEDAW, international humanitarian law,³ refugee law, and international criminal law (para. 19). While international humanitarian law provides general protections for all civilians, it also includes specific safeguards for women due to the particular risks they encounter during armed conflict (ICRC, n.d.; Lindsey-Curtet et al., 2004).

1. The implementation of the Convention is monitored by the Committee on the Elimination of Discrimination against Women, a body of independent experts.

2. Defining war within the framework of international law, as well as determining whether a specific situation qualifies as an armed conflict, is crucial to establishing whether international humanitarian law – designed to protect victims of war – applies (Balendra, 2007, p. 2463). International law recognises two types of armed conflicts: international armed conflicts, which occur between two or more states, and non-international armed conflicts, which involve governmental forces and non-governmental armed groups, or occur solely between non-governmental armed groups (International Committee of the Red Cross [ICRC], 2008, p. 1).

3. International humanitarian law is a body of rules derived from international treaties and customary international law that applies in the context of armed conflicts to alleviate suffering and limit the effects of war on civilians, persons no longer participating in hostilities, and combatants still engaged in them (Office of the High Commissioner for Human Rights, 2011, pp. 5, 12).

These protections prohibit all forms of sexual violence, including rape, forced prostitution, indecent acts and threats of sexual assault (Lindsey-Curtet et al., 2004). They also require the separate detention of women from men and mandate that expectant mothers and mothers of young children, particularly nursing mothers, receive priority treatment and special care (ICRC, n.d.; UN Committee on the Elimination of Discrimination against Women, 2013, paras. 20–21). Additionally, the UN Human Rights Committee⁴ (as cited in Office of the High Commissioner for Human Rights, 2011) stipulates that states must not execute pregnant women.

Human rights organisations, legal bodies, and scholars often conceptualise women's rights in war primarily through the lens of violations. The International Council on Human Rights Policy (2000) identifies abuses against women such as rape, abduction, forced prostitution or sexual slavery, reprisals targeting women as family members, and other forms of gender-based discrimination as key categories of human rights violations during armed conflict. Similarly, the UN Committee on the Elimination of Discrimination against Women (2013) highlights a broad spectrum of issues affecting women during conflict which includes gender-based violence, trafficking, displacement, statelessness, forced marriage, and lack of or restricted access to justice, education, employment, and healthcare, alongside limited participation in leadership roles.

When conceptualising women's rights in war, it is also essential to acknowledge women in conflict zones not solely as passive victims of war, but rather as active agents who react to their suffering and reconstruct their lives and identities in the face of extreme adversity (ICRC, 2018). A recent cross-country study by Janoch et al. (2024) found that 91% of more than 13,000 women surveyed across 15 conflict-affected countries had taken on leadership roles within their families or communities, becoming breadwinners and advocates for peace. These findings illustrate both the enduring gendered impact

4. The UN Human Rights Committee is a body of independent experts that monitors the implementation of the International Covenant on Civil and Political Rights by the States parties.

of war and the capacity of women facing war-related challenges, including sexual violence, death, and economic hardship, to demonstrate resilience and, leadership amid crises.

Consequently, these findings highlight the need for human rights discourses and media narratives that move beyond representations of women as passive victims and adopt more nuanced portrayals that embrace their agency, resilience, and contributions in conflict settings.

Women in Conflict: Media Coverage and Representations

Despite extensive evidence that women and girls in conflict areas endure extreme, widespread, and systematic violations, while simultaneously assuming crucial leadership roles, their representation in media remains inadequate. Studies indicate that women are consistently underrepresented and underreported in journalistic narratives of war, post-conflict environments, and peacetime (Freeman & Waisbord, 2017; Holmes, 2013; Janoch et al., 2024; Thorsen & Sreedharan, 2024).

A large-scale study by Janoch et al. (2024), analysing more than 7.8 million online articles on conflicts published between 2013 and 2023, revealed that “95% of media coverage of conflicts since 2013 overlooks women, their roles, and their experiences” (p. 1). The study also found that fewer than 0.04% of articles focusing on women addressed their leadership roles, and fewer than 0.03% portrayed them positively (pp. 1-2). Similarly, Holmes (2013), in a critical examination of media depictions of women in Rwanda and the Democratic Republic of Congo between 1994 and 2010, revealed that BBC Newsnight’s features portrayed women primarily as passive subjects of humanitarian crises, while notably omitting references to rape and sexual and gender-based violence (SGBV), despite documentation of such crimes.

Drawing on critical frameworks from political economy and communication studies, scholars attribute the absence or misrepresentation of women in news media to the persistence of masculine dominance in media ownership

and journalism culture, a structural imbalance that persists even in the era of globalisation (Freeman & Waisbord, 2017, p. 388).

Nevertheless, feminist analyses underscore journalism's vital role in bringing visibility to women's struggles, preventing future abuses and sexual harassment (Pulido et al., 2021), and, ultimately, advancing women's rights. This transformative potential can be realised when news media serve as platforms through which human rights organisations can engage in "shaming human rights violators, educating policymakers and the public, or attempting to attract international resources" (Sobel & McIntyre, 2018, pp. 87).

News media can further advance women's rights through high-quality human rights reporting that challenges harmful stereotypes about sexual violence, emphasises solutions (Thorsen & Sreedharan, 2024, p. 174), gives voice to the survivors of abuses (Shaw, 2012), and focuses on their lived experiences (Batario, 2009). To this end, human rights journalism constitutes the appropriate normative journalistic practice. Grounded in the principles of dignity, human rights, and justice, it seeks to enhance understanding of the root causes of human rights violations, illuminate the experiences of victims and the actions of perpetrators, and cultivate critical reflection to prevent further violations (Shaw, 2012). To achieve these goals, it draws on the human rights-based approach to journalism, an approach that integrates human rights promotion into journalists' daily responsibilities (Rose, 2013, p. 85). This model is based on five key principles: the participation of all affected parties, the accountability of duty bearers, non-discrimination, the empowerment of rights-holders, and adherence to human rights standards (Shaw, 2012, p. 232-236).

Women's Right to Narrate Their Stories

Beyond adopting a rights-based media approach, the accurate and appropriate presentation of facts and events is equally essential when covering abuses against women. Rorty (1998) argues that the best way to foster a human rights culture is through the adoption of narratives that cultivate moral

emotions, such as sympathy and solidarity. Similarly, Müller-Funk (as cited in Herman & Vervaeck, 2019, p. 259) highlights that cultures are shaped through narratives, which serve as powerful symbolic tools and form the basis of narrative communities. Meyers (2016) envisions a human rights culture as a transnational moral community in which human rights and dignity are safeguarded and enjoyed by everyone (p. 3). She contends that victims' stories enable a better understanding of human rights, reveal the limitations of existing human rights concepts, and engage audiences with human rights norms, while counteracting the hatred that leads to severe violations (pp. 2-3, 21).

Narratives are particularly significant in relation to gendered experiences of violence. Ali (2014) argues that storytelling in gender education offers the nuance necessary for deep learning and empowerment (p. 1). Giving women and girls the space to articulate the violence they endure constitutes a fundamental step toward dismantling cultures of abuse. Haydari et al. (2024) assert that women's voices – both metaphorically and literally – possess the power to “break silences and make silenced voices visible” (p. 20), thus creating discursive spaces for self-expression.

Survivors' stories can induce empathy and foster a deeper understanding of lived experiences of suffering. This is illustrated in the memoir “A Woman in Berlin: Eight Weeks in the Conquered City”, an anonymous diary recounting mass rapes – including the author's gang rape – committed by soldiers of the Red Army during the fall and occupation of Berlin in 1945. Meyers (2016) argues that the diary demonstrates the dual power of victim's stories: they can evoke deep empathy by highlighting assaults on shared aspects of humanity, while providing sufficient personal detail to cultivate emotional proximity to the victim's suffering (p. 23). Such testimonies can reform political agendas and challenge representations of oppressed women in the public sphere, as demonstrated by the politicisation of personal narratives by women of colour and lesbians during the second wave of feminism, in response to their exclusion from mainstream feminist discourse in Western contexts (Meyers, 2016, p. 65-66).

Storytelling, therefore, is not merely an engaging mode of communication but a fundamental right (Rousseau as cited in Meyers, 2016, p. 132; Slaughter, 1997). Denying people the freedom to narrate their stories constitutes a violation of this right (Slaughter, 1997). Thus, if the act of telling stories is conceptualised as a human right, then using media narratives to amplify the voices of women and girls who have suffered wartime violations can be understood as an extension of their right to tell their own stories.

Methodology

Research Design & Methodological Choices

The study employed a qualitative research design that combined case study methodology with narrative analysis. The case study approach allows for the examination of complex, contemporary phenomena within their real-world context (Yin, 2018), while narrative analysis enables the evaluation of journalistic war narratives and the stories they tell (Parcell & Baker, 2017; Patton, 2002).

The Syrian civil war was selected as an instrumental case study to provide the necessary background for examining women's rights reporting in wartime contexts (Lune & Berg, 2017). The conflict is one of the most extensively documented in modern history (McNail, 2020) and among the deadliest of the twenty-first century (Ray, 2023). Throughout the war, women have suffered gross and systematic violations (Independent International Commission of Inquiry on the Syrian Arab Republic, 2023), resulting in severe trauma and mental health issues (Syrian Network for Human Rights, 2023). As of November 2024, records indicated 29,064 females dead, including 117 cases of death under torture; 11,268 women and girls detained or forcibly disappeared; and 11,553 incidents of sexual violence, including assaults against underage girls (Syrian Network for Human Rights, 2024).

Three international news media organisations – *The New York Times*, *Al Jazeera English* (the English-language division), and *The Guardian* – were selected for analysis. This selection reflected the outlets' differing

cultural , geographical, and institutional contexts: *The New York Times* and *The Guardian* operate as independent commercial media in liberal systems, whereas *Al Jazeera English* receives Qatari state funding while maintaining editorial independence. Additional selection criteria included the outlets' international reach, extensive reporting capacity, and established engagement with human rights issues. Finally, all three media have received recognition for their journalistic work.

This purposeful selection enabled a cross-cultural comparison and enhanced the reliability and analytical robustness of the findings (Lune & Berg, 2017; Yin, 2018).

Data Collection & Sampling

Data collection and sampling followed a five-step protocol, illustrated in Table 1. Upon completion of the process, a corpus of 2,391 articles was retained for analysis. The sample consisted of online news and feature stories about the Syrian war published by the three media outlets during 2014, a year marked by exceptionally high levels of casualties and gender-based violence, including sexual exploitation, harassment, and child marriage (International Rescue Committee, 2014).

In particular, the final sample comprised:

- 917 stories from *The New York Times*
- 728 from *Al Jazeera English*,
- 746 from *The Guardian*.

News stories constituted more than 80% of the sample. Table 2 summarises the composition of the dataset.

Table 1 - Data Collection & Sampling Protocol

Step	Description	Notes
1	Define the units of analysis	Syrian war stories published in the digital editions of the selected media outlets.
2	Define “Syrian War Stories”	News and feature stories in which the Syrian war constituted the central theme. Image-based stories were excluded. The thematic scope included hostilities, political and military developments, human rights issues, cultural heritage destruction, and international involvement.
3	Set the study period	The year 2014 was selected due to the high number of casualties and extensive reports of multiple forms of violence against women.
4	Search for “Syrian War Stories”	Articles were retrieved using each outlet’s platform-specific tools: <i>The New York Times</i> : advanced search tool using the keyword “Syria,” and date filters from 1 January 2014 to 31 December 2014, which produced 3,304 results. <i>Al Jazeera English</i> : keyword search for “Syria” AND “2014”, yielding approximately 1,500 results. <i>The Guardian</i> : the thematic section “Syria”, which contained approximately 1,500 results. In total, 6,304 journalistic pieces were identified.
5	Screen the corpus	Each article was manually reviewed for thematic relevance. Eligible items were retained as the final study sample

Source: Author’s elaboration.

Table 2 - Research Sample

Media Outlet	Syrian War Stories				
	All Stories	News Stories		Feature Stories	
		Number	%	Number	%
<i>The New York Times</i>	917	763	83%	154	17%
<i>Al Jazeera English</i>	728	600	82%	128	18%
<i>The Guardian</i>	746	649	87%	97	13%

Source: Author’s elaboration.

Data Analysis

In line with the study's theoretical framework, the analysis adopted the analytical term gender-related abuses to examine how gendered harm, violence, and discrimination are represented in journalistic narratives. Data analysis followed a three-stage process combining three complementary narrative analysis methods. Full journalistic stories served as the units of analysis and all coding procedures were performed manually, an approach that allowed for close, interpretive engagement with the material.

In the first stage, the study applied thematic narrative analysis (Parcell & Baker, 2017) across the entire corpus of Syrian war stories. A combination of open and axial coding was used to locate thematic patterns and distinguish between stories centred on human rights events – including violations, protection efforts, and the consequences of violations – and those focusing on other aspects of the war. This categorisation was informed by both deductive reasoning – guided by theoretical frameworks on human rights – and inductive reasoning – derived from the empirical data. This stage resulted in the identification of all items thematically classified as Human Rights Stories, which were then retained for further analysis.

The second stage focused exclusively on the Human Rights Stories and employed paradigmatic analysis of narratives (Oliver, 1998). Open and axial coding were again applied to identify key story elements. This step generated and consolidated analytical categories capturing recurring human rights issues – with particular attention to gender-related abuses – and the roles attributed to women. Deductive and inductive reasoning jointly informed the development of categories. Table 3 summarises the analytical categories developed.

Table 3 - Analytical Categories

Category	Definition
Main human rights issues	Primary violations or rights-related issues addressed in the story*.
Roles of characters	Relationship of characters to the main human rights issues (e.g., victim of abuse).
Secondary human rights issues	Additional violations and/or rights-related issues mentioned in the story.
* A story may address more than one primary human rights issue (Ovsiovitch, 1993, p. 681).	

Source: Author’s elaboration.

The final stage applied narrative genre analysis (Elliott, 2005) to assess whether stories addressing gender-related abuses and featuring women as victims aligned with the genre of women’s rights-based journalistic narratives. A story was classified within this genre when it met at least half of the criteria of the human rights–based journalistic narrative framework (Simatou, 2024), adapted here to a women’s rights–based approach. The criteria are presented in Table 4.

Table 4 - Criteria of the Women’s Rights-Based Journalistic Narrative

Criterion	Indicators
Central role of women/ girls	Women or girls as protagonists; inclusion of their voices; description of emotional, physical, and material impact; contextual information about their lives.
Human rights language & links to human rights standards	Explicit references to human rights and women’s rights; links to relevant human rights conventions or standards; use of accurate terminology.
Humanised and/or highly descriptive reporting	Vivid and/or detailed descriptions of violations, context, and impact.
Broader Context (“the big picture”)	Historical, social, and/or political context; inclusion of relevant statistics or data
Accountability	Attribution of responsibility to perpetrators or duty bearers.

Visual/Audiovisual elements	Use of photographs and/or videos, where text remains the primary narrative device.
Identification of inequalities	Documentation of women's vulnerabilities, structural inequalities, and/or power imbalances.
Proposed solutions	Inclusion of potential solutions, good practices and/or calls to action.

Source: Author's elaboration.

Methodological Restrictions

The study presents several limitations arising from both methodological choices and practical constraints. First, it examined a single armed conflict, the Syrian civil war, and focused only on one calendar year (2014) within a conflict spanning more than fourteen years. Second, the sample included only three international, English-language media organisations. This choice may have overlooked local and/or non-English media perspectives, as well as media outlets with different editorial orientations. Moreover, all selected outlets have an explicit stance on human rights reporting, which may not reflect the full spectrum of global media coverage.

Third, data collection relied solely on the digital editions of the outlets. Two of them, *Al Jazeera English* and *The Guardian*, do not provide advanced search tools, making it more challenging to ensure that all relevant material was retrieved. Fourth, image-based stories (e.g. photojournalism) were excluded. Fifth, the study was limited to news and feature stories, excluding other narrative journalistic genres such as documentaries. Sixth, as the research formed part of a doctoral dissertation, it was conducted by a single researcher within a defined timeframe and budget, constraints that inevitably influenced the selection of case study, media outlets, and research methods.

These methodological boundaries restrict the statistical generalisability of the findings. However, case study methodology allows for analytic generalisation (Yin, 2018), contributing to the development or refinement of theoretical concepts (Lune & Berg, 2017) rather than statistical inference.

Despite these constraints, the study provides valuable insights into the representation of women's rights in war reporting, empirically tests the concept of a women's rights-based journalistic narrative, and establishes a basis for future comparative and large-scale research.

Results & Discussion

Overview of Coverage

In 2014, the three outlets, *The New York Times*, *Al Jazeera English*, and *The Guardian*, published a total of 922 stories classified as Human Rights Stories (38.6%), while 1,469 stories (61.4%) focused on other aspects of the conflict. More specifically:

- *The New York Times* published 331 Human Rights Stories (36.1%), out of 917 Syrian war stories.
- *Al Jazeera English* published 292 Human Rights Stories (40.1%), out of 728 Syrian war stories.
- *The Guardian* published 299 Human Rights Stories (40.1) out of 746 Syrian war stories.

While *The New York Times* published the largest overall number of Syrian war stories (see Table 2), both *Al Jazeera English* and *The Guardian* devoted a slightly higher proportion of their coverage to human rights issues. This pattern indicates a comparatively stronger and more consistent emphasis on rights-based reporting by these two outlets.

Gender-Related Abuses in Journalistic Narratives

Gender-related abuses were significantly underrepresented in media coverage of the Syrian war. In this study, the term gender-related abuses was conceptualised as an umbrella category encompassing a broad range of abuses linked to gendered power relations, including, but not limited to, sexual violence, forced or child marriage, sexual exploitation, harassment, gender discrimination at work, and gender-based violence, including domestic violence..

Across the sample, only 21 (2.3%) of the 922 Human Rights Stories addressed gender-related abuses, comprising 10 feature stories and 11 news stories:

- *The New York Times*: 3 stories (0.9%).
- *Al Jazeera English*: 6 stories (2.1%).
- *The Guardian*: 12 stories (4%).

The Guardian exhibited notably stronger editorial engagement to gender-related abuses, publishing four times as many such stories as *The New York Times* and twice as many as *Al Jazeera English*. However, even in *The Guardian*, such coverage represented only 4% of its human rights reporting, highlighting a broader pattern of gender invisibility and marginalisation within war journalism.

Media coverage of different forms of gender-related abuses was also highly uneven:

- Child/forced marriage was the most frequently reported issue, appearing in 11 stories, including 7 in *The Guardian*.
- Sexual violence/rape was reported in 10 stories (*The Guardian*: 6, *Al Jazeera English*: 2, *The New York Times*: 2).
- Gender-based violence, including domestic violence, appeared in only 2 stories, both published by *The Guardian*.
- Sexual exploitation was addressed solely in only two stories, both published by *The Guardian*.
- Sexual harassment/humiliation appeared in one story published by *The Guardian*.
- Gender discrimination at work was identified in one story published by *Al Jazeera English*.

This systematic underrepresentation of gender-related abuses stands in stark contrast to extensive documentation by human rights organizations indicating that such violations were pervasive during the Syrian conflict. The International Rescue Committee (2014) reported sexual exploitation and harassment, increased incidents of domestic violence, and early or

forced marriage – particularly in displacement contexts marked by insecurity and poverty – as three of the most prevalent threats facing Syrian women and girls.

Comparison with Other Human Rights Issues

While gender-related abuses were only marginally covered, other human rights issues, such as indiscriminate attacks on civilians, displacement, and loss of life, dominated the coverage. The most frequently reported human rights violations per outlet were:

- *The New York Times*: loss of life (40%), attacks on civilians (35%) and humanitarian aid/crisis (24%).
- *Al Jazeera English*: loss of life (36%), displacement (34%) and attacks on civilians (27%).
- *The Guardian*: loss of life (43%), displacement (31%) and humanitarian aid/crisis (15%).

These frequencies indicate that abuses more directly connected to hostilities were prioritised by media narratives, an editorial choice likely reflecting established news values that emphasise immediacy, conflict, and quantifiable loss.

Interconnection of Human Rights Abuses

In line with Ovsiovitich's (1993) observation, human rights violations frequently appeared as interconnected within the stories. Gender-related abuses were in some cases reported within broader narratives of displacement and conflict-related hardship. For instance, *Al Jazeera English*'s stories on child marriage closely linked the practice to displacement, highlighting how economic hardship and insecurity compelled families to arrange such marriages as a survival mechanism. Similarly, five stories published by *The Guardian* linked child or forced marriage to other gender-related abuses, like sexual exploitation and domestic violence, or to other human rights issues, including lack of access to education and safety concerns.

Victims' Identities in Media Narratives

A notable finding concerns the limited clarity regarding victims' identities. In five stories, the victims' gender, age, or other identifying characteristics remained unspecified. For instance, one *New York Times* and one *Guardian* story on the sexual abuse of children in government detention failed to specify whether the victims were boys or girls. Similarly, two stories – one published by *The New York Times* and one in *Al Jazeera English* – addressed rape cases in Syria without providing any information about the victims' identities.

In contrast, the remaining stories did provide at least some victim identification. Typically, the victims of gender-related abuses were described as young Syrian refugee girls or “vulnerable young women” in Syria and neighbouring countries. *The Guardian* feature story “Syrian women in Jordan at risk of sexual exploitation at refugee camps”⁵ described “vulnerable young Syrian women” as “being sold into marriage, trafficked and exploited” in refugee camps. However, two *Guardian* stories focused on Western girls who travelled to Syria to marry ISIS fighters, introducing a different framing of child marriage, centred on Western victims.

Women as Victims and Survivors of Other Abuses

Beyond explicitly gender-related abuses, women and young girls were portrayed as victims or survivors in an additional 49 stories (5.3%) addressing other human rights violations or reparative actions. The distribution by outlet was as follows:

- *The New York Times*: 14 stories (4.2%).
- *Al Jazeera English*: 19 stories (6.5%).
- *The Guardian*: 16 stories (5.4%).

5. Harper, L. (2014, January 24). Syrian women in Jordan at risk of sexual exploitation at refugee camps. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global-development/2014/jan/24/syrian-women-refugees-risk-sexual-exploitation>

Once again, *The New York Times* demonstrated the lowest representation of women. The most frequently reported abuses affecting women included:

- Loss of life (16 stories).
- Humanitarian aid/crisis (10 stories)
- Abductions (9 stories).
- Attacks on civilians (9 stories).

A distinct editorial trend emerged regarding the identity of the women portrayed. In half of its stories, *The Guardian* focused on Western women, such as British girls who travelled to Syria and became child soldiers. By contrast, *Al Jazeera English* and *The New York Times* exclusively depicted Syrian women – either those inside Syria or the ones in displacement contexts – as victims or survivors.

This focus by *The Guardian* on Western victims was disproportionate to the actual impact of the war. While both Syrian and Western women appeared equally in its coverage, Syrian women have been far more affected by the conflict. This pattern may reflect editorial priorities catering to Western audiences who may identify more readily people perceived as culturally, geographically, or nationally proximate than with distant Others.

However, two feature stories stood out for portraying Syrian women as resilient figures engaged in activism, human rights promotion, and resistance rather than solely as victims. *Al Jazeera English*'s story, "From Syrian Prisons to Diplomacy in Geneva",⁶ profiled an anti-government activist and former political prisoner who became a diplomatic representative at the Geneva peace talks. Similarly, *The New York Times* story "Rights Voice Silenced in Syrian War"⁷ centred on a Syrian activist abducted and forcibly disappeared for documenting human rights violations.

6. Atassi, B. (2014, January 25). *From Syrian prisons to diplomacy in Geneva*. Al Jazeera English. <https://www.aljazeera.com/features/2014/1/25/from-syrian-prisons-to-diplomacy-in-geneva>

7. Bohlen, X. (2014, January 21). *Rights Voice Silenced in Syrian War*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2013/12/31/world/europe/rights-voice-silenced-in-syrian-war.html>

Women's Rights-based Journalistic Narratives

The final stage of analysis focused on 28 stories addressing women's rights and gender-related issues or portraying women as victims in Syrian war reporting. Each media outlet was proportionally represented and the sample included:

- 11 stories from *The Guardian*.
- 10 stories from *Al Jazeera English*.
- 7 stories from *The New York Times*.
- 13 news stories and 15 feature stories.
- 17 stories on gender-related abuses and 11 on other abuses (e.g., the recruitment of girls as child soldiers.).

A key finding was that 50% of these stories fulfilled at least half of the criteria for a women's rights-based approach. Nevertheless, the extent to which the criteria were met varied considerably across the sample.

Notably, stories that fulfilled four or five criteria reflected only limited engagement with women's rights, as they lacked core elements of a comprehensive women's rights-based journalistic approach. For instance, *Al Jazeera English's* story "Syrian women vie for few jobs in Lebanon"⁸ effectively centred refugee women and their struggles in the labour market, highlighting economic and gender inequalities and situating these issues within a broader economic and social context. However, it failed to explicitly link these issues to human rights standards, incorporate strong visual elements, hold those responsible to account, and propose solutions or policy interventions – limitations that weakened its transformative potential.

8. Kauri, V. (2014, July 4). *Syrian women vie for few jobs in Lebanon*. Al Jazeera English. <https://www.aljazeera.com/economy/2014/7/4/syrian-women-vie-for-few-jobs-in-lebanon>

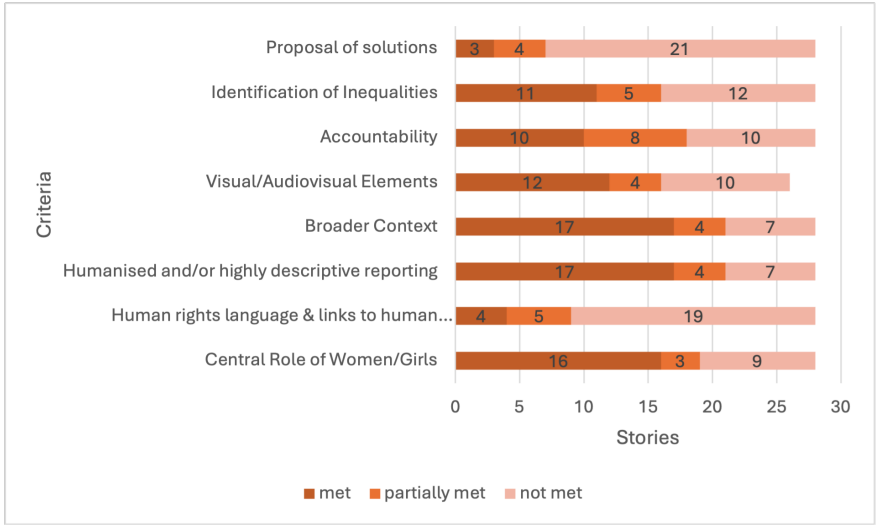
Only three articles, all published by *The Guardian*, fully met six of the established criteria and none fully met more than six. This finding underlines the challenges of applying a women's rights-based approach to armed conflict reporting. The story "Syrian women in Jordan at risk of sexual exploitation at refugee camps" (see Footnote 5), which fully met six and partially two criteria, strongly embodied this approach by foregrounding refugee women's experiences through detailed and humanised reporting and by contextualising exploitation within a broader framework. One of its strongest elements was the inclusion of a woman's personal letter, which added emotional depth and authenticity. Nevertheless, the story made limited use of explicit human rights language, referring only to Jordanian law and the ratification of UN conventions on trafficking rather than reinforcing its human rights framing through explicit references to international human rights standards. Similarly, the story "Syria's female refugees facing poverty, harassment and isolation"⁹, which fully met six and partially one criterion, was predominantly based on a UNHCR report serving more as a communication platform for a human rights agency (Sobel & McIntyre, 2018) than as a piece of original journalistic reporting.

Frequency of Criteria Fulfilment

Across the dataset, the most consistently met criteria were humanised or highly descriptive reporting, the provision of broader context, and the central role of women or girls in the story. Conversely, the least frequently fulfilled criteria were the proposal of solutions and the use of human rights language. Chart 1 illustrates these frequencies.

9. Sherwood, H. (2014, July 8). *Syria's female refugees facing poverty, harassment and isolation*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2014/jul/08/women-head-quarter-syrian-refugee-families>

Chart 1 - Frequency of Criteria Fulfilment



Source: Author's elaboration.

A closer examination of Chart 1 reveals notable patterns. While the media outlets published stories that humanised women's experiences and provided critical context, there was a persistent gap in incorporating human rights language and in proposing responses to the problems identified. The limited use of human rights language could be attributed to the lack of specialised knowledge required to accurately situate abuses within the international human rights framework. While many articles accurately identified acts such as rape or harassment as forms of violence, they rarely extended the discussion to explicitly frame them as violations of international human rights standards. This gap may stem from a lack of expertise or specific training among journalists in the field.

Similarly, the low occurrence of solutions-oriented stories may be explained by prevailing journalistic norms and audience expectations. Advocacy-oriented reporting is not widely accepted in mainstream journalism, as traditional professional norms often prioritise neutrality over solution-driven storytelling.

A total of 42.9% of the stories incorporated visual or audiovisual material to enhance storytelling and credibility. However, in many cases, images or videos lacked direct relevance to the abuses discussed to the women portrayed, a fact that weakened their impact. One notable exception was *The New York Times* article “In Jordan, Ever Younger Syrian Brides”,¹⁰ which featured 11 photographs tracing the lives of underage brides – from engagement and wedding ceremonies to motherhood and post-marriage life. These visuals reinforced the story’s human-centred approach.

Narratives Outside a Women’s Rights-Based Framework

Some stories, despite touching on gender-related issues, adopted non-human rights-based perspectives, framing events through a counterterrorism, military, diplomatic, or political lens. For instance, one *New York Times* story¹¹ covered the release of abducted nuns as a diplomatic and political event rather than as an issue affecting women’s rights and safety in war. Similarly, *Al Jazeera English*’s story “Syrian bombardment kills dozens in Homs”¹² referred to women only as part of the casualty count, omitting their specific experiences or vulnerabilities. The story focused instead on military strikes and their immediate consequences.

These findings indicate that even when gender-related issues or women’s experiences are reported, the media do not necessarily frame them as human rights violations. Such coverage often fails to identify perpetrators, articulate rights violations, or seek accountability – elements that are central to a women’s rights-based journalistic approach.

10. Sweis, R. F. (2014, September 13). *In Jordan, Ever Younger Syrian Brides*. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2014/09/14/world/middleeast/in-jordan-ever-younger-syrian-brides.html>

11. Barnard, A., & Saad, H. (2014, March 9). *Nuns Released by Syrians After Three-Month Ordeal*. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2014/03/10/world/middleeast/nuns-released-by-syrians-after-three-month-ordeal.html>

12. News Agencies. (2014, September 17). ‘Syrian bombardment kills dozens’ in Homs. *Al Jazeera English*. <https://www.aljazeera.com/news/2014/9/17/syrian-bombardment-kills-dozens-in-homs>

Representation and Marginalisation

Overall, the study reveals that women and their experiences during the Syrian war were marginalised across all three outlets, indicating a significant gap in mainstream war reporting and highlighting structural patterns in how women are positioned and represented within war narratives. These results resonate with existing scholarship, criticising the underrepresentation of women in war reporting. Janoch et al. (2024), for instance, argue that media consistently fail to focus on women's experiences at war or depict them as leaders.

While some stories addressed women's rights issues, such coverage was frequently overshadowed by broader political, military, or diplomatic concerns – a pattern reflecting editorial hierarchies and conventional news values in international war reporting. As a result, media narratives often relay very mixed messages about women and their rights, echoing Freeman & Waisbord's critique (2017) that global news media misrepresent women or fail to adequately communicate their rights.

In this context, adopting a women's rights-based approach to journalism in war emerges as a *sine qua non* in the contemporary, rapidly evolving media environment. Such an approach can enhance women's visibility and support their right to communicate and tell their stories as active agents capable of shaping public discourse and contributing to justice and peacebuilding.

Advocating for More Women's Rights-Based Narratives in Journalism

This study concludes by reaffirming its central aim: not only to assess the extent to which gender-related abuses and violence against women in war are reported by the media, but, more importantly, to examine whether existing media coverage embodies the principles of women's rights-based journalism. This journalistic approach foregrounds human dignity and women's rights, aiming to challenge injustice, wrongdoing, and abuse.

Drawing on a three-step qualitative narrative analysis of Syrian war reporting by *The Guardian*, *Al Jazeera English*, and *The New York Times*, the study identified several key findings:

- High-impact human rights issues, such as loss of life and displacement, were prioritised over gender-related abuses.
- Coverage of gender-related abuses was minimal, while victims were often not clearly identified, raising concerns about the adequacy of the coverage of women's war-related experiences.
- Although women appeared slightly more frequently in stories addressing other human rights violations (e.g., attacks on civilians) or efforts to remedy them, their overall representation remained notably low.
- Even when gender-related issues were addressed and/or women were portrayed as victims, these experiences were often contextualised within broader narratives of war and displacement, rather than framed as distinct human rights concerns.
- *The New York Times* published the smallest proportion of stories about women, despite producing the largest volume of Syrian war coverage overall.
- *The Guardian* disproportionately highlighted the experiences of Western women and girls, revealing editorial choices that may marginalise Syrian women who have been directly and disproportionately affected by the war.

Although a limited number of stories exhibited qualities and elements consistent with a women's rights-based journalistic narrative, such as centring female characters and employing detailed and humanised reporting, most fell short in certain areas. Most notably, they rarely employed explicit human rights language or proposed solutions or policy interventions. These omissions indicate a clear gap in both the qualitative and quantitative aspects of reporting on women's experiences and rights during war.

Despite its methodological limitations, the study emphasises the critical responsibility of media organisations in ensuring both the visibility of women in conflict reporting and the accurate representation of their experiences. Just as importantly, the study advocates for the systematic adoption of women's rights-based narratives as a powerful and transformative journalistic tool capable of countering the marginalisation of women in war reporting.

To this end, the study highlights the need for continuous, specialised, and nuanced training for journalists and media workers on women's rights, as well as for the appropriate integration of women's rights-based methodologies into everyday reporting routines. Strengthening such capacities is essential for building media ecosystems that promote justice, amplify survivors' voices, and shape more equitable and inclusive public discourse.

Bibliography

- African Charter on Human and Peoples' Rights, June 1, 1981, <https://au.int/en/treaties/african-charter-human-and-peoples-rights>
- Ali, M. I. (2014). Stories/storytelling for women's empowerment/empowering stories. *Women's Studies International Forum*, 45, 98-104. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2013.10.005>
- Amnesty International, (n.d.). *Women's rights*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.amnesty.org/en/what-we-do/discrimination/womens-rights/>
- Balendra, N. T. (2007). Defining Armed Conflict. *Cardozo Law Review*, 29(6), 2461-2516. <https://ssrn.com/abstract=1022481>
- Batario, R. (2009). *Reporting Human Rights in the Philippines. A Field Guide for Journalists and Media Workers*. Philippine Human Rights Reporting Project. <https://reliefweb.int/report/philippines/reporting-human-rights-philippines-field-guide-journalists-and-media-workers>
- Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, December 18, 1979, <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>

- Cuclanz, L. (2013). Mass media representation of gendered violence. In C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 32-41). Routledge.
- Elliott, J. (2005). *Using Narrative in Social Research Qualitative and Quantitative Approaches* (1st Ed.). Sage Publications Ltd. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/using-narrative-in-social-research/book226488#contents>
- Freeman, B. M., & Waisbord, S. (2017). Media and Women's Human Rights. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Human Rights* (pp. 387-395). Routledge. <https://doi.org/10.0.16.228/9781315619835-38>
- Haydari, N., Çankaya, Ö., & Hakverdi, C. (2024). Women's radio history in Turkey. In B. Irmak, C. Koçak, O. Sesigür & N. Haydari (Eds.), *Collaboration in Media Studies* (pp. 17-26). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003389972-3>
- Herman, L., & Vervaeck, B. (2019). *Handbook of Narrative Analysis* (2nd ed.). University of Nebraska Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvr43mhw>
- Herre, B., Samborska, V., Arriagada, P., & Ritchie, H. (2023). *Women's rights*. OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/women-rights>
- Holmes, G. (2013). *Women and War in Rwanda: Gender, Media and the Representation of Genocide*. I. B. Tauris.
- Human Rights Watch. (n.d.). *Women and armed conflict*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.hrw.org/topic/womens-rights/women-and-armed-conflict>
- Independent International Commission of Enquiry of the Syrian Arab Republic. (2023, June 12). *Gendered Impact of the Conflict in the Syrian Arab Republic on Women and Girls*. Office of the High Commissioner for Human Rights. <https://www.ohchr.org/en/statements-and-speeches/2023/06/gendered-impact-conflict-syrian-arab-republic-women-and-girls>

- International Committee of the Red Cross. (n.d.). *Protected persons: Women*. Retrieved January 25, 2025, from <https://www.icrc.org/en/law-and-policy/protected-persons-women#text941032>
- International Committee of the Red Cross. (2008). *How is the Term 'Armed Conflict' Defined in International Humanitarian Law?* [Opinion Paper]. <https://www.icrc.org/en/doc/assets/files/other/opinion-paper-armed-conflict.pdf>
- International Committee of the Red Cross. (2018). *Women and War*. <https://www.icrc.org/en/document/women-war>
- International Council on Human Rights Policy. (2000). *Ends and Means: Human Rights Approaches to Armed Groups*. <https://reliefweb.int/report/world/ends-and-means-human-rights-approaches-armed-groups>
- International Rescue Committee. (2014). *Are we listening?* https://www.rescue.org/report/are-we-listening-acting-our-commitments-women-and-girls-affected-syrian-conflict-0?utm_source=chatgpt.com
- Janoch, E., Lakew, K., Zhang, Y., Santos, F., Paul, N. (2024, May). *Women in war. Leaders, Responders, and Potential*. Cooperative for Assistance and Relief Everywhere, Inc. <https://www.care.org/resources/women-in-war/>
- Lindsey-Curtet, C., Tercier Holst-Roness, F., & Anderson, L. (2004). *Addressing the needs of women affected by armed conflict*. International Committee of the Red Cross. https://www.icrc.org/sites/default/files/external/doc/en/assets/files/other/icrc_002_0840_women_guidance.pdf
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (9th ed.). Pearson.
- McPherson, E. (2012). How editors choose which human rights to cover: a case study of Mexican newspapers. In T. A. Borer (Ed.), *Media, Mobilization and Human Rights: Mediating Suffering* (pp. 96-121). Zed Books.
- McNail, S. (2020). *We can't say we didn't know*. ABC Books.

- Meyers, D. T. (2016). *Victims' stories and the advancement of human rights* (1st ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199930388.001.0001>
- Office of the High Commissioner for Human Rights. (2011). *International Legal Protection of Human Rights in Armed Conflicts*. United Nations Publication (HR/PUB/11/01).
- Oliver, K. L. (1998). A Journey into Narrative Analysis: A Methodology for Discovering Meanings. *Journal of Teaching in Physical Education*, 17(2), 244–259. <https://doi.org/10.1123/jtpe.17.2.244>
- Ovsiovitch, J. S. (1993). News Coverage of Human Rights. *Political Research Quarterly*, 46(3), 671–689. <https://doi.org/10.2307/448953>
- Parcell, E. S., & Baker, B. M. A. (2017). Narrative Analysis. In M. Allen (Ed.), *The SAGE encyclopedia of communication research methods* (pp. 1069–1071). SAGE Publications Ltd.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. SAGE Publications Ltd.
- Protocol to the African Charter on Human and Peoples' Rights on the Rights of Women in Africa, July 1, 2003, <https://au.int/en/treaties/protocol-african-charter-human-and-peoples-rights-rights-women-africa>
- Pulido, C. M., Villarejo Carballido, B., Vidu, A., Ramis, M., & Flecha, R. (2021). "Voices against Silence": a case study of the social impact of journalism. *Feminist Media Studies*, 23(3), 1256–1273. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1992643>
- Ray, M. (2025, November 20). Deadliest Wars of the 21st Century. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/list/Deadliest-Wars-of-the-21st-Century>
- Rorty, R. (1998). Human Rights, Rationality, and Sentimentality. In *Truth and Progress: Philosophical Papers* (pp. 167–185). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511625404>
- Rose, T. (2013). A Human Rights-Based Approach to Journalism: Ghana. *Journal Of International Communication*, 19(1), 85–106. <https://doi.org/10.1080/13216597.2012.737347>
- Shaw, I. S. (2012). *Human rights journalism* (1st ed.). Palgrave Macmillan.

- Simatou, A. (2024). Human rights-based narratives of war. In B. Irmak, C. Koçak, O. Sesigür & N. Haydari (Eds.), *Collaboration in Media Studies* (pp. 89-101). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003389972-9>
- Slaughter, J. R. (1997). A Question of Narration: The Voice in International Human Rights Law. *Human Rights Quarterly* 19(2), 406-430. <https://muse.jhu.edu/article/13578>
- Sobel, M., & McIntyre, K. (2018). Journalists' perceptions of human rights reporting in Rwanda. *African Journalism Studies*, 39(3), 85–104. <https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1495659>
- Syrian Network for Human Rights. (2023, November 25). *On the International Day for the Elimination of Violence against Women: SNHR's 12th Annual Report on Violations Against Females in Syria*. <https://snhr.org/blog/2023/11/25/on-the-international-day-for-the-elimination-of-violence-against-women-snhrs-12th-annual-report-on-violations-against-females-in-syria/>
- Syrian Network for Human Rights. (2024, November 25). *On the International Day for the Elimination of Violence against Women: SNHR's 13th Annual Report on Violations Against Females in Syria*. <https://snhr.org/blog/2024/11/25/on-the-international-dayfor-the-elimination-of-violence-against-women-snhrs-13th-annual-report-on-violations-against-females-in-syria/>
- The Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence (Istanbul Convention), May 11, 2011, <https://www.coe.int/en/web/gender-matters/council-of-europe-convention-on-preventing-and-combating-violence-against-women-and-domestic-violence>
- Thorsen, E., & Sreedharan, C. (2024). Journalism, sexual violence and social responsibility. In K. Boyle & S. Berridge (Eds.), *The Routledge Companion to Gender, Media and Violence* (pp. 174-184). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9781003200871-19>

- UN Committee on the Elimination of Discrimination against Women. (2013, November 1). *General recommendation no. 30 on women in conflict prevention, conflict and post-conflict situations* (CEDAW/C/GC/30). <https://digitallibrary.un.org/record/764506?v=pdf>
- UN Secretary-General. (2024, September 24). *Women and peace and security: report of the Secretary-General* (S/2024/671). United Nations Security Council. <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n24/273/49/pdf/n2427349.pdf>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications Ltd.

This paper is based on the author's doctoral research for her PhD dissertation titled 'Journalistic Narratives and Human Rights in Armed Conflicts' supervised by Emeritus Professor Nikos Bakounakis at the Panteion University of Social and Political Studies. The research was co-funded by Greece and the European Union (European Social Fund- ESF) through the Operational Programme 'Human Resources Development, Education and Lifelong Learning' in the context of the project 'Strengthening Human Resources Research Potential via Doctorate Research – 2nd Cycle' (MIS-5000432), implemented by the State Scholarships Foundation (IKY).

WE'RE ALL BORN NAKED AND THE REST IS DRAG: DIVAS DA SUBVERSÃO SOCIAL A FAVOR DA DIVERSIDADE PERFORMÁTICA DE GÊNERO NAS MÍDIAS DIGITAIS

Raffael Almeida¹

Cida de Sousa²

Juliana Teixeira³

Resumo: Com as novas tecnologias de comunicação e o consequente surgimento das redes digitais dá-se um processo de reconfiguração dos meios comunicacionais. Esse artigo faz um mergulho numa das inúmeras possibilidades de difusão de informação e de lutas sociais. O universo LGBTQIAPN+ aqui representado pela arte das drags queens brasileiras Pablo Vittar e Morgana Sayonara abraça as redes sociais digitais, especialmente o Instagram para, além de divulgar sua arte investir na defesa de pautas de gênero. Por meio de um trabalho de análise de conteúdo constatamos o quão importante são as plataformas digitais na propagação de temáticas ligadas aos movimentos que buscam desconstruir o modelo binário de gênero nas sociedades contemporâneas, ainda marcadas pelo modelo patriarcal.

1. Raffael Almeida é Mestre e Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará-UFC, raffalbezerraalmeida@gmail.com

2. Cida de Sousa é Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro- UFRJ e Professora da Universidade Federal do Ceará- UFC, cida@ufc.br

3. Juliana Teixeira é Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia-UFBA e Professora da Universidade Federal do Piauí-UFPI/ Professora do PPGCOM da Universidade Federal do Ceará-UFC, teixeira.juliana.rj@gmail.com

Introdução

As mídias digitais com acesso à internet configuram e reconfiguram os meios comunicacionais do mundo atual, pautando o ser e estar social com outros campos. Observa-se que a conectividade midiática global proporcionada pelos perfis digitais tem garantido, no cenário atual, a conexão virtual permanente e a visibilidade nas redes digitais, como nos mostra Sibila (2016) ao analisar a intimidade como espetáculo.

Com o avanço midiático, a presença de artistas *queer*⁴ em plataformas digitais amplia o potencial comunicativo de grupos identitários nas redes, a partir da expressão das subjetividades, destacando-se aqui o universo LGBTQIAPN+⁵ por meio da produção das subjetividades contemporâneas. Nesse contexto dialogamos com autores como Butler (2019), Foucault (2011), Halbertam (2019) e outros, e construímos uma experiência de pesquisa de Mestrado defendida na Universidade Federal do Ceará-UFC, intitulada “What’s the tea? – uma análise das performatividades drag queen no Instagram” (Almeida, 2024), em que analisamos as construções da narrativa de si pela perspectiva particular das drags, Pabllo Vittar e Morgana Sayonara.

A sigla LGBTQIAPN+ representa a diversidade das identidades sexoafetivas, gênero e orientações sexuais. Definidas por Lésbica (mulheres atraídas por mulheres), Gay (homens atraídos por homens), Bissexual (pessoas atraídas por mais de um gênero), Transgênero (pessoas cuja identidade de gênero difere do sexo asignado ao nascer), Queer (termo amplo para identidades não heteronormativas e não binárias), Intersex (pessoas com características biológicas que não se encaixam nas definições tradicionais de masculino ou feminino), Pansexual (pessoas atraídas por todas as identidades de gênero), Não-binário (pessoas que não se identificam exclusivamente como homem ou mulher) e o símbolo “+” representa a inclusão de outras identidades não

4. Na tradução literal do inglês, a palavra *queer* significa estranho, excêntrico, abjeto, esquisito. Uma palavra até então utilizada para ofender, foi apropriada e utilizada por intelectuais e artistas como uma abordagem política das diferenças.

5. <https://www.fundobrasil.org.br/blog/o-que-signif2019ica-a-sigla-lgbtqia/>

listadas explicitamente, como (Agênero, Bigênero, Demissexual, Graysexual, Heteroflexível, Neutrois, Poliamoroso, Transfeminino, Transmaculino e outros). A sigla LGBTQIAPN+ promove a visibilidade e reconhecimento das diversidades, fomenta inclusão e respeito, desafia normas heteronormativas e binárias e apoia direitos e igualdade para todas as identidades. A luta LGBTQIAPN+ é uma jornada contínua em busca de igualdade, respeito e liberdade.

Para Teixeira (2019), as artistas utilizam os meios de autocomunicação de alcance mundial como vitrine performática de suas personas drags em publicações compartilhadas em aparelhos tecnológicos de acesso à internet, como o Instagram, para divulgação dos seus trabalhos artísticos e construção de uma narrativa imagética midiática *queer*. Podemos considerar essa estratégia como um investimento na desconstrução do binarismo de gênero no universo virtual e social, o que favorece as diversas performatividades encontradas na sociedade, como nos falam Butler (2019) e outros autores.

A necessidade de mimetização do masculino em feminino vem, dentre outros lugares, da história do teatro, favorecendo o “nascimento/surgimento” da performance drag. Em seu artigo intitulado “Drag Queen: um percurso histórico pela arte do ator transformista,” Amanajás (2015) argumenta que o ato de se montar data da época da Grécia antiga. O autor faz isso ao nos apresentar uma linha do tempo em que homens faziam uso de máscaras e outros adereços para atuar como personagens femininas no teatro grego de 534 a. C. Ele traça um paralelo entre o surgimento do transformismo e do próprio teatro. Segundo Baker (1994), a histórica exclusão das mulheres do espaço público, relegando – as aos afazeres domésticos determinados pelo cristianismo e pela sociedade patriarcal dominante proporcionou ao homem a função de interpretar papéis femininos no teatro grego, assim como também, no período medieval e em culturas orientais, tendo artistas homens em personagens femininos.

Dessa forma, historicamente a performatividade de gênero *queer* foi sistematicamente atrelada ao patriarcalismo social, reafirmando como

minoritários e identitários, concomitante com os campos sociais e virtuais. Ciampa (1984) propõe uma discussão na área da Psicologia Social a respeito da estabilidade da identidade das drags em contraponto à ideia de que a identidade seja algo fixo.

Lembremos que a drag é uma personagem que ultrapassa a dicotomia entre o que é ser masculino e feminino, provando então, o aspecto metamórfico de suas identidades. Segundo Lemos (2023) as transformações proporcionadas pelas tecnologias de comunicação têm reconfigurado significativamente as interações sociais e as formas de expressão, abrindo novas possibilidades de construção de identidades e representações identitárias. Desse modo, nos dias atuais, destaca-se a presença de drags no cenário artístico e midiático.

Em nossa pesquisa de Mestrado, constatamos a diversidade da cultura drag, o que se mostra nas múltiplas performances *queer* e nas identidades de gênero dos artistas. Cada um desses estilos traz sua própria singularidade e expressão artística para a cena drag contemporânea. Temos, então, as *fish queens* (conhecidas pela aparência extremamente feminina, a ponto de serem confundidas com mulheres), as *club queens* (frequentemente associadas à cena das casas noturnas, onde se destacam com visuais arrojados e ousados, e por meio de suas apresentações), as *goth queens* (incorporam uma estética gótica em suas performances), as *pageants queens* (competidoras de concurso de beleza drag, com foco na elegância, graciosidade e perfeição) e as *camp queens* (estética teatral voltada para comédia, de forma exagerada e mais extravagante), todas representando uma ampla gama de estilos e abordagens. Além disso, há também as empoderadas *transdrags* (pessoas trans que executam a arte drag), as *traminal queens* (drags que buscam expressar uma aparência de identidade de gênero corresponde ao sexo atribuído ao nascer), as *fluid queens* (artistas femininas que se identificam como uma mulher e participa da cultura drag), as ativistas *activessle queens* (drag que utilizam a sua performance em prol dos direitos LGBTQIAPN+), *Genderfuck queens* (levam a desconstrução de gênero a uma nível mais desafiador e provocativo, pois elas adotam uma abordagem mais intensa ao mesclar e subverter as características de gênero em suas performances),

além dos *drag kings* (artistas femininas que performam com personagem masculina). Toda essa diversidade nos mostra o quanto a cultura *queer* se torna um espaço inclusivo que celebra a autenticidade e a liberdade de expressão em todas as suas formas e cores (Almeida, 2024).

Queer é tudo isso: é estranho, raro, esquisito. Queer é, também, o sujeito da sexualidade desviante – homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis e drags. É o excêntrico que não deseja ser “integrado” e muito menos e muito menos “tolerado”. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira o centro nem o quer como referência; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do entre lugares, do indecível. Queer é um corpo estranho, que incomoda, perturba, provoca e fascina (Louro, 2018, e-book sem numeração de página).

A luta do universo *queer* é histórica, seu nascimento no gueto da cidade de Nova York, sua difusão nas artes e seu impacto social no mundo, mostram sua presença nas lutas sociais, muitas vezes na linha de frente, lutando em prol da diversidade de gênero, direitos civis e sociais, como observa Hallberstam (2019). As drags foram protagonistas da revolta em Stonewall⁶ em 1969, um marco para o movimento mundial LGBTQIAPN+, corroborando as percepções de Almeida (2024) ao afirmar também, que a performance drag, retém várias castas sociais artísticas.

No Ceará, Estado Brasileiro, a primeira drag queen a subir num palco em plena ditadura militar foi Dayany Princy⁷, e a primeira jornalista travesti a comandar um programa de alcance nacional na tv aberta foi Lena Oxa⁸. Dois exemplos que contribuem para visibilizar a luta pelos direitos de ocupação de espaço na luta LGBTQIAPN+. Em seu livro intitulado “A Identidade Cultural na Pós-Modernidade”, Stuart Hall (2019) diz que a definição da identidade do sujeito não é marcada por fatores biológicos, mas históricos.

6. <https://www.nationalgeographicbrasil.com/cultura/2021/06/gay-lgbt-revolta-de-stonewall-movimento-atual-pelos-direitos-lgbtqia>

7. https://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1278283162_ARQUIVO_

8. <https://www.instagram.com/lenadivaoxa/>

Visto que no decorrer de sua vida, o sujeito apropria-se de várias identidades conforme a ocasião ou contexto vivido por ele.

Butler (2019) afirma que existe uma oscilação de entendimento da performatividade como algo linguístico ou como teatral. A autora diz que os atos performativos, como vestir-se, falar, agir de determinadas maneiras, são fundamentais para a construção e a manutenção das identidades de gênero. Dessa forma, na visão da autora, a performatividade é entendida como a ação de realizar identidades através de performances.

À época em que Xuxa foi anunciada como provável apresentadora de uma versão brasileira do reality show “*RuPaul’s Drag Race*”⁹, grande parte do público que acompanha o programa original se posicionou contra a escalção da artista nas redes digitais, posicionando a favor da escalção de alguma drag brasileira. Mas, acreditamos na fluidez da arte *queer* em diversos corpos performativos, na pluralidade da arte drag queen, e na importância da visibilidade do trabalho das *faux drags*, que são principalmente artistas performativas do sexo/gênero feminino e se reconhecem por esse sexo/gênero, tendo sua performatividade na mesma perspectiva artística. Xuxa realizou toda a “montação”¹⁰ no contexto do universo drag, representado por sua persona “Morgana Sayonara”.

O ato de se montar das drag queens é um ato político de ser/estar/existir, em uma sociedade marcada pela discriminação dos corpos periféricos. Assim, o papel da performance identitária desses artistas, traz reflexões para a sociedade sobre a existência de corpos políticos de intervenção, criação e mutação na sociedade contemporânea. Toda a performance drag remete às discussões sobre identidades performativas, identidades de gênero e busca refletir sobre a posição marginalizada das drag queens na sociedade contemporânea.

Dessa forma, é fundamental estudar a construção performativa da imagem de uma drag, e entender como a arte *queer* vem se modificando de acordo

9. https://en.wikipedia.org/wiki/RuPaul%27s_Drag_Race

10. https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/4747/4747_13.PDF

com a evolução da sociedade, através da ascesão da expressões artísticas drags representadas neste artigo por Pablo Vittar, como destaque no cenário pop brasileiro e mundial e da apresentadora e artista global Xuxa Meneguel, e de suas personas drags em suas performances na rede digital Instagram.

A apropriação das redes sociais digitais pela arte drag

Com o advento dos novos meios de comunicação e o atual contexto globalizado Vertovec (2006) propõe o conceito de “superdiversidade” como a diversidade dentro da diversidade. E considera as mídias digitais como impulsoras das identidades culturais e linguísticas, nessa perspectiva, a cultura pop tem papel relevante nas práticas rotineiras de letramentos digitais nas mídias, fazendo a representação das mais variadas vozes e manifestações culturais e distribuição de conteúdo de forma mais democrática na internet.

Através das mídias digitais, surge o novo contexto midiático e informativo, em que cada perfil digital passa a ser um veículo de comunicação. Shirk (2012) afirma que “nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicações de massa” (p. 51). Observa-se que os meios digitais possibilitam todos os tipos de temas e expressões artísticas sociais e culturais, tornando viáveis comunicar assuntos que, de antemão, estariam ligados à subversão social, como a questão drag.

Pablo Vittar, a supremacia midiática da drag fish nas redes digitais

Acreditamos que em todo comportamento social constroem-se dicotomias que diferenciam seus indivíduos e os disciplinam para não aceitação das pluralidades de corpos e subjetividades (Goffman, 1980). Pablo Vittar, vem ao longo de sua carreira, percorrendo caminhos inéditos como a primeira drag a performar no Festival Coachella¹¹, primeira cantora *queer* a entrar

11. <https://www.instagram.com/coachella/>

no top 30 da plataforma global de música *Sportfy*¹², despontando como uma grande promessa na música pop brasileira (Almeida, 2024).

Butler (2019) percebe a definição de gênero como algo performático. Para ela, quando a cultura produz a disciplinarização dos gêneros cria-se uma falsa noção de estabilidade destes, pois, na verdade, os corpos nunca foram e nunca serão estáveis e, por isso, não há necessidade de os sujeitos optarem por ser de um determinado gênero nem de ter essa ou aquela identidade de gênero.

Em nossa pesquisa de Mestrado, dados coletados mostram o poder da Pablló Vittar nas plataformas digitais, como a drag mais seguida do planeta, até hoje 2024. Phaullo Rodrigues da Silva, nasceu em novembro de 1993, no Estado do Maranhão, tendo iniciado sua carreira em 2015 e conquistado o público com sua persona drag Pablló Vittar. Sua influência nas mídias digitais, no caso, o Instagram – @pabllóvittar com total de 12,8 milhões de seguidores, onde a artista consegue atrair atenção do grande público ao se apresentar com performances *queer* quebrando tabus do binarismo social ao fazer o público se questionar sobre a fluidez de gênero presente em suas postagens.

Em relação à interatividade nas plataformas digitais, nossa pesquisa mostrou que Pablló consegue a proeza de realizar as performances drags no campo real e virtual com a aceitação do grande público, que a reconhece como uma persona que flui entre o masculino e feminino, trilhando caminhos inéditos dentro e fora do campo musical. Vittar revela implicitamente a estrutura imitativa do próprio gênero, assim como sua contingência (Almeida, 2024).

Com base nas publicações midiáticas em seu Instagram, observa-se a fluidez com que o público interage com a artista, sobretudo, após Pablló realizar toda a “montação” drag, o que faz com seu público a identifique com gênero feminino, e que corrobora a afirmação de Dawson (2015), sobre as categorizações de personagens artísticos que utilizam a performatividade

12. <https://www.instagram.com/spotify/>

extremamente feminina em suas apresentações, reafirmando o objetivo da performance consistir em projetar a ilusão da feminilidade, a ponto de serem confundidas com mulheres, denominadas por *drag fish*.

Morgana Sayonara: eterna rainha dos baixinhos para a eterna rainha das drag faux queen

Maria das Graças Xuxa Meneghel, a Xuxa, nasceu em Rio Grande do Sul em 1953, iniciou a carreira na década de 1980, em 1983 começou a trabalhar com crianças e estreou como apresentadora na Globo com o “Xou da Xuxa”, em 1986. Nessa época ganhou a fama de “rainha dos baixinhos” e fez filmes, shows e outras facetas artísticas se consagrando como a celebridade mundial brasileira (Almeida, 2020).

Para Amanajás (2015), o “batismo drag¹³” de Xuxa Meneghel, feito pela drag queen Ikaro Kadoshi,¹⁴ como persona drag Morgana Sayonara, evidenciou o posicionamento da artista, em defesa de grupos minoritários ressaltando a ascensão cultural das drags fruto de um percurso que perpassa as expressões artísticas e culturais até alcançar o contemporâneo com uma representatividade social, política, militante e midiática, como se vê no seu depoimento:

“Eu tenho uma drag dentro de mim e elas sabem disso, elas se veem em mim também, elas sabem que eu tenho a minha drag, e se chama Morgana Sayonara e ela é muito eu, sempre fui muito assim, sempre gostei de muito exagero, eu sempre gostei de muita maquiagem, de muito brilho”. (Omelete, 2023, p. 01).

As performances que Xuxa apresentou no palco principal do reality show Caravana das Drags, mostram sua intimidade com a arte *queer* está relacionada a uma performance artística, independente da identidade de gênero ou orientação sexual.

13. <https://jornalismosp.espm.edu.br/entre-o-real-e-o-fantastico-uma-jornada-pelo-mundo-drag>

14. <https://www.instagram.com/ikarokadoshi/?hl=pt>

Como dizemos antes as artistas femininas que se identificam como mulheres e estão inseridas na cultura *queer* e cuja performance artística realizam toda a montagem pertencente ao universo drag queen, são conhecidas por *faux queen* (Jenkinson, 2022). Do início ao fim da primeira temporada do reality comandando por Xuxa, o foco foi a performatividade da drag Morgana Sayonara, que era executada pela apresentadora ao lado da drag queen Ikaro Kadoshi. a performance de Morgana, junto com as demais drags participantes do programa, era compartilhada por Xuxa em suas plataformas digitais. Após o encerramento da temporada, Xuxa não mais se apresentou “montada” em suas redes digitais ou em campanhas publicitárias.

Na sua pesquisa acadêmica intitulada “A Construção do Mito: Uma Análise do Fenômeno Midiático Xuxa”, a autora Jasmim (2014) descreve a apresentadora Xuxa como um fenômeno midiático responsável por influenciar os hábitos de conduta e consumo de toda uma geração brasileira. Atualmente, sua conta no Instagram (@xuxameneghel) possui cerca de 12,8 milhões de seguidores. Ela também conta com 8,7 milhões no Facebook e com 3,9 milhões de inscritos em seu canal no YouTube (Almeida, 2024).

A performatividade drag queen vem ocupando espaços nas mídias digitais discutindo diferentes temas e diversidade, ressaltando a desconstrução de tabus e preconceitos com foco no universo LGBTQIAPN+. A ocupação das plataformas digitais globais pela arte *queer* tem funcionado como importante espaço, não só de divulgação de trabalhos artísticos, mas também como espaço de discussão de questões de gênero. A cada compartilhamento digital vemos surgirem questões relacionadas à diversidade de gênero, o que tem contribuído para quebrar o binômio social fazendo seus seguidores refletirem sobre a fluidez de corpos inseridos no contexto social e virtual. Portanto, esses espaços revelam-se com lugar identitário para grupos minoritários.

Butler (2015) argumenta que ter como objeto de estudo uma drag queen é algo complexo, visto que a performance *queer* mesmo que encaremos como subversiva, é algo relacionado com movimentos sociais inseridos numa

sociedade enraizada pelo padrão de masculino e feminino. Em nosso monitoramento, propomos uma análise de conteúdo digital de duas postagens para coleta de dados, ao analisarmos os perfis digitais das artistas @xuxameneguel e @pablovittar no Instagram. Outro ponto específico de grande relevância é a compreensão e descrição do conteúdo imagético e performático das drag queens participantes no perfil digital citado, pois acreditamos na importância dessa plataforma digital para a formação de suas personagens e divulgação do seu material artístico, visando a interação e engajamento social das drags por Pablo e Sayonara.

O método adotado na pesquisa é a análise de conteúdo, que também podemos entender como uma técnica de pesquisa que envolve o exame e a interpretação sistemática do conteúdo de diferentes tipos de materiais. De acordo com Sampaio e Lycarião (2021), o objetivo da análise de conteúdo consiste em identificar padrões, temas, significados ou tendências dentro de um determinado conteúdo, permitindo assim a obtenção de *insights* e uma melhor compreensão acerca dos dados coletados.

Bardin (2016) é a principal referência clássica neste método, que a autora apresenta em etapas bem definidas, como pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, destacando a importância da categorização dos dados e da busca por significados subjacentes.

Nosso processo de coleta dos dados estabelece uma tipologia dos conteúdos publicados como imagens, vídeos e outros. Através da análise dessas publicações e dos engajamentos promovidos pelo compartilhamento de cada uma, baseando-se das performances de Pablo e Morgana no Instagram e toda a interatividade/debate de cada conteúdo compartilhado das artistas.

Assim, a partir das publicações das drags, elegemos algumas categorias como “Performatividade”, “Categorização montada ou não”, “Tipos de performance drag” e “Publicidade”. Conforme essas categorias, coletaremos os dados para entender como essas performances artísticas justapõem os binômios de gênero em relação à cultura *queer* e à ressignificação das relações entre corpo, gênero, sexualidade, de suas personas, as quais incluem as

plataformas digitais, através de seus perfis virtuais. Com base na tipologia do conjunto de imagens publicadas pelos artistas podemos compreender, do ponto de vista imagético e performático, as drag queens desse estudo.

Informes midiáticos drag nas plataformas digitais

As produções e criações imagéticas apresentam-se por meio das plataformas digitais, atualmente, a partir de uma sucessão narrativa visual, na arte de contar histórias e comunicar por meios de quaisquer expressões visuais artísticas, e que se relacionam diretamente com a performance drag.

As plataformas digitais oferecem de forma democrática os aparatos tecnológicos de acesso à internet, incluindo diferentes recursos de edições de imagens, textos, vídeos, outros. Os aparelhos digitais como os smartphones e outras tecnologias digitais, cujos recursos de produção disponíveis nos aparelhos permitem a junção de duas premissas contemporâneas: visibilidade e conexão, fazendo do público, consumidor passivo de informações, criadores de conteúdos digitais.

As conexões sociais transladaram com bastante aceitação para as mídias digitais, configurando-se múltiplas expressões artísticas com suas subjetividades. Apesar de ser mundialmente conhecido, e mesmo que as pessoas não se atentem ao seu significado prático, o Instagram é definido como uma plataforma digital cujo foco se concentra no compartilhamento de fotos, vídeos etc. A partir dele, o usuário pode conectar-se com pessoas do mundo todo e interagir com as publicações compartilhadas no âmbito da rede social (Monteiro, 2020).

A ideia de sociedade de consumo midiático, a praticidade da interatividade e a versatilidade de ferramentas para edição, faz o Instagram ser uma plataforma digital de maior impacto no mundo (Almeida, 2024). Contudo, muito desse impacto e sucesso se atribui ao fato da rede digital ser capaz de mesclar características centrais de outras mídias digitais, como Facebook, TikTok, Twitter e outras redes digitais. A convergência midiática no campo da subjetividade imagética do compartilhamento em massa nas redes

digitais, nos permite observar que a relação comunicacional se altera por canais múltiplos de criação de conteúdos informativos digitais, com suas “tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto” (Sibilia, 2016, p. 151).

Tipologia no Instagram e performatividade das drag queens

Braga (2019) afirma que a plataforma digital Instagram tende a uma enorme relevância no campo da performatividade, na difusão de todos os tipos de expressões artísticas, informações jornalísticas, fatos do cotidiano social e de acesso global, de acordo com as diretrizes de ingresso de cada plataforma digital, salienta o autor. Um grande exemplo defendido também por Louro (2018) é a performatividade artística das drag queens, que englobam em suas performances várias facetas artísticas na representação, na divulgação e no compartilhamento nas plataformas on-line, como a dança, a música, a comédia, a dublagem de músicas ou de áudios compartilhados entre os usuários das mídias digitais, dentre outras performances artísticas.

No caso das drags selecionadas, toda a utilização de seus perfis no Instagram para difusão de trabalhos e performances, e toda a sua interação com seus seguidores nestas publicações, projetam narrativas na construção de suas personas virtuais com base nas performances, com todo o poder de interação, em dimensões globais (Braga, 2019).

Costa et al. (2007) propuseram, na coleta de dados do artigo científico citado anteriormente, uma tipologia de categorização com intuito de classificar as performatividades de Pabllo Vittar no Instagram, os autores ressaltam que a artista não se encaixa no binômio masculino/feminino. Essa argumentação é defendida também por Amanajás (2015), que afirma que a performance *queer* está relacionada ao (à) artista, à caracterização do personagem escolhido para a performance de cada drag, e sobre o que se propõe a apresentar a seu público.

A tabela desenvolvida para este estudo inclui aspectos como: tipo de publicação (seja vídeo, *reels*, foto ou outros), quantidade de interações e tipos de interação (incluindo curtidas e comentários), tipo de performance (por exemplo, a publicação destaca qual tipo de performance específica de cada artista, como dança, teatro e dentre outras performances artísticas) e outros (por exemplo, caso a drag tenha realizado alguma publicidade, montada ou desmontada ou outros). Sobre a drag Morgana Sayonara, interpretada pela apresentadora Xuxa, com quem compartilha o mesmo perfil do Instagram, não houve publicações nos dias 11 e 12 de junho de 2023, a drag Pablllo Vittar não realizou nenhuma postagem em seu perfil do Instagram nos dias 5 e 6 de maio de 2023 e 12 de junho do mesmo ano, em seu perfil digital.

Conforme as delimitações propostas por este estudo, a primeira *drag queen* de alcance nacional/mundial analisada é Morgana Sayonara, vivida por Xuxa. Durante o período analisado, dias 5 e 6 de maio de 2023. Com base no perfil da artista, em uma única postagem no dia 5 de maio de 2023, Xuxa utilizou uma das inúmeras ferramentas disponibilizadas pela rede social digital Instagram. Nessa única publicação, com um total de sete fotos, em todas montada, e com a mesma legenda, Xuxa fez a divulgação do seu *reality show* Caravanas das Drags, informando que o episódio seria na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará. O *post* teve o total de 29.835 visualizações e 914 curtidas.

No dia 6 de maio do mesmo ano, Xuxa compartilhou em seu perfil do Instagram a mesma ferramenta disponibilizada pela plataforma digital, citada anteriormente. Em uma única publicação, a artista inseriu dez fotos no total, sendo nove delas montada e uma foto da sua fiel amiga “Doralice”, um cão da raça Yorkshire. Performando para a divulgação do sexto episódio de seu *reality show* transmitido pela Prime Vídeo, em algumas fotos está acompanhada do seu amigo e companheiro de programa, a *drag queen* Ikaro Kadoshi, e da atriz Fabiana Karla. A publicação teve o total de 41.285 curtidas e 1.099 comentários, seguindo as diretrizes dos autores Sampaio e Lycarião (2021).

Foram selecionadas as publicações dos dias mencionados acima para as tabelas categorizando conteúdo e Parâmetros de análise das categorias de conteúdo do Instagram, com base nos conteúdos compartilhados pela artista durante o período citado e seguindo as diretrizes das delimitações desta pesquisa, em ambas as tabelas.

Tabela 1 – Categorizando conteúdo de Morgana Sayonara

Montada	Desmontada
15	1

Fonte: Almeida (2024)

Tabela 2 – Parâmetros de análise das categorias de conteúdo do Instagram de Morgana Sayonara no dia 5 de maio de 2023

Tipo de publicação	Quantidade de interações	Tipos de interação	Tipo de performance
7 Fotos	943.835	Curtidas/ Comentários	<i>Faux queen</i>
Vídeo			
Reels			
Outro			Publicidade

Fonte: Almeida (2024).

Tabela 3 – Parâmetros de análise das categorias de conteúdo do Instagram de Morgana Sayonara no dia 6 de maio de 2023

Tipo de publicação	Quantidade de interações	Tipos de interação	Tipo de performance
10 Fotos	42.285	Curtidas/ Comentários	<i>Faux queen</i>
Vídeo			
Reels			
Outro			Publicidade

Fonte: Almeida (2024).

Com base nos conteúdos compartilhados da cantora Pablllo Vittar, em suas redes digitais com foco no Instagram, seguindo as orientações dos autores mencionados anteriormente, a *drag* publicou em seu perfil do Instagram no dia 11 de junho de 2023 duas fotos em uma única postagem – uma das inúmeras ferramentas disponibilizadas pela plataforma digital aos seus usuários, também mencionados neste estudo – em que artista aparece montada, e em cuja legenda se lê um agradecimento ao patrocínio de uma marca de cerveja para a sua performance no trio da Parada do Orgulho LGBTQIAPN+ de São Paulo, com o total de 87.819 curtidas e 1.665 comentários. No dia 16 de julho do mesmo ano, Vittar também compartilhou em seu Instagram duas fotos suas, em que desfilava para uma plateia em uma campanha publicitária, com total de 38.854 curtidas e 1.211 comentários. Ressaltamos que a *drag* utilizou a mesma ferramenta da plataforma citada anteriormente, conforme os critérios estabelecidos pela autora Sibília (2016), a qual relata as ferramentas para publicações que as redes sociais digitais disponibilizam a seus usuários.

Apresentamos, a seguir, as tabelas da *drag* Pablllo Vittar segundo as diretrizes e delimitações propostas neste estudo e citadas anteriormente.

Tabela 4– Categorizando Conteúdo Pablllo Vittar

Montada	Desmontada
10	0

Fonte: Almeida (2024).

Tabela 5 – Parâmetros de análise das categorias de conteúdo do Instagram de Pablllo Vittar no dia 11 de junho de 2023

Tipo de publicação	Quantidade de interações	Tipos de interação	Tipo de performance
2 Fotos	89.484	Curtidas/Comentários	<i>Drag fish</i>
Vídeo			
Reels			
Outro			Publicidade

Fonte: Almeida (2024).

Tabela 6 – Parâmetros de análise das categorias de conteúdo do Instagram de Pablo Vittar no dia 16 de julho de 2023

Tipo de publicação	Quantidade de interações	Tipos de interação	Tipo de performance
2 Fotos	72730	Curtidas/Comentários	<i>Drag fish</i>
Vídeo			
Reels			
Outro			Publicidade

Fonte: Almeida (2024).

Seguindo as diretrizes das nossas delimitações propostas no estudo, a coleta foi realizada de forma manual, levantando uma amostra de 2 postagens dos conteúdos compartilhados e analisados a partir do engajamento dos usuários do Instagram nos perfis digitais das drags.

A partir do total de conteúdos analisados de cada drag participante desta pesquisa, nomearam-se alguns tópicos, como o “Total de Publicação” para “Lacre”, em seguida, “Total de Publicação Analisada” de “Queen” e o “Total de Publicação Não Analisada” de “Shade”, aos moldes do “Dicionário Drag queen¹⁵: aprenda gírias mais usadas”, e do “Tópico Montada” para “Montação” e “Desmontada” de “Babado”, em relação ao total de dias que as drags não compartilharam conteúdos no Instagram, nomeamos o tópico “Total de Não Dias Publicados” para “*She Doesn’t Come Anymore* (em sua tradução para o português: ‘Ela não vem mais’)” em referência ao cancelamento do show da cantora americana Lady Gaga no Festival Rock in Rio de 2017.

Tabela 7 – Categorização das 4 publicações pertencentes ao recorte do estudo

Montação	Babado	Lacre	Queen	Shade	<i>She doesn’t come anymore</i>
25	1	4	2	2	2

Fonte: Almeida (2024).

15. <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/dicionario-drag-queen-aprenda-as-girias-mais-usadas.ghtm>

Nas publicações compartilhadas pelas drags selecionadas as artistas estão montadas. Em relação aos dados coletados, os demais conteúdos compartilhados pelas duas drags as mostram montadas e entregando uma performance artística a seu público, conforme dados inseridos na tabela nos tópicos Lacre e Queen, já citados. A partir das publicações analisadas, montadas e desmontadas, decidimos focar na realização e na produção desses conteúdos disponibilizados nos perfis das drags no Instagram, em cada foto, vídeo, reels dentre outros, considerando se a imagem gerada pelas artistas está com foco na produção mercadológica ou pessoal. Dividimos a então categoria “lacre” (montada) em “lacre selfie” e “lacre outros”, como também a categoria *queen*” (desmontada) em “queen selfie” e “queen outros”.

Tabela 8 – Reenquadramento das 4 publicações nas categorias “lacre e *queen*”

Categoria <i>lacre</i> (montada)	Categoria <i>queen</i> (desmontada)
Lacre <i>selfie</i> :18	<i>Queen selfie</i> : 0
Lacre outros: 2	<i>Queen</i> outros: 1

Fonte: Almeida (2024).

Contudo, os dados coletados revelaram, também, que no tópico “*She doesn’t come anymore*”, os conteúdos compartilhados mostraram artistas desmontadas, realizando uma publicidade ou até mesmo disponibilizando seu perfil para causas relacionadas ao meio ambiente, a grupos minoritários dentre outros. Em relação ao tópico “*shade*” revelou-se a performatividade de cada *drag* participante, como persona virtual ou não, na difusão de suas artes, na interação com seu público/seguidores, demonstrado pelo *alter ego* de cada artista, na perspectiva de performance da filósofa Butler (2019).

Considerações finais

Com base nos dados coletados, que se mostraram como vitrines midiáticas “lacre” e “*queen*”, através da análise dos perfis das *drags queens* participantes, constatamos que as redes digitais com ênfase no Instagram, através de

todas as ferramentas disponibilizadas a seus usuários, proporcionam edições de publicações de forma profissional com ajuda da plataforma digital. Nos conteúdos compartilhados dos perfis das *drags*, consegue-se coletar as postagens mais curtidas, comentadas, os tipos de performance que cada artista entrega para o seu público/seguiror, o processo de criação de suas “personas” extremamente bem maquiadas ao se apresentarem em suas publicações. Um exemplo é a *drag queen* Morgana Sayonara, personagem criado pela apresentadora Xuxa em todas as performances artísticas do *reality show* “Caravana das Drags”. A coleta de dados revelou, também, a comunidade *queer* e todas as suas performatividades, exercidas pela pluralidade de corpos, de gêneros e de orientações sexuais, exemplificado por Morgana Sayonara, representado por Xuxa, mulher cisgênero e outro exemplo, a *drag* Pabllo Vittar e sua fluidez de gênero, em que usa em suas apresentações e corroboram a figura extremamente feminina. Ressaltamos que Pabllo utiliza um nome neutro de *drag*, em que seu *alter ego* flui para a valorização do feminino. Constatamos que todas as *drag queens* participantes utilizam, em suas performances, a estética visual e virtual, ou seja, suas expressões artísticas se colocam no mundo, justapondo-se os binômios entre masculino e feminino e ajudando a expandir e ressignificar as formas de expressões artísticas nas relações entre corpo, gênero e sexo. Ao final do estudo, as categorizações comportamentais nas performances de cada *drag*, em todas as categorias, principalmente no tópico “lacre” e “queen”, em sua amostragem, tornam-se ineficientes em abranger a complexidade dos artistas.

Através da coleta de dados fornecida pelas *drags* participantes, com a amostragem das categorizações e do enquadramento através dos conteúdos compartilhados pelas artistas em seus perfis do Instagram, constatamos, também, que artistas *queer* não se enquadram em categorizações e sim no tipo de performance que cada artista quer passar ao seu público, bem como o tipo de personagem quer performar. Isso revela uma estética teatral e virtual, através das suas *personas* virtuais, mostrando também que cada artista possui suas particularidades ao performar. Podemos

compreender através das categorizações que as *drag queens* selecionadas realizam a montagem *queer* em suas performances, sendo reconhecidas pelos nomes de “batismo *drag*” (termo utilizado dentro da comunidade *queer* quando nasce um personagem), interagindo com seu público/seguuidor e em campanhas publicitárias.

Os dados também mostram que a *drag* Morgana, representada por Xuxa, consiste no feminino como apresentação de persona *drag*, onde se enquadra a performance de Pabllo. Sobre a publicidade as *drags* de alcance nacional, os dados demonstraram que os perfis são utilizados além de difusor de artes, que corroboram as campanhas publicitárias. Em relação à Parada Gay de São Paulo, somente Vittar compartilhou conteúdo relacionado ao evento.

Constatamos que as artistas utilizam as ferramentas das plataformas digitais como divulgador de suas artes junto ao seu público/seguuidor. Nas performances artísticas das *drags*, levantam-se questões sociais, que vão emergindo se adentramos no objeto pelo olhar de seus seguidores em relação a cada um dos artistas. Fica demonstrado como lugar de difusão artística de alcance global, representando toda a população LGBTQIAPN+, como janela de compartilhamento de suas artes, de posicionamentos a causas sociais e ambientais, em que falam com todos os grupos sociais. As *drags* desta pesquisa aproximam a comunidade LGBTQIAPN+ e outros grupos existentes na sociedade contemporânea, migrando para os conectados nas plataformas digitais. Também observamos que os vídeos no Instagram não possuem boas estratégias para conquistar *likes* (curtidas) e comentários dos usuários, pois, apesar de conseguirem grandes quantidades de visualizações, eles não se afirmam em grandes expressões quantitativas nas curtidas e comentários.

Consideramos que a visibilidade das *drags queens* Pabllo Vittar e Morgana Sayonara contribuem com a desestabilização da normatividade, o que beneficia a difusão da arte *queer* na sociedade destacando pautas minoritárias e lutas sociais existentes na sociedade contemporânea. Sua luta consiste na subversão da normalização contra a violência social, praticada contra as

pessoas LGBTQIAPN+, em que se formam como personas contra a violência social. Segundo Louro (2018), em um mundo global, digital e multicultural, políticas públicas voltadas para a pluralidade é algo urgente, a se pensar e agir em uma sociedade fascinada pela duplicidade social, em que Halberstam (2021) defende através do estudo da teoria *queer*.

Referências

- ALMEIDA, R. B. *What's the tea, honey? – uma análise das performatividades Drag Queen no Instagram*. 2024. 297 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará–UFC, Ceará, 2024.
- ALMEIDA, R. B. *Ser/estar Drag Queen sob a perspectiva de cinco artistas performáticas da cidade de Fortaleza*. 2020. 63 p. Monografia (Graduação em Comunicação) – Faculdade Cearense, Fortaleza, 2020.
- AMANAJÁS, I. *Drag Queen: Um percurso histórico pela arte dos atores transformistas*. Revista Digital Belas Artes. Ano 7, n.19, set-dez 2015.
- BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo*, v. I, II. Tradução de Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BRAGA, P. L. *Redes sociais e comportamento do consumidor: a influência do Instagram no processo de decisão*. 2019. 59 p. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível https://bdm.unb.br/bitstream/10483/27605/1/2019_PolianaLourencoBraga_tcc.pdf. Acesso em: 14 jul. 2023.
- BUTLER, Judith. *Corpos que importam: os limites discursivos do “sexo”*. São Paulo: N-1. Editora, 2019.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e a subversão da identidade*. 18. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2019.
- CIAMPA, A. C. (1984). *Identidade*. In S. T. M. Lane., & Codo, W. (Orgs). *Psicologia social: o homem em movimento* (pp. 58-77). São Paulo: Brasiliense.
- COELHO, Juliana Frota da Justa. *Ela é o show: performances trans na capital cearense*. Rio de Janeiro: Ed. Multifoco, 2012.

- COSTA, A. P.; BRAGANÇA, L.; GOVEIA, F. *Tipificando o Atípico: A performance degênero de Pablo Vittar no Instagram*. Revista Mídia e Cotidiano, Espírito Santo, v. 11, n. 3, 30 nov. 2017.
- DAWSON, Juno. *Este livro é gay: e hétero, e bi, e trans*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2015.
- FOUCAULT, Michel. *Arte, epistemologia, filosofia e história da medicina*. Vol. VII. Rio de Janeiro: Forense, 2011.
- FRANÇA, Vera. *Celebridades: identificação, idealização ou consumo?* In: FRANÇA, Vera et al (org). *Celebridades do século XXI: transformações no estatus da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- GABARDO, Ademir C. *Análise de redes sociais: uma visão computacional*. São Paulo: Novatec, 2015.
- GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.
- HALBERSTAM, Jack. *A arte queer do fracasso*. Recife: CEPE, 2020.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 12.ed. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2019.
- JASMIM, C. C. S. F. *A Construção do Mito: uma análise do fenômeno midiático “Xuxa”*. Rio de Janeiro, 2014. Monografia (Graduação Em Rádio/TV) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- JENKINSON, Monique. *Faux queen: A life in Drag*. Ann Arbor, Michigan: 2022. KLEAIM, L. C. Prefácio In: FERREIRA, S; MONZELI, G; RODRIGUES, A. (Org.). *A Política no Corpo: Gêneros e Sexualidades em Disputa*. Vitória: Edufes, 2016.
- LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho – Ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. 3 rev. Belo Horizonte: Autêntica, 2018.
- MONTEIRO, Eduarda Escila Ferreira Lopes. *O uso dos dispositivos móveis e da internet como parte da cultura escolar de estudantes universitários*. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2020.

- OLIVEIRA, N. C. V. *Desidentificação de gênero: experiência queer na performatividade da drag queen*. 2021. 119 f. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas), Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2021.
- OMELETE, Xuxa revisita questões difíceis em doc. Rio de Janeiro, 2023. Disponível: <https://www.omelete.com.br/series-tv/xuxa-revisita-polemicas-em-doc-tem-gente-que-prefere-o-lado-do-abusador> Acesso em: 20 de jul.2024.
- SHIRKY, Clay. *Lá vem todo mundo*. Zahar, 2012. SHIRKY, Clay. *A cultura da participação*. Zahar, 2011
- SIBILIA, Paula. *O show do Eu: A intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.
- SCOLARI, C. A. *Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea*. In: Revista Parágrafo, julho 2015, v.1, n.3,p. 7-19, 2015.
- SOUZA, Hyeser. *Liberdade digital: o mais completo manual para empreender*. São Paulo: Maquinaria Santo Editoria e Distribuidora Ltda., 2021.
- TEIXEIRA, Juliana. *Jornalismo Audiovisual com e para Dispositivos Móveis: Um estudo das aplicações nos processos e produtos jornalísticos das emissoras de televisão do Piauí*. Editora LabCom.IFP, Portugal, 2019.
- VERTOVEC, S. *The Emergence of Super-Diversity in: Britain*. Centre on Migration, Policy and Society. Working paper n. 25, University of Oxford, 2006.

DOI FCT - LABCOM

<https://doi.org/10.54499/UID/00661/2025>



Cofinanciado pela
União Europeia



A multiplicação dos ecrãs e o acompanhamento dos seus conteúdos através de plataformas digitais, em fluxos incessantes de imagem e discurso, preenchem o quotidiano mediático. É neste território movediço que este livro lança âncora. Entre a urgência da notícia e o tempo suspenso da ficção, entre o rosto que testemunha e o corpo que a câmara ainda hesita em mostrar, a televisão e os novos meios revelam-se, aqui, não como simples janelas para o mundo, mas como palcos de disputa. O presente livro, que tem como premissa a diversidade, percorre quatro grandes eixos de reflexão: o jornalismo televisivo e as suas estratégias de captação da atenção; a ficção seriada e as narrativas de género, sexualidade e identidade; as políticas de representação da diferença nos discursos audiovisuais; e, por fim, os desafios da plataformização e das identidades digitais numa era marcada pela inteligência artificial. Os capítulos deste livro convidam o leitor a repensar criticamente o papel dos media audiovisuais na construção da cidadania, da memória coletiva e da diversidade.