

Sete dimensões para leitura crítica e criativa das notícias em áudio e vídeo: repensando a qualidade do jornalismo audiovisual no ensino

Seven dimensions for critical and creative reading of audio and video news: rethinking the quality of audiovisual journalism in teaching

Beatriz Becker¹ⁱ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6665-8911>

Igor Waltz²ⁱⁱ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1903-6153>

Recebido em: 03/11/2023. Aprovado em: 08/12/2023.

Resumo

Diante da abundância de informações acessíveis em diferentes dispositivos e telas, a confiabilidade das notícias é fundamental para fomentar as práticas democráticas e o exercício da cidadania. Este trabalho apresenta um método formado por sete dimensões para avaliar a credibilidade e a qualidade de matérias e reportagens em áudio e vídeo, buscando contribuir para o ensino do jornalismo audiovisual. Tais dimensões, amparadas em pesquisas em jornalismo e estudos de televisão e de News Literacy, são aplicadas na análise da série “Pra Onde, Brasil” do Profissão Repórter da Rede Globo.

Palavras-chave: news literacy; qualidade em jornalismo; ensino de jornalismo audiovisual.

Abstract

Faced with the abundance of accessible information across devices and screens, the reliability of news is crucial in fostering democratic practices and civic engagement. This paper presents a method consisting of seven dimensions to evaluate the credibility and quality of audio and video news stories, aiming to contribute to the teaching of audiovisual journalism. These dimensions, supported by journalism research and television and News Literacy studies, are employed in the analysis of the series “Pra Onde, Brasil” from Profissão Repórter by Rede Globo.

Keywords: news literacy; journalism quality; audiovisual journalism education.

1 Introdução

O cenário do mercado atual de mídia é marcado por riscos, incerteza e concorrência no Brasil e no mundo. A proliferação de dispositivos, plataformas e as novas formas de consumo de informação em diferentes formatos de telas constitui um complexo

¹ Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM/ECO-UFRJ). Rio de Janeiro, Brasil. beatrizbecker@uol.com.br.

² Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Rio de Janeiro, Brasil. igor.waltz2@gmail.com



ecossistema informativo, no qual as Big Techs têm lucros bilionários (Dantas, 2023). O uso não regulamentado de dados e de inteligência artificial e o fenômeno da plataformização (Dijck; Poell; Waal, 2018) têm produzido grande impacto na mídia, na vida social e em diferentes setores produtivos. O competitivo mercado de mídia também afeta o jornalismo e impõe a busca de novos modelos de negócio. Muitas empresas usam as redes sociais apenas para distribuir conteúdo, outras investem em produtos específicos para a internet, mas todas enfrentam o desafio de se manterem relevantes para a sociedade em um cenário econômico e político dominado pelas Big Techs.

O engajamento com os usuários no ambiente digital se tornou uma árdua e prioritária estratégia para as organizações noticiosas, inclusive para combater as *fake news* e a desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017). A proliferação de informações falsas, fragiliza a mediação e a autoridade da mídia tradicional de enunciar a verdade dos fatos, mitiga a liberdade de imprensa e a confiança nas instituições, favorecendo regimes extremistas. As *fake news* privilegiam interesses políticos e financeiros, mobilizam crenças e emoções, causam danos à saúde pública, às comunidades vulneráveis e ao meio-ambiente, ameaçam os direitos humanos e prejudicam a sociedade, impedindo que notícias confiáveis e relevantes de interesse público sejam conhecidas pelos cidadãos (Becker, 2023). Mas as informações falsas são apenas uma instância do fenômeno da desinformação, atreladas a outras formas de distorção de informação e aos mecanismos de inteligência artificial (algoritmos e robôs), bem como ao poder de grandes plataformas e ao uso de aplicativos (Wardle, 2017; Becker, 2022a).

Segundo o relatório *Tendências para o jornalismo brasileiro em 2023*, produzido pela Orbis Review³, são exigidas dos jornalistas 11 habilidades para atuar no mercado profissional: Visão do produto, Manejo com ferramentas digitais de conteúdo, *Business intelligence*, Capacidade de ouvir e dialogar cordialmente, Perfil empreendedor, Geração Z ou identificação com as novas gerações, Domínio de pautas ESG, Discrição em suas redes sociais, Domínio de Inteligência Artificial, Popularidade em suas redes sociais e Defensor(a) de causas identitárias. Porém, em condições de trabalho cada vez mais precarizadas (Figaro; Nonato; Grohmann, 2018) e diante da velocidade com que as

³ Disponível em: <https://orbismedia.org/relatorio-tendencias-para-o-jornalismo-em-2023/>; https://orbismedia.org/wp-content/uploads/2023/01/orbis_media_review_relatorio_tendencias23-2.pdf. Acesso em: 25 out. 2023.



informações e as *fake news* circulam, os profissionais nem sempre conseguem realizar a devida apuração e a verificação dos fatos e das notícias para combater a desinformação.

A despeito da função social do jornalismo ser atrelada à democracia e à cidadania e baseada na ética, na independência política, na liberdade de expressão e nos direitos humanos (McQuail, 2013), a precarização do trabalho jornalístico, as estratégias de adesão do público e interesses políticos e econômicos das próprias organizações noticiosas não garantem que a própria existência do jornalismo em sociedades democráticas e a atuação da imprensa sejam sempre a favor da democracia (Nascimento; Lycarião; Ferreira, 2023). O grau de comprometimento da imprensa com a democracia é variável em distintos contextos e coberturas jornalísticas. Práticas discursivas, ancoradas em causas supostamente apatidárias e despreendidas de interesses particulares de combate à corrupção e ao autoritarismo, podem até atuar na contramão da ordem democrática (Albuquerque, 2019). Patterson (2023) argumenta ainda que notícias “leves”, sensacionalistas e focadas em crimes e escândalos políticos que visam atrair as audiências não contribuem para valorização da Política e para as questões públicas podem enfraquecer a democracia e o papel social do jornalismo em uma era impactada pelo desenvolvimento e os usos de tecnologias digitais. Em um contexto tensionado pela responsabilidade e a ética profissional de prestar informações que contribuam para despertar a consciência da sociedade e apontar soluções para a superação da expressiva desigualdade social, dos conflitos geopolíticos internacionais e dos problemas ambientais, a questão da qualidade dos conteúdos e formatos noticiosos se torna mais relevante, podendo funcionar como um indicador da saúde da democracia e uma medida da profissionalização jornalística (Rivas-De-Roca, 2022; Becker, 2009, 2023).

Este trabalho apresenta um método formado por sete dimensões para serem aplicadas na apreciação da qualidade e da confiabilidade de matérias e reportagens em áudio e vídeo e de suas produções de sentido, buscando contribuir para o ensino do jornalismo audiovisual (Becker, 2009; Becker, 2022a). A aplicabilidade desse método é demonstrada em uma análise da série “Pra Onde, Brasil” do programa jornalístico Profissão Repórter, que completou 17 anos no ar em 2023. Esse programa foi escolhido por investir em inovação estética e de conteúdo e a referida série foi selecionada porque aborda um dos principais desafios da contemporaneidade: o necessário enfrentamento de problemas socioambientais que afetam a vida de seres humanos e do planeta.



2 Jornalismo de qualidade

O jornalismo é uma forma de conhecimento relevante da realidade social e tem a importante função social de prestar um serviço de informação pública de qualidade e contribuir para práticas democráticas. No entanto, serve aos interesses da empresa e é tensionado por interesses mercadológicos e políticos e pela necessidade de fomentar e ampliar seus vínculos com a sociedade (Becker, 2022a). A qualidade em jornalismo, amparada em práticas éticas e responsáveis, contribui para a retomada da sua confiança como instância mediadora da realidade e para combater a desinformação (Prazeres; Ratier, 2020), devendo ser observada como característica da organização jornalística e do produto, serviço público de informações credíveis dirigido aos cidadãos para atendimentos às suas necessidades e o exercício de seus direitos e investimento estratégico atrelado à ideia de negócio e de respeitabilidade dos veículos (Pinto; Marinho, 2003).

Entretanto, essa noção ainda é difusa, abordada sob diferentes perspectivas e em contínua revisitação. A discussão sobre jornalismo de qualidade surgiu no Século XX. A partir da segunda metade da década de 1980, diferentes autores nos Estados Unidos, na Europa, na América Latina e no Brasil sugerem que os programas de qualidade na TV seriam aqueles que rompem com determinados padrões de organização discursiva dos códigos audiovisuais em gêneros televisivos distintos e exploram a inventividade estética e de conteúdo em traduções mais diversas e plurais da experiência social e cultural (Becker, 2022b). Na segunda década do atual milênio, tal debate passou a abrigar reflexões sobre os modos como as audiências interagem com os programas nas redes e plataformas sociais, considerando suas conversações e comentários como um indicador de aferição possível de TV de qualidade. As discussões sobre a concentração de propriedade e a necessidade de regulamentação dos meios de comunicação também se constituíram como questões fundamentais nesses debates. No Brasil, os estudos sobre jornalismo e telejornalismo de qualidade se desenvolveram a partir dos anos 2000, sinalizando que a ideia de distinguir a boa e a má informação não é recente nas pesquisas desse campo (Becker, 2022b). Notou-se que as empresas estabelecem metas e padrões os quais devem ser incorporados pelos seus profissionais nas rotinas produtivas, normatizando e uniformizando procedimentos, mas também existe uma busca pela



qualidade jornalística externa à organização, oriunda de governos, organizações não governamentais, movimentos sociais, associações civis e da academia (Christofoletti, 2010).

Hoje, a ideia de jornalismo de qualidade não se refere apenas aos produtos (Rivas-De-Roca, 2022), mas a todo processo comunicacional que envolve a produção, a circulação e o consumo de notícias. A qualidade é uma questão subjetiva e impactada pela percepção do público (Lawrence; Napoli, 2023). As motivações e atuações das audiências também contribuem para atribuição de significações às notícias e para o papel político e sociocultural que o jornalismo desempenha em diferentes contextos. O público decide o que consome, participa, colabora, corrige a informação e ajuda a distribuí-la (Christofoletti, 2019). No entanto, não existe ainda um consenso internacional nas pesquisas em jornalismo para definir essa noção, a qual demanda maior clareza de parâmetros. Fürst (2020) ressalta que no atual ecossistema informativo, marcado pela abundância e pela velocidade de informações disponíveis, os comportamentos e as escolhas das audiências ganham maior ênfase do que a verificação da própria informação, o que não proporciona uma visão ampla dos acontecimentos e prejudica a qualidade das notícias. E as métricas das audiências influenciam cada vez mais as rotinas produtivas e os valores jornalísticos editoriais⁴.

Segundo o relatório *O jornalismo no Brasil em 2023*, lançado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pelo Farol Jornalismo, já não é rara a presença de profissionais focados em audiência e *Search Engine Optimization* (SEO) nas redações digitais avaliando métricas, oportunidades de negócios e inventividade de pautas, formatos, linguagens e canais de distribuição de conteúdo para ampliar vínculos com usuários⁵. Contudo, as notícias de qualidade são instrumentos relevantes para combater a desinformação e mitigar as informações enganosas (Anderson; Ogola; Williams, 2013) e também implica a oferta de parâmetros para os futuros profissionais e os cidadãos poderem realizar uma leitura crítica e criativa de reportagens (Becker, 2022a). A educação em jornalismo deve estar conectada às redes comunitárias para promover

⁴ Disponível em: <https://jornalismonobrasil.headline.com.br/seo-e-a-construcao-de-um-jornalismo-de-qualidade>. Acesso em: 25 out. 2023.

⁵ Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/2023-sera-um-ano-de-reconstrucao-para-o-jornalismo-indica-especial-de-abraji-e-farol>. Acesso em: 25 out. 2023.



conhecimento e engajamento cívicos para proporcionar referências para distinguir a boa e a má informação e combater a desinformação (Becker, 2023).

A *News Literacy* favorece o exercício local e global da cidadania, promove a diversidade cultural e políticas de proteção do interesse público e dos direitos humanos e já se constitui como questão das agendas global e local. Os estudos desse campo oferecem competências para avaliar a credibilidade das notícias e proporcionam ferramentas para averiguar a confiabilidade das informações jornalísticas, como a aferição das fontes, das imagens e vídeos, da autoria dos relatos e dos testemunhos e da credibilidade e responsabilização das organizações de mídia (Becker, 2023). Mas, além de tais procedimentos de verificabilidade das notícias, é preciso oferecer no ensino do jornalismo audiovisual a construção de habilidades para interpretar conteúdos e formatos jornalístico que utilizam a imagem em movimento, observando seus enquadramentos e suas produções de sentidos, diante do incremento do visual, da abundância e do apelo emocional de vídeos que circulam e são consumidos na internet e da curadoria de informações exercida pelas Big Techs (Becker, 2023).

Focaliza-se neste trabalho a ideia de qualidade na produção, circulação e consumo de conteúdos e formatos noticiosos em áudio e vídeo porque o mercado audiovisual cresce cada vez mais e de maneira fragmentada. O que era apenas um “mercado de TV” diversificou-se em um ambiente midiático complexo em decorrência da proliferação de dispositivos e plataformas e das novas formas de visualização, entretanto, a predominância dos acessos a conteúdo de vídeo ainda ocorre por meio da tela grande. A TV linear (TV aberta e TV por assinatura) responde por 79% do tempo de consumo de vídeo no Brasil⁶. O aparelho de TV Smart é o principal condutor do aumento da utilização dos serviços de streaming, concentrando a maior parte das transmissões e do consumo de SVOD (*Video Subscription on Demand*).

Esse recorte também se justifica porque as representações das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo influenciam visões de mundo e percepções da experiência social cotidiana, “as imagens em movimento podem tanto legitimar referências e valores

⁶ O brasileiro passa em média 5h17 minutos por dia assistindo à TV linear, que alcança em um único dia 50% da população brasileira, chegando a 91% em um mês. Disponível em: https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/11/Media_Trends_Predictions_2023_PT-1.pdf; https://kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media_Inside-Video-2023.pdf. Acesso em: 16 out. 2023.



como indicar mudanças graduais de modos coletivos de ver, sentir e agir na vida social, inclusive aquelas compartilhadas em aplicativos e redes e plataformas sociais” (Becker, 2022a, p.17). Tais narrativas têm papel importante no entendimento de problemas sociais, políticos e ambientais e das transformações requeridas para uma economia sustentável e uma sociedade mais inclusiva (Becker, 2023). Os relatos jornalísticos que incorporam a linguagem audiovisual são uma expressão de identidades culturais, têm valor educacional, científico e histórico, preservam a memória e organizam os fatos (Brasil; Pavlik, 2016).

Os modos como as notícias se expandem em múltiplas plataformas e as maneiras como as audiências interagem com os noticiários, por meio de dispositivos móveis e nas redes sociais, afetam as leituras dos acontecimentos em diferentes contextos, a função social do jornalismo e as práticas produtivas (Becker, 2012, 2019). O texto verbal da notícia televisiva (*voz-off*) ainda é casado com a imagem, e não há concorrência semântica entre esses elementos da informação. No webjornalismo, o vídeo deixou de funcionar apenas como um complemento da informação e, hoje, nem sempre os jornalistas estão presentes em vídeos, produzidos também por cidadãos e diferentes organizações que se espalham nas redes de maneira instantânea (Fürst, 2020). Verifica-se ainda uma tendência de investimentos no realismo, na emoção, na valorização da experiência das pessoas, no testemunho e na subjetivação na produção das narrativas jornalísticas audiovisuais (Becker, 2021; Becker; Thomé, 2023). A compreensão desses processos comunicativos e a aferição da qualidade de matérias, reportagens e vídeos no ensino de jornalismo demandam novas abordagens teórico-metodológicas (Becker, 2023). O método sistematizado em seguida é amparado nas contribuições da Análise Televisual-AT e da Análise Televisual Convergente-ATC, que permitem a leitura crítica de obras audiovisuais e de programas jornalísticos nas pesquisas em comunicação e jornalismo (Becker, 2012, 2019).

3 Sete dimensões para observar o jornalismo audiovisual de qualidade em processos de aprendizagem

Um olhar crítico e criativo para os conteúdos e formatos noticiosos em áudio e vídeo demanda observar características políticas, econômicas, históricas e culturais de



um determinado território geográfico onde tais narrativas estão inscritas e influenciam os sentidos das notícias. Assim, a primeira dimensão desse método é aqui denominada de **Território**, correspondente à localidade geográfica (país, estado, região, cidade, comunidade), às suas características socioculturais e de governabilidade e ao contexto onde ocorrem a produção, a circulação e o consumo das informações em áudio e vídeo⁷. A segunda dimensão é **Mercado**, correspondente à compreensão de seu funcionamento e de aspectos que definem o sistema de mídia nesse território e indicam como é operacionalizado, observando a existência e/ou ausência de legislações e regulações para meios de comunicação e plataformas e conflitos imbricados nesses protocolos.

A terceira dimensão, denominada **Mídia**, inclui a identificação da empresa ou grupo de mídia responsável pela produção de uma reportagem específica- a historicidade, o perfil, as rotinas produtivas, a credibilidade e o modelo de negócios de tal organização; e a presença ou não de canais de comunicação com o público e de informações sobre a forma como uma reportagem foi construída e possíveis erros e correções. O **Produto** jornalístico é a quarta dimensão desse método, permitindo observar quem produziu o texto, se é opinativo ou jornalístico, quais as fontes da notícia, as citações e testemunhos, a autoria e a origem das imagens e áudios utilizados, a presença ou não de uma justificativa da relevância e da contextualização do fato e as soluções apresentadas para os problemas e conflitos abordados. Tal dimensão também promove uma leitura crítica da pluralidade ou não de pontos de vista apresentados sobre um acontecimento e da diversidade temática e de representações de atores sociais que fazem parte do relato; propiciando ainda verificar a elaboração, a hierarquização, o enquadramento e a edição de reportagem ou matéria, inferindo como foram atribuídos sentidos a um determinado acontecimento. Ao incentivar a leitura das maneiras como os códigos audiovisuais foram explorados nesses produtos, produzindo visibilidades e invisibilidades, a aplicação dessa categoria proporciona competências para a produção de textos sobre o tema abordado.

A quinta dimensão, a **Circulação**, está relacionada aos modos como a notícia circula e se insere na paisagem midiática; aos *sites*, plataformas e aplicativos onde é compartilhada, aos diferentes formatos em que é apresentada, ao potencial de interatividade dos dispositivos utilizados na produção e no consumo do conteúdo

⁷ O território é aqui compreendido tanto como uma posição geográfico quanto como as relações entre o espaço geográfico e as práticas culturais e políticas que o constituem e às maneiras como é utilizado (RESENDE; ROBALINHO.; AMARAL, 2020).



noticioso. A sexta dimensão é a **Audiência**, referente às motivações e interações de espectadores e usuários, aos modos como expressam suas impressões sobre matérias e reportagens nos canais oficiais das empresas e grupos jornalísticos nas redes e plataformas sociais, atribuem significações às narrativas e estabelecem vínculos e agenciamentos. A sétima e última dimensão é chamada de **Sociedade**, a qual possibilita examinar a relevância da temática de uma notícia específica, a sua repercussão em um ou mais grupos, o posicionamento de instituições, organizações e movimentos sociais e os seus desdobramentos para a vida social. Tais manifestações podem ser identificadas em textos externos à matéria ou reportagem, coletados de fontes e ambiências distintas, buscando inferir a atitude responsiva da sociedade. Para demonstrar a aplicabilidade desse método, essas sete dimensões são aplicadas no estudo da série “Pra Onde, Brasil” do Profissão Repórter da Rede Globo.

4 Leitura crítica e criativa da série “Pra Onde, Brasil”

O Profissão Repórter, concebido pelo jornalista Caco Barcellos, aborda questões sociais relevantes, e explora perspectivas distintas da cobertura cotidiana “*hard news*” (Barcellos, 2016). A equipe de jornalistas, sob a orientação do experiente repórter, proporciona aos espectadores abordagens diferentes de uma mesma história. O público vivencia desafios da produção das reportagens, por meio de imagens dos bastidores e diálogos que se desenrolam em reuniões de pauta e nas salas de edição. Tal estratégia, denominada como “autorreferencialidade” por Passos (2023), contribui para a credibilidade do programa e para sensibilizar o público. As narrativas mais humanizadas promovem o envolvimento emocional dos espectadores e geram maior proximidade com as audiências (Santos, 2011). A linguagem inovadora e hibridizada com outros formatos audiovisuais do Profissão Repórter se aproxima tanto do documentário quanto do entretenimento sem deixar de manter sua natureza referencial e uma suposta fidelidade à representação do mundo concreto, reforçando a noção de “transparência” do jornalismo (Soares, 2012).

O “Profissão Repórter” estreou em abril de 2006 como um especial do “Globo Repórter” e, no mesmo ano, foi incorporado como um quadro do “Fantástico”. Em 2008, o premiado programa foi integrado à grade de programação e continua a ser veiculado



semanalmente pela Rede Globo de Televisão, disponível também na Globoplay⁸. Na temporada de 2023, o programa passou a estar alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)⁹ da Organização das Nações Unidas (ONU), que visam mitigar desafios globais até 2030, como a erradicação da pobreza e o enfrentamento das mudanças climáticas. A série “Pra Onde, Brasil” relevou questões específicas de cada região do Brasil, apresentando os desafios do país para consecução dos ODS estabelecidos na Agenda 2030. Os repórteres viajaram pelas regiões Sudeste, Sul, Nordeste e Centro-Oeste, a bordo de um *motorhome*, e Norte, em um *barcohome*, explorando possíveis maneiras pelas quais o jornalismo pode contribuir para a promoção de debates públicos relacionados ao desenvolvimento socioambiental sustentável.

Os seis episódios da série “Pra Onde, Brasil” foram transmitidos em duas partes: a primeira em 11 e 18 de abril de 2023, e a segunda entre 23 de maio e 13 de junho. O primeiro episódio abordou o desmatamento ilegal, adversidades sofridas por povos indígenas e esforços por manejo sustentável nas regiões Norte e Centro-Oeste. O segundo programa mostrou a carência de infraestrutura de água, esgoto e luz em áreas ribeirinhas da Amazônia. O terceiro episódio, exibido no dia 23 de maio de 2023, alertou sobre os altos índices de câncer de pele na região Sul causados por exposição solar, genética e uso inadequado de agrotóxicos, mais especificamente, em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. O quarto programa da série, veiculado no dia 30 de maio desse mesmo ano, se concentrou na região sudeste, focalizando a vida nas regiões atingidas pelos rompimentos de barragens em Mariana (2015) e de Brumadinho (2019), em Minas Gerais e destacando as dificuldades enfrentadas pelas comunidades tradicionais, impedidas de pescar ou consumir água, na área da foz do Rio Doce no Espírito Santo. Iniciativas de combate à fome e à escassez de água no Nordeste, ações em prol da reforma fundiária e o afundamento de bairros em Maceió (AL) devido à mineração foram abordados no quinto episódio em 6 de junho de 2023. O sexto e último episódio, exibido no dia 13 de junho, foi sobre a Cracolândia em SP, apontando perspectivas de usuários, famílias, moradores e comerciantes e informando sobre um tratamento especializado para dependentes.

⁸ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/profissao-reporter/>. Acesso em 20 out. 2023.

⁹ Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/em-nova-temporada-equipe-do-profissao-reporter-viaja-pelo-brasil-a-bordo-de-motorhome-e-barcohome.ghtml>. Acesso em 15 out. 2023.



A aplicação da dimensão *Território* nos permite observar que a série “Pra Onde, Brasil”, retratou penosas realidades sociais das cinco regiões do país. A série foi produzida pouco tempo após a gestão de Jair Bolsonaro, caracterizada pelos ataques à democracia e às instituições públicas brasileiras e pelo descaso no enfrentamento da pandemia da Covid-19. A postura negacionista do presidente frente à ciência comprometeu a devida resposta do governo federal à emergência sanitária, resultando na perda de mais de 700 mil vidas¹⁰ e no agravamento de indicadores sociais. A eleição de Lula, em 2022, refletiu o desejo de parte da população por mudanças diante do cenário deteriorado de proteção social e ambiental. Os seis episódios do Profissão Repórter abordam desafios socioambientais urgentes associados aos ODS que ainda persistem, enfatizando a necessidade de políticas públicas para alcançar uma sociedade mais sustentável e inclusiva.

A utilização da dimensão “*Mercado*” oferece possibilidades de compreender características do sistema de mídia brasileiro. O setor se configura como um oligopólio, no qual conglomerados privados dominam a maior parte da produção midiática (Cabral; Cabral Filho, 2016). O domínio mercadológico resulta em pouca diversidade político-ideológica e de pontos de vista sobre os acontecimentos na mídia (MARINONI, 2015). As organizações Globo são o maior conglomerado de mídia da América Latina e o que mais concentra investimentos publicitários no país. As TVs conectadas à internet (CTVs) já estão hoje em 60% dos lares no Brasil. Esse grupo de mídia concluiu em 2023 a expansão para 100% do território nacional de sua transmissão simultânea pela Globoplay¹¹, a principal plataforma brasileira de streaming. As TVs conectadas à internet (CTVs) já estão hoje em 60% dos lares no Brasil.. O uso da dimensão “*Mídia*” propicia ampliar a compreensão do sistema de mídia no qual o “Profissão Repórter” está inserido. Hoje, a Rede Globo reúne o alcance da TV aberta, a variedade dos canais por assinatura e a Globoplay- combina em um único lugar a oferta de programação linear da TV aberta, com horários pré-definidos e intervalos comerciais, e conteúdos sob demanda, e atinge mais de 110 milhões de brasileiros por semana¹².

¹⁰ Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em 20 out. 2023.

¹¹ Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/10/20/tv-conectada-ganha-enfase-em-estrategia-publicitaria-da-globo-sembarreira.ghtml>. Acesso em 29 out. 2023.

¹² Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2023/10/20/upfront-2024-globo-apresenta-ovidades-da-empresa-e-discute-evolucao-da-publicidade.ghtml>. Acesso em 29 out. 2023.



A dimensão “Produto” viabiliza o entendimento da estrutura do programa e da construção das narrativas em áudio e vídeo. O “Profissão Repórter” é uma produção do setor de jornalismo da Rede Globo, estruturado em formato de série, com temporadas anuais. As edições têm cerca de 40 minutos, divididas em um bloco de meia hora e o outro com 10 minutos. A equipe de jornalistas é quase inteiramente renovada a cada episódio, com exceção de Caco Barcellos, presente em três dos seis episódios da série estudada. Todos são iniciados com uma explicação sobre os ODS e uma introdução da temática tratada em cada um deles. Essas breves narrativas, com um tempo de duração variável de 40 segundos a seis minutos, a vinheta de abertura do programa elaborada com uma energética trilha sonora, e imagens registradas com câmeras na mão marcam o ritmo dinâmico dos episódios de “Pra Onde, Brasil”. Nas edições também são utilizadas imagens de arquivo, especialmente de reportagens antigas do “Profissão Repórter”, contribuindo para uma contextualização do problema abordado que persiste ao longo do tempo. Um exemplo é o testemunho do repórter Guilherme Belarmino, que cobriu o desastre de Brumadinho para o “Profissão Repórter” ao lado de Barcellos, em 2019. O relato de suas memórias é incluído no quarto episódio da série em 2023. A captação de som local e a narração em voz *off* utilizadas aproximam a série da linguagem do documentário. Atuações dos próprios jornalistas como personagens das histórias narradas em reuniões de trabalho na van e em suas refeições e os planos fechados no rosto dos repórteres mostram suas reações durante as reportagens. Essas cenas são intercaladas com depoimentos de cidadãos em ágeis edições. Os jornalistas buscam ouvir também autoridades públicas, porém, sem êxito na maioria das vezes. Com exceção do governador do Amapá, Clécio Luis, entrevistado no segundo episódio, as autoridades se manifestam apenas por meio de nota. Iniciativas que propõem soluções para as questões socioambientais apresentadas são enunciadas no encerramento dos episódios, como manejo social da floresta, assentamentos rurais bem-sucedidos e empenho de empreendedores sociais que fornecem água potável às comunidades periféricas.

Os canais e plataformas pelos quais o programa atinge seus públicos podem ser evidenciados mediante a aplicação da dimensão “Circulação”. Apesar de seu horário tardio de exibição, a estreia da temporada de 2023 do Profissão Repórter obteve média de



10,3 pontos na Grande São Paulo, de acordo com a Kantar Ibope Media¹³. Contudo, a audiência da série não é limitada ao momento da transmissão. Os episódios estão disponíveis no portal G1 e na Globoplay, e são também acompanhados nas redes sociais. O programa tem mantido presença ativa no Instagram e no Twitter, com 536 mil e 477 mil seguidores, respectivamente, registrados em 20 de outubro de 2023. No Facebook, há também uma página sem publicação, aparentemente desativada¹⁴.

A dimensão “Audiências” viabiliza a compreensão às formas de interação do público e suas apropriações dos conteúdos da série. Durante o período de exibição da série, entre abril e junho de 2023, a maior parte das postagens do “Profissão Repórter” no Twitter foi composta por trechos do programa, convocando as audiências para assistirem os episódios na TV e na Globoplay. A maioria das publicações do programa não gerou comentários e as interações se limitaram a um máximo de 50 curtidas. As postagens no Instagram contaram com mais engajamento, alcançando até 500 mil curtidas. As audiências se manifestaram com elogios à qualidade do programa (“*Meus Parabéns a equipe de reportagem do programa, mostrou todos os lados do problema, o programa ficou impecável*”¹⁵) e reclamações quanto ao horário de exibição (“*Minha revolta é esse programa com tantos conteúdos relevantes não ter um horário mais acessível para a população! Sou fã demais!*”¹⁶). Houve também acusações por parte do público de que o programa seria politicamente tendencioso, apontando para a existência de polarizações políticas nessas interações (“*Kd a transposição do Rio São Francisco @governodobrasil ? Porque fecharam as comportas prejudicando milhões de pessoas. Tido por vingança e inveja. @jairmessiasbolsonaro melhor presidente do mundo. #globalixo*”¹⁷).

A dimensão “Sociedade” sinaliza a repercussão da série e da temática elencada pelo Profissão Repórter. Os seis episódios concederam espaço para as vozes de cidadãos em diferentes regiões do Brasil e, assim, contribuíram para ampliar o debate público sobre a Agenda 2030. A série rompeu com a tradicional abordagem centrada nas redações dos grandes centros urbanos e colocou em destaque distintas realidades comumente

¹³ Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/audiencias/2023/04/12/profissao-reporter-estreia-nova-temporada-com-audiencia-25-menor-que-2022-196155.php>. Acesso em: 20 out. 2023.

¹⁴ Disponível em: <https://twitter.com/profreporter>; <https://www.instagram.com/profissaoreporter/>; e <https://www.facebook.com/profissaoreporter/>. Acesso em: 30 out. 2023.

¹⁵ Disponível em <https://www.instagram.com/p/Ctgp8KJPEUr/>. Acesso em 29 out. 2023.

¹⁶ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CteiO0RxsNy/>. Acesso em 29 out. 2023.

¹⁷ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CtJe0GkpS15/>. Acesso em 29 out. 2023.

negligenciadas na mídia. A aplicação dessa dimensão também favorece um olhar para os modos como a própria sociedade atribui significações e valores aos ODS. Um exemplo foi o discurso do presidente Lula na abertura da 78ª Assembleia-Geral da ONU, em setembro de 2023, quando ele afirmou que a Agenda 2030 seria um “fracasso” caso a desigualdade global não fosse reduzida¹⁸.

A aplicação do método sistematizado neste trabalho permitiu realizar uma leitura crítica e criativa da série “Pra Onde Brasil” do “Profissão Repórter”, demonstrando sua potencialidade para abrir os sentidos dos textos informativos audiovisuais sobre a experiência social. Foi possível identificar que os seis episódios colaboram para o engajamento cívico e promovem soluções e iniciativas que podem contribuir para um futuro mais equitativo e sustentável.

5 Considerações finais

O jornalismo disputa protagonismo no debate público com outras instituições, políticos, influenciadores, testemunhas e espectadores, de acordo com interesses políticos e financeiros dos veículos jornalísticos e das organizações de mídia (Becker, 2022a). Porém, a crise do jornalismo no atual ecossistema informativo não afeta apenas as redações, e deve preocupar a todos, reafirmando a importância do jornalismo e de sua mediação na tradução da experiência social, no combate à desinformação e a favor das práticas democráticas, com maior transparência, integridade e comprometimento comunitário e social (Becker, 2022a; Christofoletti, 2019). O combate à desinformação no ensino do jornalismo audiovisual possibilita mitigar a informação enganosa, contribuindo para o fortalecimento das práticas democráticas (Becker, 2023). Esse método é uma contribuição para despertar, na formação dos futuros jornalistas, a responsabilidade de prover à sociedade informações bem apuradas e elaboradas sobre fatos inscritos no mundo real histórico, apresentar olhares diversos e plurais para os acontecimentos relatados, promover respeito e diálogo entre atores sociais distintos e apontar soluções possíveis para problemas socioambientais e conflitos geopolíticos.

As sete dimensões apresentadas neste trabalho podem também ser aplicadas em práticas pedagógicas e processos de aprendizagem formais e informais direcionados a

¹⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=9Nzj1ts5rAM&t=24s>. Acesso em 29 out. 2023.



diferentes faixas etárias e em distintos níveis de profundidade para aferir a confiabilidade e de narrativas jornalísticas em áudio e vídeo sobre temáticas sensíveis associadas à qualidade de vida da população e ao direito à comunicação. Esse método também visa despertar a percepção de cidadãos sobre a relevância da qualidade da informação e do bom jornalismo para o exercício da cidadania, a defesa dos direitos humanos, a liberdade de expressão e a democracia, colaborando para uma atuação mais consciente na mídia.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. Protecting democracy or conspiring against it? Media and politics in Latin America: a glimpse from Brazil. **Journalism**, v. 20, n. 7, 2019.

ANDERSON, Peter J.; OGOLA, George; WILLIAMS, Michael. **The Future of Quality News Journalism**. A Cross-Continental Analysis. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis Group, 2013.

BARCELLOS, Caco. Profissão: repórter: histórias entre o céu e a terra. In: BARCELLOS, Caco (e equipe). **Profissão Repórter 10 Anos**: grandes aventuras, grandes reportagens. São Paulo: Planeta do Brasil, 2016.

BECKER, Beatriz. News Literacy: a potência do diálogo entre jornalismo e educação para promover uma sociedade mais inclusiva e sustentável. In: ANAIS DO 32º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2023, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/news-literacy-a-potencia-do-dialogo-entre-jornalismo-e-educacao-para-promover-um?lang=pt-br>. Acesso em: 22 out. 2023.

BECKER, Beatriz. **A Construção Audiovisual da Realidade**: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro: MauadX, 2022a.

BECKER, Beatriz. Luzes na Nebulosa Paisagem da Desinformação. In: PEREIRA, Ariane; MELLO, Edna; EMERIM, Cárilda; FINGER, Cristiane (org.). **Qualificação da informação telejornalística**: Propostas teórico-metodológicas de combate à desinformação. Florianópolis: Editora Insular, 2022b. p. 11-22-Prefácio. (Coleção Jornalismo Audiovisual, vol. 14).

BECKER, Beatriz. Reconfigurações do Jornalismo Audiovisual: um estudo da cobertura do Fantástico sobre a Pandemia da Covid-19. Revista **Lumina** (UFJF), v. 15, n. 3, p. 6-22, 2021.

BECKER, Beatriz. Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. **Galáxia**; n. 43, p. 69-81, 2019.



BECKER, Beatriz. Mídia e Jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes**, v. 5, n. 2, 2012a, p. 231-250.

BECKER, Beatriz. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. **Estudos em jornalismo e mídia**, v5, n.2, 2009.

BECKER, Beatriz; THOMÉ, Claudia. Subjetivação como estratégia do telejornalismo na defesa da ciência. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 21, n. 47, 2023.

BRASIL, Antonio; PAVLIK, John V. Big Data, Código Computacional e Arquivos de Notícias Televisivas: implicações dos avanços nos métodos de investigação audiovisual para a qualidade do jornalismo. **Parágrafo**, v. 4, n. 2, 2016.

CABRAL, Eula Dantas Taveira; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. Sociedad civil y concentración de medios en Brasil. **P2P e Inovação**. IBCT, v. 2, n. 2, 2016.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A Crise do jornalismo tem solução?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Indicadores da Qualidade no Jornalismo**: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros. Brasília: UNESCO, Série Debates CI, n.3, 2010.

DANTAS, Marcos. Internet: um debate ainda no cocuruto do iceberg. **Instituto Telecom** (site), 28 mar. 2023. Disponível em: <https://www.institutotelecom.com.br/internet-um-debate-ainda-no-cocuruto-do-iceberg/>. Acesso em: 30 out. 2023.

DIJCK, José van; POELL, Thomas.; WAAL, Martijn De. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Nova York: Oxford University Press, 2018.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2018.

FÜRST, Silke. In the Service of Good Journalism and Audience Interests? How Audience Metrics Affect News Quality? **Media and Communication**, v. 3, n. 8, p. 270-280, 2020.

LAWRENCE, Regina.; NAPOLI, Philip. **News Quality in the Digital Age**. Nova Iorque, Londres: Routledge, Taylor&Francis Group, 2023.

MARINONI, Bruno. Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil. **Intervozes**, 2015.

McQUAIL, Denis. **Journalism and Society**. Londres: Sage Publications, Ltd., 2013.



NASCIMENTO, Thatiany; LYCARIÃO, Diógenes; FERREIRA, Cláudia R. Qualidade no jornalismo e democracia: uma revisão sistemática de literatura. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol.20, n.1, 2023.

PASSOS, Paula. **Profissão Repórter**: A fórmula que deu certo. Curitiba: Appris: 2023.

PATTERSON, Thomas E. Tendências do jornalismo contemporâneo. In: TRAQUINA, Nelson. **Questões Críticas do Jornalismo Contemporâneo**: os papéis pulverizados do capitalismo. Florianópolis: Insular, 2023.

PINTO, Manuel; MARINHO, Sandra. A Qualidade em Jornalismo: problematização e operacionalização do conceito. In: I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos; II Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos. **Anais [...]**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2003.

PRAZERES, Michelle; RATIER, Rodrigo. O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 1, p. 82-95, 2020.

RESENDE, Fernando; ROBALINHO, Roberto; AMARAL, Diego. **Modos de Ser Sul**: territorialidades, afetos e poderes. Rio de Janeiro: E-papers, 2020.

RIVAS-DE-ROCA, Rubén. Mapping Quality Digital Journalism Research Trends and Pending Challenges in the Age of Hi-Tech. In: **International Conference on International Studies in Social Sciences and Humanities (CISOC)**, Atlantis Press, 2022.

SANTOS, Thiago Emanuel Ferreira DOS. Infotainment na TV: as estratégias de endereçamento do Profissão Repórter. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

SOARES, Rosana Lima. De Linha Direta a Profissão Repórter: margens cambiantes do telejornalismo. In: SOARES, Rosana de Lima; GOMES, Mayra Rodrigues (Org.). **Profissão Repórter em Diálogo**. São Paulo: Editora Alameda, 2012.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Report: Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Estrasburgo: Conselho Europeu, 2017.

WARDLE, Claire. **Fakenews**. It's complicated. First Draft, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 21 out. 2023.

ⁱ Professora Emérita da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM/ECO-UFRJ); Docente Permanente e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura dessa mesma instituição e Bolsista de Produtividade do CNPq. Possui Pós-



Doutorado em Comunicação pela Goldsmiths, University of London, e pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. É autora de "A Construção Audiovisual da Realidade: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo", "Televisão e Telejornalismo: Transições"; "A linguagem do Telejornal" ; Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual e coautora de "Pantanal: A Reinvenção da Telenovela".

ⁱⁱ Pesquisador de pós-doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Ensino em Biociências e Saúde do Instituto Oswaldo Cruz (IOC/Fiocruz). Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bolsista do programa Pós-Doutorado Nota 10 (PDR 10) da Faperj.

