




Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia

Organização: Roseli Figaro



**Discurso jornalístico e condições de
produção em arranjos econômicos
alternativos às corporações de mídia**

Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia

Roseli Figaro (org.)

Ana Flávia Marques da Silva

Camila Acosta Camargo

Cláudia Nonato

Daniela Ferreira de Oliveira

Fernando Felício Pachi Filho

Jamir Osvaldo Kinoshita

Janaina Visibeli Barros

João Augusto Moliani

Naiana Rodrigues da Silva

Rafael Grohmann

Roseli Figaro

Thales Lelo

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria,
proibindo qualquer uso para fins comerciais.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

D611 Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia [recurso eletrônico] / organização Roseli Figaro. -- São Paulo : ECA-USP : Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. 462 p.

ISBN 978-65-88640-38-8

1. Jornalismo - São Paulo. 2. Jornalismo alternativo. 3. Jornalismo independente. 4. Jornalismo online. 5. Jornalistas. 6. Comunicação e trabalho. I. Figaro, Roseli.

CDD 23. ed. - 079.8161

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194

Equipe de Pesquisadores do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT (autores neste projeto)

Coordenadora Responsável: Prof^ª. Dr^ª. Roseli Figaro

Mestre Ana Flávia Marques da Silva, (DOUTORANDA)

Mestre Camila Acosta Camargo, (DOUTORANDA)

Doutora Cláudia Nonato,

Mestre Daniela Ferreira de Oliveira, (DOUTORANDA)

Doutor Fernando Felício Pachi Filho,

Mestre Jamir Osvaldo Kinoshita, (DOUTORANDO)

Doutor Janaína Visibeli Barros,

Doutor João Augusto Moliani,

Mestre Naiana Rodrigues da Silva, (DOUTORANDA)

Doutor Rafael Grohmann,

Doutor Thales Lelo, (PÓS-DOUTORADO)

Participação dos Bolsistas de Iniciação Científica

Amanda Cordeiro da Silva (BOLSA DO PROJETO CNPQ 2017-2018)

Bruno Bernardo Francioni Finco (BOLSA PROGRAMA USP 2019-2020)

Janaina Abreu de Oliveira (BOLSA PROGRAMA USP 2018-2019)

Leonardo David Dias Cruz CNPq (BOLSA DO PROJETO CNPQ 2019-2020)

Matheus Henrique Santos Hmeliowsky (BOLSA PROGRAMA USP, 2017-2018)

Sabrina Fernandes da Silva (PIBIC, 2017-2018)

Wilton da Silva de Jesus (BOLSA DO PROJETO CNPQ 2018-2019)

<http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/>

Resumo

Esta segunda fase da pesquisa, cujo título original do Projeto é *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia: produção jornalística*, contou com apoio do CNPq, processo número 409146/2016-1. O objetivo é estudar o jornalismo produzido pelos novos arranjos do trabalho dos jornalistas de São Paulo. É uma pesquisa exploratória qualitativa. A pesquisa, iniciada em 2017, tem como ponto de partida o mapeamento dos 70 arranjos jornalísticos identificados em São Paulo e o estudo aprofundado (entrevista semiestruturada e grupos de discussão) realizado, na primeira fase, com a amostra de 30 deles. Essa primeira fase contou com fomento da Fapesp e os resultados estão publicados em artigos e e-book disponível no [site do CPCT](#). As perguntas desta segunda fase da pesquisa são: Esses arranjos produzem jornalismo? E que tipo de jornalismo produzem? As prescrições e as relações de comunicação para o trabalho jornalístico nos novos arranjos econômicos alternativos resultam na produção de um jornalismo de compromisso com os direitos da cidadania? Para respondê-las se estabeleceu como metodologia a coleta do material jornalístico produzido por cada um de 30 arranjos do trabalho do jornalista de São Paulo que compõem a amostra. Os períodos selecionados para a coleta do *corpus* foram a semana do primeiro (01/10 a 08/10/2018) e do segundo (22 a 29/10/2018) turnos das eleições de 2018. O acompanhamento e coleta do material dos respectivos sites se deu por meio do *software* NVivo; e a coleta do material das redes sociais Twitter e Facebook dos arranjos se deu por meio do *software* Netlytic. O material coletado foi organizado em arquivos em pdf e em planilhas do Excel com os *links* das matérias e dos *posts*; e exigiu o desenvolvimento de categorias que pudessem permitir a análise de aspectos do processo produtivo e das lógicas de circulação desses produtos. As categorias teórico-metodológicas mobilizadas para a análise foram: regime de publicação; gênero, instância de produção; instância de composição; e instância de circulação. Os resultados mostram uma diversidade de abordagens editoriais, múltiplas formas de organização do material produzido, ritmos de produção diferentes e concepções editoriais também diferenciadas: umas mais se aproximam do conjunto de valores do jornalismo da racionalidade

liberal, e outras desafiam certos parâmetros consolidados, estabelecendo diálogos mais amplos e comprometidos com seus públicos. As formas de fazer e de organizar os respectivos veículos de comunicação também exigem uma reflexão ancorada nas condições de produção, ou seja, como esses profissionais acessam recursos e infraestrutura para produzir, compor e circular o material produzido. Os arranjos de trabalho dos jornalistas que estudamos estão comprometidos e exercem um jornalismo mais plural, mais engajado com os direitos das maiorias, defensores da democracia e da maior participação dos cidadãos nas decisões da coisa pública. Esse engajamento aos temas democráticos e populares se deu por vias diversificadas: os abertamente engajados na cobertura da campanha de candidatos à esquerda do espectro político; os que fizeram a cobertura de temas polêmicos que não interessavam aos candidatos e posições à direita do espectro político; os que fizeram a cobertura focada em questões de gênero e identidade que também foram foco de ataque dos candidatos à direita do espectro político. São claros os matizes de posições que orientam as pautas e as coberturas. Por fim, podemos afirmar que, se esses arranjos tivessem mais e melhores condições de trabalho para produção jornalística, certamente não estaríamos tão carentes de informação de qualidade, bem como a sociedade poderia fazer uso dessas informações para escapar à lógica da (desinformação que monetiza e despolitiza).

Palavras-chave: comunicação e trabalho, arranjos de trabalho jornalísticos, jornalismo online, condições de produção no jornalismo, jornalismo alternativo e independente.

Abstract

This second phase of the research, *Communication relations and production conditions in the work of journalists in alternative economic arrangements for media corporations: journalistic production*, has support from CNPq, process number 409146 / 2016-1, and has the objective to study the journalism that is produced by the new work arrangements of journalists in São Paulo. It is a qualitative exploratory research. The research, which started in 2017, has as its starting point the mapping of the 70 journalistic arrangements identified in São Paulo and the in-depth study (semi-structured interview and discussion groups) carried out, in the first phase, with a sample of 30 of them. The questions in this second phase of the research are: Do these arrangements produce journalism? And what kind of journalism do they produce? Do the prescriptions and communication relations for journalistic work in these new alternative economic arrangements result in the production of journalism that is committed to the rights of citizenship? In order to answer them, the collection of journalistic material produced by each of the 30 arrangements of the São Paulo journalist's work that make up the sample was established as a methodology. The periods selected for the collection of the corpus were the week of the first (10/1 to 10/8/2018) and the second (10/22 to 10/29/2018) rounds of the 2018 elections. The monitoring and collection of material from the respective sites took place through the NVivo software; and the collection of material from the social networks Twitter and Facebook of the arrangements took place using the Netlytic software. The collected material was organized in pdf files and Excel spreadsheets with links to the materials and posts; and demanded the development of categories that could allow the analysis of aspects of the production process and the circulation logic of these products. The theoretical and methodological categories used for the analysis were: publication regime; genre; production instance; composition instance; and instance of circulation^o. The results show a diversity of editorial approaches, multiple forms of organization of the material produced, different rhythms of production and also differentiated editorial conceptions: some are closer to the set

of journalism values, and others challenge certain consolidated parameters, establishing broader dialogues and committed to their audiences. The ways of making and organizing the respective communication vehicles also require reflection anchored in the conditions of production, that is, how these professionals access resources and infrastructure to produce, compose and circulate the material produced. The working arrangements of the journalists we study are compromised and they exercise a more plural journalism, more engaged with the rights of majorities, defenders of democracy and greater participation of citizens in public affairs decisions. This engagement with democratic and popular themes took place in different ways: those openly engaged in covering the campaign of candidates to the left of the political spectrum; those who covered controversial topics that did not interest candidates and positions on the right side of the political spectrum; those who did the coverage focused on gender and identity issues that were also the focus of attack by candidates to the right of the political spectrum. The nuances of positions that guide the guidelines and coverage are clear. But, we can affirm that, if these arrangements had more and better working conditions for journalistic production, we would certainly not be so lacking in quality information, as well as society could use this information to escape the logic of (mis) information that monetizes and depoliticizes.

Key words: communication and work, working arrangements for journalists, online journalism, production conditions in journalism, alternative and independent journalism.

Sumário

Apresentação [12]

Introdução [16]

Jornalismo na internet [19]

Jornalismo no capitalismo de dados [23]

Capítulo I

Procedimentos teórico-metodológicos que orientam a análise dos dados da pesquisa [29]

1. Problema de pesquisa e escolhas dos caminhos metodológicos [30]
2. Reflexões sobre o banco de dados e limpeza do material coletado - O arquivo [34]
3. Procedimentos teórico-metodológicos para iniciar a análise dos dados [52]

Capítulo II

Análise da produção dos arranjos independentes/alternativos do trabalho dos jornalistas [71]

Introdução [72]

Agência Pública [74]

B9 [86]

Central 3 [105]

Centro de Mídia Independente - CMI [122]

Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada [132]

Envolverde [142]

Jornalistas Livres [155]

Justificando [169]

Lado M [186]

Mães de Peito [195]
Mídia Ninja [202]
Migramundo [216]
Mobilize Brasil [228]
Nexo [238]
Nós, mulheres da periferia [264]
O Novelo [277]
Opera Mundi [283]
Outras Palavras [302]
Periferia em Movimento [313]
Pressenza [324]
Revista AzMina [333]
Sound Like Us [344]
Viomundo [342]
Brasis, Democratize, Énois, Farofafá,
Think Olga, Volt Data Lab e Vozes da Periferia [368]

Capítulo III

Resultados da análise da produção jornalística dos novos arranjos do trabalho dos jornalistas [377]

1. A produção jornalística em arranjos econômicos alternativos e independentes aos conglomerados de mídia no contexto do capitalismo de plataforma [378]
2. Regime de publicação, tempo e espaço no jornalismo dos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas [390]
3. As instâncias de seleção, de composição e de circulação e os gêneros do discurso jornalístico dos arranjos alternativos e independentes [404]

Conclusão [429]

Referências [443]

Lista de produções [450]

Anexos [452]

Apresentação



A reestruturação produtiva das últimas décadas impôs aos trabalhadores inúmeros desafios para sua sobrevivência. Alterações nas atividades, na organização do trabalho, nas representações sociais e nas subjetividades são acompanhadas de um discurso que as torna necessárias e inevitáveis. Fenômenos como a precarização do trabalho, o desemprego estrutural, a perda de direitos sociais, a incorporação de tecnologias que flexibilizam e intensificam as atividades são tópicos incontornáveis para a compreensão dialética das mudanças em curso que se orientam pelo paradigma neoliberal. Desde 2004, o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)¹ tem centrado esforços para analisar o contexto atual a partir da experiência dos trabalhadores em meio às turbulências ocasionadas pelos movimentos estruturais do capital.

Nas pesquisas coletivas do CPCT, os jornalistas ocupam um lugar de destaque. Nas últimas décadas, esta categoria sofreu intensamente os abalos destas transformações, cuja evidência mais clara foi o desemprego em massa. Inúmeros fatores foram apontados para a crise multidimensional que abalou os negócios das grandes empresas de comunicação, que determinaram ao longo do século 20 as formas do fazer jornalístico. Assim, a crise das empresas tornou-se a crise do próprio jornalismo. A insuficiência dos modelos de negócio, a baixa incorporação de tecnologias digitais, novos hábitos de consumo cultural, a emergência das redes sociais e as novas formas de compartilhamento e circulação de informações associadas à extração de dados por plataformas digitais são algumas das questões abordadas pelos pesquisadores. Diante de tal complexidade, as soluções apontadas que visam salvar as empresas de comunicação não levam em conta as dinâmicas do mundo do trabalho.

A necessidade de sobrevivência associada à crença na possibilidade de fazer um jornalismo não exclusivamente pautado pelos interesses comerciais e políticos dos grandes grupos de comunicação tem mobilizado profissionais, que muitas vezes se veem diante de inúmeras dificuldades para continuar na profissão e prover seu sustento. Eles se valem de seus saberes e da flexibilidade oferecida pelas tecnologias digitais para fazer um jornalismo que segue outros padrões de organização e construção noticiosa que subvertem características tradicio-

¹ O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, credenciado pelo CNPq, foi criado em 2003 na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É coordenado pela Profa. Dra. Roseli Figaro e conta com a participação de egressos do PPCCOM-USP, discentes do programa, alunos de iniciação científica, pesquisadores de pós-doutorado e externos à USP.

nais do jornalismo sem invalidá-lo como prática. Questões como estas são analisadas na pesquisa *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*, realizada em duas fases. Essa investigação apontou, na primeira fase, a existência de jornalistas jovens e experientes que se organizam para produzir jornalismo em arranjos alternativos e independentes dos conglomerados de mídia. A partir desse entendimento, o CPCT estudou a organização desses arranjos por meio de perfil autodeclarado em sites e redes sociais; também realizou entrevistas e grupos de discussão com os profissionais para saber como trabalham, como se sustentam e as perspectivas de futuro para suas organizações.

O fato de os jornalistas se agruparem para realizar seu trabalho está muito longe da retórica do empreendedorismo, frequentemente apontado como solução, para a crise estrutural instalada. Por essa razão, o termo *arranjo* traz o significado de uma experimentação, por vezes improvisada, de um modelo que se distancia das formas consagradas pelas empresas jornalísticas que não necessariamente foram responsáveis pela garantia de qualidade do produto jornalístico, mas sim se configuraram como injunções para assegurar maior lucratividade. A reinvenção das práticas operadas pelos trabalhadores aponta para a necessidade de reavaliação dos conceitos utilizados até então, esforço iniciado no âmbito das pesquisas do CPCT sobre o mundo do trabalho dos jornalistas.

Nesta segunda fase da pesquisa, o objetivo era estudar o jornalismo produzido pelos novos arranjos. Foram analisadas as produções de 30 arranjos jornalísticos com perfis variados e com diferentes propostas editoriais, todos eles selecionados entre as iniciativas agrupadas pela Agência Pública em seu Mapa da Mídia Independente, que serviu de base para o levantamento inicial da pesquisa.

Com base no relatório final da pesquisa, o e-book **Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia** está dividido em quatro capítulos. A introdução contextualiza e recupera as duas fases da investigação, situando o jornalismo na atual conjuntura, ou seja, produzido **na** internet, **para a** internet e **com a** internet; também discute a conexão e a circulação como motores das redes de produção de valor, potencializado o que foi nomeado pelos(as) autores(as) como **jornalismo no capitalismo de dados**. O primeiro capítulo detalha os procedimentos **teórico-metodológicos que orientaram a pesquisa**, a partir da problematização,

escolhas, reflexões sobre o volumoso arquivo (material coletado e banco de dados) e procedimentos de análise. O segundo capítulo trata diretamente da **análise minuciosa da produção dos 30 arranjos do trabalho dos jornalistas** durante o período de coleta; e o capítulo final apresenta os resultados dessa análise, com especial atenção ao **regime de publicação, periodicidade e instâncias** de seleção, composição e de circulação de gêneros do discurso jornalística dos arranjos alternativos e independentes.

A cuidadosa análise dos materiais coletados demonstra formas diversas de inserção nas redes digitais e de aproveitamento das potencialidades de circulação da informação, que exige dos profissionais o desenvolvimento de habilidades no trato com os meios de produção não suficientemente estabilizadas ou normatizadas. O fazer jornalístico se abre para a elaboração desses trabalhadores, desafiados a recriar sua atividade e formas de organização em relação às suas condições de produção. A incorporação do resultado deste trabalho aos arquivos das plataformas digitais torna-se uma regra deste jornalismo feito para alimentar o fluxo da infraestrutura tecnológica criada para extração de dados. No entanto, nas margens deste modelo produtivo se desenha o jornalismo possível de ser realizado, que adota novas formas de seleção, composição e de circulação, que instaura outros regimes de publicação, sem obedecer a um padrão rigidamente estabelecido. Os conceitos elaborados ao longo da análise realizada são certamente úteis para repensar não só o fazer jornalístico, mas as próprias teorias que até então lhe deram suporte. Em boa hora, cumpre pensar que o jornalismo só se redefinirá capaz de se redefinir se a capacidade inventiva presente no mundo do trabalho for de fato levada em conta e, conseqüentemente, valorizada.

Cláudia Nonato e Fernando Felício Pachi Filho

Introdução

Jornalismo na
internet [19]

Jornalismo no
capitalismo
de dados [23]



Em 2018, publicamos o Relatório da fase 1 da pesquisa [*As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*](#) (2018 online), cujos resultados apontaram a existência de jornalistas jovens e experientes que se organizam para produzir jornalismo em arranjos alternativos e independentes dos conglomerados de mídia. Esses arranjos de trabalho jornalístico têm enfrentado muitas dificuldades em relação às formas de sustento de suas atividades, mas também têm desafiado os veículos tradicionais, em termos do engajamento em seu trabalho e na abertura de interlocução com públicos interessados em jornalismo crítico e comprometido com mudanças sociais. A primeira fase da pesquisa estudou a organização desses arranjos por meio de perfil autodeclarado em sites e redes sociais, também realizou entrevistas e grupos de discussão com os profissionais para saber como trabalham, como se sustentam e as perspectivas de futuro para suas organizações. Os resultados detalhados da primeira fase estão em Relatório da Pesquisa online no endereço www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho. Portanto, trataremos aqui da segunda fase da investigação.

Antes, porém, é preciso retomar a contextualização de realização dessa pesquisa. Ela faz parte de um plano de investigação do trabalho dos jornalistas que o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho desenvolve desde 2010. Somos um Centro de Pesquisa que conta com a participação de egressos do PPGCOM-USP, discentes do programa e alunos de iniciação científica. Também participam pesquisadores externos à USP, pesquisadores de pós-doutorado e outros pesquisadores doutores. Esse conjunto de investigadores trabalhou no desenvolvimento das Fases 1 e 2 da pesquisa sobre os novos arranjos do trabalho do jornalista. A metodologia que aplicamos para a organização e gestão da pesquisa se dá por meio de reuniões mensais, planejamento coletivo, resultando em produção que denominamos de Documentos de Pesquisa. A cada passo do desenvolvimento teórico-metodológico da pesquisa, produzimos um documento para registro e orientação das ações de investigação. Esses Documentos de Pesquisa representam um acúmulo das discussões e do trabalho coletivo do CPCT.

Feitos esses esclarecimentos, a segunda fase da pesquisa conta com apoio do CNPq, processo número 409146/2016-1, e tem como objetivo estudar o jornalismo produzido pelos novos arranjos do trabalho dos jornalistas em São Paulo. A pesquisa, iniciada em 2017, tem como ponto de partida a primeira fase, que

fez o mapeamento dos 70 arranjos jornalísticos em São Paulo e o estudo aprofundado (entrevista semiestruturada e grupos de discussão), realizado com a amostra de 30 deles. A pergunta central dessa segunda fase é: as prescrições e as relações de comunicação para o trabalho jornalístico nesses novos arranjos econômicos alternativos resultam na produção de um jornalismo de compromisso com os direitos da cidadania? Essa questão tem em seu cerne duas outras que também precisam ser verificadas: esses arranjos produzem jornalismo? E que tipo de jornalismo produzem?

Para respondê-las se estabeleceu como metodologia a coleta do material jornalístico produzido por cada um dos 30 arranjos do trabalho do jornalista de São Paulo (Documento de Pesquisa 1, anexo). Para efetuar a coleta de um *corpus* de análise foi estabelecido o critério temático da pauta “eleições presidenciais 2018”. Como fato de inquestionável importância e interesse público, o tema foi escolhido por ser, também, em tese, de interesse do jornalismo como evento noticioso.

A partir da definição da pauta, passou-se ao segundo critério: delimitar o período de cobertura das matérias publicadas a serem acompanhadas e coletadas nos sites e nas redes sociais dos respectivos arranjos. Os períodos selecionados para a coleta do *corpus* foram a semana que antecedeu o primeiro (01/10 a 08/10/2018) e o segundo (22 a 29/10/2018) turnos das eleições. O acompanhamento e coleta do material dos respectivos sites se deu por meio do *software* NVivo; e a coleta do material das redes sociais Twitter e Facebook dos arranjos se deu por meio do *software* Netlytic. O material coletado foi organizado em arquivos em pdf e em planilhas do Excel com os *links* das matérias e dos *posts* (Documento de Pesquisa 2, anexo).

A observação desse material e a análise descritiva nos permitiu construir relatórios com gráficos sobre a quantidade de material publicado, nuvens de palavras mais citadas em cada período e na totalidade por arranjo, levantamento das editorias, autorias, republicações, atualizações e períodos de publicação (Documento de Pesquisa 3, anexo). A pré-análise permitiu inferências sobre tipo de cobertura, agendamento, envolvimento jornalístico, linha editorial e processos de trabalho (Documento de Pesquisa 4 e 5, anexos). O próximo passo metodológico foi definir a estrutura e os referenciais para a análise do material jornalístico coletado. Um outro recorte foi necessário mediante a abundância de matérias nos sites e de postagens nas redes sociais. O critério encontrado foi construído da própria análise descritiva do material publicado pelos respectivos sites.

Os relatórios dos dados coletados indicaram intermitência nas publicações, inviabilizando na maioria dos arranjos caracterizar a periodicidade de publicação. Frente a este fato, desenhamos gráficos das frequências de publicação de cada arranjo e o resultado apontou a existência de dia de maior número de publicação. Essas datas (primeira e segunda semanas dos respectivos turnos eleitorais) de maior publicação foram selecionadas para o estudo do material jornalístico (Documento de Pesquisa 5).

As matérias publicadas pelos arranjos nos sites nos dias de maior publicação foram selecionadas e planilhadas em categorias (data, link, título, autoria, republicação, gênero jornalístico, tema, instância de seleção/fonte, instância de composição/multimídia, hiperlinks; instância de circulação/ interatividade/comentários; observações). O analista foi convidado a observar o conjunto do site e a fazer um breve registro sobre a organização do mesmo em relação a *links*, multimídia, *tags*, sistema de busca, matérias relacionadas, últimas notícias, ou seja, todos os elementos que permitam ao usuário navegar pelo conteúdo do site. Na coleta feita pelo Netlytic nas redes Facebook e Twitter, no período determinado para recorte do corpus, dos 30 arranjos estudados, construímos planilhas no Excel exportadas do Netlytic. A organização do arquivo considerou as etiquetas em que o material foi coletado, conforme registra o Documento de Pesquisa nº 6 (anexo).

O material jornalístico coletado exigiu o desenvolvimento de categorias que pudessem permitir a análise de aspectos do processo produtivo e das lógicas de circulação desses produtos. Assim, realizamos a análise a partir do desenvolvimento teórico-metodológico das seguintes categorias: regime de publicação; cronotopo; instância de produção; instância de composição; e instância de circulação. Esses procedimentos serão mais bem apresentados e aprofundados no capítulo teórico-metodológico.

Os resultados mostram uma diversidade de abordagens editoriais, múltiplas formas de organização do material produzido, ritmos de produção diferentes e concepções editoriais também diferenciadas: umas mais se aproximam do conjunto de valores do jornalismo, e outras desafiam certos parâmetros consolidados, estabelecendo diálogos mais amplos e comprometidos com seus públicos. As formas de fazer e de organizar os respectivos veículos de comunicação também exigem uma reflexão ancorada nas condições de produção, ou

seja, como esses profissionais acessam recursos e infraestrutura para produzir, compor e circular o material produzido. Esses elementos serão discutidos e apresentados nos capítulos que trazem a descrição da análise de cada um dos arranjos do trabalho dos jornalistas, no capítulo de análise e interpretação dos dados e na conclusão.

Conquanto o objetivo desta introdução seja apresentar o escopo geral da organização do relatório, entendemos ser conveniente contextualizar alguns elementos do campo da pesquisa em jornalismo na internet, bem como enunciar nossa perspectiva sobre a apropriação da tecnologia no contexto do capitalismo contemporâneo. Trata-se de uma breve síntese que, na análise do material em questão, será aprofundada na conformidade do necessário para a interpretação dos dados que a pesquisa traz.

Jornalismo na internet

Há ampla literatura sobre o jornalismo produzido a partir da internet, na internet e com a internet. Grupos de pesquisas, pesquisadores, eventos e sociedades científicas formaram-se com o objetivo de estudar e compreender o novo fenômeno jornalístico. Alguns pesquisadores foram protagonistas ao introduzirem a discussão no cenário nacional. Os Professores Marcos Palácios e Elias Machado foram as lideranças do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL)¹, cuja atividade se desenvolve desde o final dos anos de 1990, contribuíram para o desenvolvimento dessa linha de pesquisa no campo da Comunicação. Nesse núcleo de pesquisas formaram-se importantes investigadores em jornalismo online, citamos apenas duas pesquisadoras que, ao nosso ver, representam as contribuições efetivas da nova geração desse núcleo: Suzana Barbosa e Carla Schwingel, ambas doutoras oriundas do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia².

Nesse período, final dos anos de 1990, nascem as discussões e as conceituações do que se vai denominar de cibercultura. Com ampla literatura internacional

¹ O Grupo de Pesquisa Jornalismo On-line pode ser acessado pelo link: <https://www.facom.ufba.br/jol/apresenta.htm>. Nosso último acesso deu-se em 05/07/2020 e o site estava desatualizado.

² Pesquisadores do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea: <http://www.poscom.ufba.br/pesquisadores/>

sobre o tema. No Brasil destaca-se a figura de André Lemos, também professor do PósCom, UFBA, cujos aportes filosófico-teóricos ancoram-se na abordagem ator-rede de Bruno Latour. Outra referência é Eugênio Trivinho, professor e pesquisador da pós-graduação em Comunicação e Semiótica, na PUC de São Paulo, fundador, em 2006, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura³. Desde então, a cada período, a AbCiber realiza seus congressos e seminários. As publicações - livros e anais dos eventos - estão disponíveis no site da Associação (<http://abciber.org.br/site/>).

Os estudos do jornalismo *online* também serão denominados de ciberjornalismo. Para Carla Schwingel, inclusive, essa terminologia é a mais adequada e ampla para definir as mudanças profundas que ocorreram e ocorrem na produção e circulação do jornalismo. Sob essa denominação a autora defendeu sua tese de doutorado e publicou o livro “Ciberjornalismo” (2012). Outro polo de produção e discussão sobre a temática se constituiu na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, com o Grupo de Pesquisa CiberJor⁴, coordenado pelo Professor Gerson Luiz Martins. Esse grupo de pesquisa realiza Simpósios internacionais de ciberjornalismo desde 2008. Duas publicações recentes são: “Performance em ciberjornalismo. Tecnologia, inovação e eficiência”, organizado por Gerson Luiz Martins, Lucas Santiago Arraes Reino e Thaísa Bueno, em 2017; e “25 perspectivas em ciberjornalismo”, organizado por Gerson Luiz Martins e Diana Rivera, em 2020⁵.

Cabe ainda um pequeno registro sobre as práticas metodológicas de pesquisa na internet, cuja contribuição efetiva para esse campo tem sido dada por Raquel Recuero e um conjunto de outros pesquisadores. O livro “Métodos de pesquisa para internet”, 2013, de Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral, é uma referência bastante consistente para as investigações na rede. No referido livro há contribuições para reflexões epistemológicas, teóricas e metodológicas. A Teoria Fundamentada, da qual partem as autoras, ressalta sobretudo a necessidade de produzir conceitos a partir dos elementos de reflexão que o campo empírico pode fornecer. Desse ponto de vista, a problematização de abordagens teórico-metodológicas é relevante, pois os fundamentos teóricos só poderão emergir desse território primeiro. As autoras destacam três apropriações metodológicas: estudos de redes sociais, análise de hiperlinks e

³ Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura: <http://abciber.org.br/site/historia/>

⁴ Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo <http://www.ciberjor.ufms.br/>

⁵ Livro disponível em: <http://twixar.me/KJdm> Acesso 2/07/2020.

abordagens etnográficas. A denominada Análise de Redes Sociais (ARS) propõe uma abordagem estrutural dos objetos de pesquisa, cuja lógica está baseada, segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2013, p.115), no “princípio de que, ao estudar as estruturas decorrentes das ações e interações entre atores sociais, é possível compreender elementos a respeito desses grupos (...)”.

Outra publicação interessante sobre práticas de pesquisa nas redes sociais é a coletânea de textos organizada por Tarcízio Silva e Marques Stabili, sob o título: Monitoramento e pesquisa em mídias sociais. Metodologias, aplicações, inovações (2016). Destacamos dessa obra o artigo de Marcelo Alves, “Abordagem de coleta de dados nas mídias sociais”. Nele, o autor chama a atenção para a necessidade de apoio de *software* de pesquisa na coleta de dados, pois a coleta manual é limitada, sobretudo, “devido ao volume de tráfego de dados na internet” (2016, p.70). Há orientação, nesse artigo, sobre alguns *softwares* de pesquisa (acadêmica e comercial) e entre eles está o que selecionamos para nossa coleta, o Netlytic. Esses *softwares* colaboram com a pesquisa porque colhem o fluxo de dados da rede que se quer observar. Alves explica que Facebook, Twitter e Instagram são sites de redes sociais cujo “fluxo da comunicação entre suas entidades se dá de ponto a ponto” (idem, p.77). Isso quer dizer que, ao ‘curtirmos’ uma página, estamos estabelecendo um ponto que se conecta para intercâmbio de informação. Dessa forma, nós chamamos a atenção para que não é apenas o usuário que recebe ou troca informações com o nó com o qual estabelece contato. Esse usuário também entrega informações para a estrutura de rede (Facebook ou qualquer outra). Essa é a lógica, em termos não só de segurança e controle dos dados, mas também diz respeito à monetização desses dados e à maneira de criar valor a partir da coleta dos dados dos usuários. Essa é, sobretudo, a lógica que orienta a produção jornalística.

Como se vê, há uma larga produção científica sobre a temática da cibercultura, do ciberjornalismo e da prática de pesquisa nas redes sociais. No entanto, pouco iremos dialogar com essas contribuições, visto que nosso foco central

de abordagem teórica se dá por meio do binômio comunicação e trabalho⁶, a partir do qual vislumbramos as mudanças no mundo do trabalho e nelas a presença das tecnologias digitais. Desse modo, nosso olhar é para as relações de comunicação no mundo do trabalho, tendo como eixo organizador de nosso pensamento a centralidade do conceito de trabalho. Tal centralidade do trabalho adquire, no contexto contemporâneo de internet, traços específicos, mas não perde a característica de eixo central para se compreender as relações sociais. As lógicas de gestão e monetização vinculadas ao trabalho na e pela internet, por exemplo, baseiam-se na racionalidade da polivalência, da flexibilidade e, principalmente, na inversão do fluxo da produção, ou seja, a demanda é que orienta a produção. A escrita SEO - Search Engine Optimization, é uma ferramenta advinda da lógica das buscas para o Google, que domina quase 100% do espectro de acessos, e sua gramática é determinada pela demanda.

Conquanto nosso objeto de estudo existe e se viabiliza pela e na internet, nas redes sociais e sites, o foco da pesquisa é o jornalismo produzido nas condições de trabalho nos novos arranjos do trabalho de jornalistas. Escolhemos denominar o fenômeno em estudo de jornalismo, adensando ao substantivo as adjetivações: jornalismo online, redações virtuais, jornalismo digital, afastando-nos do conceito de cibernética, visto que não estudamos os sistemas artificiais e suas estruturas reguladoras e de funcionamento. Tampouco entendemos as tecnologias como parte equivalente a atores-sujeitos humanos. Nossa opção de pesquisa localiza a temática do trabalho nas redes digitais sem perder de vista a necessária compreensão mais geral do funcionamento do capitalismo e de sua expressão neoliberal financeira.

Frente aos avanços tecnológicos, nossa perspectiva é a de compreender a totalidade histórica, de ordem objetiva, pertencente a processo histórico dialético. Isto é, a totalidade histórica é contraditória e permeada por conflitos (Vieira

⁶ Desde 2008, temos publicado sobre o tema do binômio comunicação e trabalho. Alguns artigos são: Atividade de Comunicação e de Trabalho. Revista Trabalho, Educação, Saúde. Fiocruz, 2008. https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-77462008000100007&script=sci_arttext

Comunicação e trabalho para mudanças na perspectiva sociotécnica. Revista da USP, 2010. <http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/view/13816>

A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. Revista Trabalho, Educação, Saúde Fiocruz. 2011. https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-77462011000400014&script=sci_arttext&tlng=pt

Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas. Revista E-Compos, 2013. <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/855>

Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. Revista Galáxia, 2018. <https://www.scielo.br/pdf/gal/n39/1519-311X-gal-39-0177.pdf>

Pinto, 2013, p.47). Nesse sentido, não esqueçamos que a atividade humana de produção da informação jornalística tem estado subsumida à lógica da exploração capitalista, como tal, é uma produção contraditória, permeada pelos conflitos entre as classes sociais. Vive desses conflitos e os expressa. Assim, o jornalismo produzido na internet está permeado e é fruto dos conflitos e contradições mais gerais desse período histórico.

Nesse estudo, entendemos as tecnologias como artefatos da cultura humana (Folcher e Rabardel, 2007). No artefato estão registrados os dilemas que emergem das práticas e das necessidades em superá-los. No artefato está o saber e os usos que a sociedade faz dele. Assim, a tecnologia não é o sujeito da interação com o humano, ela é fruto das interações humanas e serve a essas interações. A mediação⁷ sempre foi parte desse processo, compondo o dispositivo comunicacional (Figaro, Grohmann, 2017; Mauro, Figaro, 2018) que serve às relações sociais.

Desta feita, comunicação e trabalho é uma abordagem ontológica, a partir da qual não se separa a produção de produtos da produção de subjetividades, embora pertençam a planos específicos de conteúdo e de expressão. Estudamos a comunicação em conexão com o trabalho humano no contexto de relações sociais marcadas historicamente pelo capitalismo financeiro (Sodré, 2016) e o colonialismo de dados (Couldry, Mejías, 2019), contextos mais apropriados para entendermos o jornalismo dos novos arranjos do trabalho de jornalistas e os desafios que enfrentam na sociedade contemporânea.

Jornalismo no capitalismo de dados

Capitalismo de dados é aqui resumidamente nomeado em razão de nosso objetivo de compreender que tipo de jornalismo produzem os novos arranjos do trabalho de jornalistas. Compreender o produto jornalístico no nosso entender não pode estar distanciado da compreensão crítica de que tipo de movimento faz o sistema do capital para perpetuar-se como forma de concentração de valores e de poder (em diferentes formas de organização).

⁷ Podemos também nos apoiar na concepção de midiatização de Eliseu Veron (Matrizes, 2014) para explicar esses encadeamentos sociais. Preferimos, no entanto, a noção de dispositivos comunicacionais de Dominique Maingueneau, 2001, também bastante produtivo para explicar a relevância das tecnologias nas interações humanas.

Assim, se a máquina a vapor ilustra como metáfora figurativa o capitalismo do final do século XIX, agora, no início do século XXI, deparamo-nos com a mais profunda transformação dos meios de produção, devido à lógica informacional pela qual as relações de produção estão sendo organizadas. A internet e a digitalização de todos os dados possíveis de serem captados, tratados, reorganizados, transferidos, circulados para gerar valor ganharam velocidade de desenvolvimento nunca antes conseguido por quaisquer meios de produção. A conexão e a circulação potencializaram redes de produção de valor. Aquilo que representou a internet nos princípios dos anos de 1990 em seu aspecto libertário e autônomo, socializado e colaborativo está desaparecendo. Em seu lugar crescem o controle e a privatização da rede pelo amplo desenvolvimento tecnológico e de conhecimento não aberto (privado, secreto) de empresas como Google, Facebook, Amazon, Apple, Microsoft entre outras. Vários autores já apontaram essa apropriação privada da internet, entre eles podemos citar: Sérgio Amadeu Silveira (2018), César Bolaño e Carlos Figueiredo (2017), Fernanda Bruno, et.al. (2018) entre muitos outros, inclusive, Manoel Castells, entusiasta da internet, já em ‘Comunicação e Poder’, livro de 2009 (em espanhol), aponta a crescente concentração de empresas de comunicação, conectadas em grandes conglomerados de plataformas que vão monopolizando a circulação de informações no mundo.

As plataformas são empresas de tecnologia digital que operam em rede, por lógicas algorítmicas e monetizam dados coletados por meio da oferta de algum serviço: a gestão de conexão, a mediação entre fornecedor e usuário, a oferta de *software*, de conteúdo etc.

Helmond (2015, p. 01) define plataforma como um modelo de infraestrutura tecnológica e econômica dominante na web e cujas consequências podem ser percebidas nos contextos sociais e históricos. A autora reflete sobre o momento em que o modelo de operação de plataformas de mídias sociais como o Facebook tornou-se paradigmático para toda a internet, estendendo-se para sites e portais cujas finalidades não são necessariamente a construção de redes sociais. Em termos tecnológicos, uma das características da plataformização é a programabilidade, que pode ser compreendida, de modo sintético, como a capacidade de um sistema de ser moldado, programado de acordo com os usos e apropriações de agentes externos a ele com vistas a aperfeiçoar a finalidade da plataforma ou ampliar sua extensão para outras atividades ou finalidades (Helmond, 2015, p. 03).

Essas empresas comercializam riqueza inesgotável: os dados dos seres humanos. Exploram⁸ o trabalho de uma massa de indivíduos, denominados de colaboradores, empreendedores de si próprios, trabalhadores do clique, terceirizados (Casilli, 2019; Slee, 2017, Figaro, 2020). Sua lógica de produção conta com os investimentos do mercado financeiro, numa escalada permanente de aportes milionários.

A ligação entre os conglomerados de plataformas e o mercado financeiro é o modelo que completa o que Srnicek (2018) denomina de capitalismo de plataforma. Os investidores mais poderosos e ricos do planeta estão vinculados a essas empresas. Vejamos o caso do investidor George Soros⁹. Ele tem investimentos no Twitter, na Amazon, no Google, no Facebook etc. Simultaneamente investe milhões em sua Fundação Open Society para a expansão do uso do digital no mundo, sobretudo, em regiões da América Latina e Ásia.

Esse *modus operandi* entre conglomerados de internet e mercado financeiro não obscurece, no entanto, toda a cadeia produtiva que faz parte dessa existência. A infraestrutura de cabos, metais, areias especiais, minérios, empresas de produção e montagem de equipamentos, material de construção, energia limpa ou fóssil. Tudo isso e os respectivos trabalhadores fazem parte da necessária cadeia de produção para a existência dos conglomerados de plataforma. O que eles têm de diferente das empresas tradicionais é o uso de tecnologia de ponta, frequentemente renovada, e se apresentam como mediadores, que oferecem suporte para ligar interessados a interesses; como se fossem janelas sem vidraça para não interferir nas relações. Propõem-se como fornecedores de infraestrutura para as relações de comunicação necessárias à vida cotidiana e, sobretudo, ao trabalho. No entanto, ofuscam o que de fato são, empresas que privatizam e exploram os dados que emergem das relações sociais. Nesse contexto também está o jornalismo e o trabalho de jornalistas em novos arranjos alternativos e independentes aos tradicionais conglomerados de mídias.

É o trabalho de milhões de pessoas, envolvidas na produção de conteúdo, na produção de *softwares*, de equipamentos, dispositivos, cabos e infraestrutura - desde

⁸ Aqui indicamos uma matéria jornalística entre as muitas existentes. Gilbert, Davi. Facebook: a louca rotina dos agentes de censura. Vice Brasil, janº 2020. <https://outraspalavras.net/outrasmidias/facebook-a-louca-rotina-dos-agentes-de-censura/>

⁹ George Soros por seu discurso de Davos, em janeiro de 2020, foi chamado pela revista Exame de “especulador que se transformou em filantropo”. Ora, só a partir de matérias de pouca apuração se pode chegar a essa conclusão. Afinal, Soros ao protagonizar investimentos na expansão do digital está garantindo retorno futuro a seus investimentos. Ver a matéria: <https://exame.abril.com.br/mundo/george-soros-promete-investir-us-1-bilhao-contra-ditadores/>

os mineiros até os chamados ‘analistas de rede’ ou trabalhadores do clique, que garantem a forma de existência renovada do capital no mundo contemporâneo. Assim, o trabalho digital (Fuchs, 2014; Huws, 2017), ou seja, aquele mediado por plataformas e realizado em rede, a exemplo, do que faz o Uber, o Airbnb, a Amazon e, nos meios de comunicação, Youtube, Twitter, Telegram, Instagram, Facebook etc., como trabalho profissional ou trabalho do usuário, é apropriado por esses conglomerados, possibilitando ao capitalismo - como colonialismo de dados para Couldry e Mejías (2019) ou capitalismo de plataforma para Nick Srnicek (2018) - se remodelar e aprofundar a exploração, exigindo rearticulação das instituições e dos Estados nacionais.

Esses processos integrados ativados pelas prescrições algorítmicas têm alterado a forma de produção, circulação e recepção de todo tipo de produto, sobretudo, os produtos culturais. Além do jornalismo, podemos citar como exemplo as séries de audiovisual, a cultura de fãs. Por exemplo, a plataforma de *streaming* Netflix, por meio de seus algoritmos, capta dados de seus usuários/clientes, organiza as ofertas de acordo com perfis específicos, e, a partir da coleta e mineração de dados das preferências, determina temas e organiza a produção de filmes e séries. (Lima, et. al., 2015)

Isso posto, o trabalho digital em plataformas configura-se como qualquer tipo de atividade de trabalho com meios digitais em rede. Essa interação propicia uma fonte inesgotável de material a ser transformado em valor de uso e valor de troca. A extração e a mineração de dados são a nova fronteira de riquezas que o sistema econômico hegemônico acumula e redimensiona nas organizações e nas instituições para poder usufruir dos lucros deles advindos. Todos os sistemas integrados das empresas atuam a partir de plataformas de informação. Essas plataformas de sistemas interligados propiciam processos de gestão de maior controle e vigilância do trabalho e dos trabalhadores.

Tom Slee (2017) fala da precarização do trabalho nas empresas de plataforma. Ele usa o neologismo uberização para explicar como o trabalho tem sido precarizado e os lucros têm levado essas empresas a crescimento assombroso. Abílio (2020) trata a uberização como forma de organização do trabalho que se espalha na sociedade como lógica de exploração de diferentes atividades. Ursula Huws (2017) discute a formação do cibertariado, ou seja, como os processos de informatização abrangem amplos espectros da classe trabalhadora.

Há um conjunto de pesquisadores em todo o mundo ávidos por compreender as transformações e as repercussões delas na vida das pessoas, no trabalho e na organização social. Nós estudamos essas implicações no trabalho de jornalistas, categoria profissional que sinaliza, pelo tipo de sua atividade, como estão se reestruturando as atividades no setor da comunicação.

Portanto, nosso olhar de pesquisadores contextualiza o objeto de pesquisa: a produção jornalística dos novos arranjos independentes e alternativos de trabalho dos jornalistas na ordem das relações econômicas e sociais. Essa perspectiva, faz com que as características de uso e incorporação das tecnologias e as lógicas de existência delas próprias não possam ser analisadas fora desse contexto mais geral do capitalismo e, de maneira particular, como elos de produção que contribuem para alimentar os fluxos de informação nas empresas de plataforma.

Nas próximas páginas tratamos, no capítulo I, dos procedimentos teórico-metodológicos que orientam a análise da pesquisa; no capítulo II, fazemos a descrição analítica da produção dos arranjos do trabalho dos jornalistas; no capítulo III, fazemos a interpretação dos dados e as considerações sobre os resultados da pesquisa.

A primeira fase da pesquisa (2016-2018) fez um levantamento de 170 arranjos de trabalho dos jornalistas no Brasil. Esse levantamento ampliado, partiu do Mapa da mídia independente, realizado pela Agência Pública¹⁰, em 2015, organização liderada por mulheres jornalistas, que defendem a produção de jornalismo de qualidade em bases digitais. A observação dos sites e redes sociais desses veículos de comunicação nos fez problematizar como denominá-los, à medida que eles estavam se propondo a entregar um produto cultural jornalístico e de maneira diferente na forma de organizar seu trabalho em relação às empresas de comunicação. Foi essa observação que nos levou a propor nomeá-los com o termo “arranjo” de trabalho de jornalistas. Esse termo foi conceituado e podemos sintetizá-lo da seguinte maneira:

Os novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas “são uma possibilidade de arranjar, isto é, de organizar o trabalho de forma alternativa e independente aos conglomerados de mídia” (Figaro, 2018a, p.15). São estruturas organizativas

¹⁰ O perfil da Agência Pública está no relatório da Pesquisa Fase 1, As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: ECA-USP, 2018. Disponível em: <http://twixar.me/yRXT>

que têm condições muito diferentes de sustentação e se caracterizam por formas diferenciadas das mídias tradicionais de buscar recursos para sua manutenção. Eles e elas se propõem, inclusive, a entregar um produto jornalístico diferente daquele produzido pelas grandes empresas. Arranjos são, portanto, formas organizativas que buscam alternativas econômicas a partir do “arranjar-se” com outros para desenvolver produtos, serviços e colocar o fruto do trabalho à disposição do desenvolvimento local e editorial de trabalho. Essa terminologia tem base na teoria econômica (Suzigam, 2005) e se coloca como um arranjar-se localizado de soluções econômicas no contexto de desprezo das grandes empresas pelo trabalho e pelo desenvolvimento local.

Feita a conceituação, construímos um banco de dados em Excel com os 170 arranjos em nível nacional, de onde retiramos somente os 70 arranjos que foram encontrados na Grande São Paulo. As informações aprofundadas desses arranjos revelaram que a maioria produzia a partir de São Paulo - Capital. O perfil desses 70 arranjos foi construído com a exaustividade de busca de dados de autodeclaração sobre linha editorial, histórico, financiamento e engajamento para o trabalho, entre outras informações que também compõem o relatório final da pesquisa já citado (Figaro, 2018a). Desse processo de investigação e reflexão analítica sobre os perfis declarados, construiu-se, por um sistema de nucleação de marcadores jornalísticos, a amostra de 30 arranjos do trabalho dos jornalistas para dar prosseguimento à primeira fase da pesquisa. No prosseguimento metodológico da investigação, realizamos entrevistas presenciais semiestruturadas com os responsáveis por essas organizações jornalísticas e, posteriormente, dois grupos de discussão com eles mesmos, cujo objetivo foi debater o trabalho jornalístico e as formas de sustentação desses arranjos. Com os resultados da primeira fase publicados, chegamos a esta segunda fase da pesquisa, cujo objetivo é investigar que tipo de produto jornalístico produzem esses novos arranjos do trabalho de jornalistas.

Capítulo I

Procedimentos teórico-metodológicos que orientam a análise dos dados da pesquisa

1. Problema de pesquisa e escolhas dos caminhos metodológico [30]
2. Reflexões sobre o banco de dados e limpeza do material coletado – O arquivo [34]
3. Conceitos que reconfiguram a noção de tempo-espaço e de noticiabilidade na produção jornalística: regime de publicação, cronotopo e instâncias de produção, composição e circulação [52]



1. Problema de pesquisa e escolhas dos caminhos metodológicos

As perguntas que deram origem a esta segunda fase da pesquisa, *Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*, são assim enunciadas:

As prescrições e as relações de comunicação para o trabalho jornalístico nesses novos arranjos econômicos alternativos resultam na produção de um jornalismo de compromisso com os direitos da cidadania?

- **Esses arranjos produzem jornalismo?**
- **E que tipo de jornalismo produzem?**

As perguntas são as balizas de orientação dos pesquisadores a partir das quais se vai estabelecer a abordagem teórico-metodológica da investigação. No caso aqui já introduzido, parte-se de resultados de pesquisa anterior (Primeira fase) em que se chegou a resultados bastante consistentes sobre a organização, estruturação e formas de trabalho e de financiamento de arranjos produtivos de novo tipo para acolher a atividade dos jornalistas que se autodeclararam como independentes e/ou alternativos aos grandes conglomerados de mídia. Desta feita, seguimos para a segunda fase da pesquisa com balizas claras, amparadas por resultados anteriores sólidos e que nos levam a propor o avanço do conhecimento sobre o tipo de jornalismo produzido por eles e qual é a relação desse jornalismo com a autodeclarada independência e/ou alternatividade.

Nossa bússola de pesquisa nos dirigiu para a lógica da coleta de dados sobre a produção jornalísticas dos arranjos em estudo. Decidimos manter a mesma amostra de arranjos do jornalismo da primeira fase da pesquisa. Essa amostra foi categorizada por nucleação com critérios de marcadores jornalísticos e autodeclaração sobre independente e/ou alternativo (Fígaro, 2018, p.39-51). Ainda na primeira fase da pesquisa, foram seis categorias de nucleação, começando pelos marcadores jornalísticos mais presentes na autodeclaração até os marcadores mais fracos em que a produção jornalística pouco ou nada aparecia na autodeclaração dos arranjos. O sistema de nucleação também recorreu à

subnucleação, porque havia entre as uniformidades de cada nucleação, diferenciações específicas (Figaro, 2018a, p.42).

Retomar a nucleação é importante para a fase 2 da pesquisa, porque vamos analisar o produto jornalístico de cada arranjo e depois voltar a comparar o resultado obtido com a identificação nucleadora da primeira fase, consolidando assim a coerência e a coesão das práticas dos arranjos jornalísticos, bem como as práticas de pesquisa. Passamos então a apresentar as características e arranjos identificados com cada nucleação.

- **O núcleo 1** - marcadores jornalísticos¹¹ mais presentes e autodeclaração de independente e/ou alternativo, conta com a amostra selecionada: Mídia Ninja, Democratize, Viomundo, Nexo, Agência Pública, Periferia em Movimento, Vozes da Periferia, Volt Data Lab, AzMina, Pressenza, Opera Mundi, (Jornalistas Livres¹²).
- **O núcleo 2** - pelo menos um marcador jornalístico, mais autodeclaração de independente e/ou alternativo, a amostra é composta de: Ciranda, Outras Palavras, Centro de Mídia Independente, Sounds like us, Nós, Mulheres da Periferia, Think Olga.
- **O núcleo 3** - pelo menos um critério jornalístico sem outra identificação, a amostra é: Justificando, Migramundo, Mobilize Brasil, Farofafá, Envolverde, Lado M, Mães de Peito.
- **O núcleo 4** - pelo menos um critério jornalístico, mais a declaração de empreendedores/inovadores, a mostra foi: É Nóis, B9.
- **O núcleo 5** - nenhum marcador jornalístico, nenhuma declaração sobre a organização (independente e/ ou alternativo; empreendedor/inovador), amostra: O Novelo.
- **O núcleo 6** - nenhum marcador jornalístico, autodeclaração de coletivo, amostra: Brasis e Blogueiras Negras.

¹¹ Marcadores jornalísticos são os elementos autodeclarados como característicos do processo jornalístico, ou seja, reportagem, notícia, jornalista, editorial, fonte, entrevista, redação, jornal, revista, entre outros.

¹² Incluído na amostra posteriormente, devido à relevância e representatividade como arranjo jornalístico, e devido a outros não terem participado.

Nesta segunda fase da pesquisa, a amostra permanece a mesma da primeira fase, ou seja, revisitamos a produção dos 30¹³ arranjos da amostra inicial.

Como o objetivo nesta fase é conhecer o produto jornalístico dos novos arranjos do trabalho do jornalista, o caminho metodológico selecionado para prosseguir foi o de coletar o material jornalístico por eles produzido. Dada a direção, coube-nos discutir como viabilizar essa coleta. Os critérios de escolha deveriam ser válidos para todos os arranjos e também ocorrer no mesmo período de tempo. Essa similaridade, em alguma medida, nos permite fazer paralelos sobre as características de cada produto apresentado e do fluxo de produção deles. Essas orientações foram adotadas a partir de um período prévio de observação das postagens dos referidos arranjos da amostra em seus respectivos sites, e nas redes sociais Facebook e Twitter, à época as mais usadas pelos arranjos em estudo. A decisão foi tomada, porque se verificou a produção combinada e espalhada dos arranjos nessas diferentes plataformas: sites e redes sociais. Outra problematização necessária foi sobre a forma de coletar. Já vimos, conforme Alves (2016) que o volume de tráfego de informação é um impeditivo para coletas manuais, além do que há elementos dos diferentes níveis e atores do fluxo de informação que não seria viável coletar manualmente. Com essas ponderações e com os dados da observação prévia, nós tomamos duas diretivas: 1) estabelecer o recorte do tema cobertura eleitoral presidencial de 2018, no período de 1 a 8 de outubro de 2018, no primeiro turno; e de 22 a 29 de outubro de 2018, no segundo turno das eleições; 2) selecionar e adquirir dois *softwares* para a coleta dos dados. Segundo nossas investigações, o *software* NVivo¹⁴ é o mais adequado para coleta de sites e análise de dados; e o *software* Netlytic¹⁵ é mais adequado para extração de dados de fluxo de redes sociais Facebook e Twitter, bem como para organização e análise dos dados. Adquirimos os *softwa-*

13 No processo das entrevistas, alguns responsáveis pelos arranjos não puderam participar por diferentes motivos: dificuldades nas agendas, viagens entre outros motivos. Permaneceram na pesquisa 26 arranjos, com os quais concluímos o relatório já citado.

14 O NVivo pertence a empresa desenvolvedora de softwares QSR International, e foi idealizado para apoiar pesquisas qualitativas que continham um grande volume de dados, principalmente documentos textuais. Sua funcionalidade encontra-se, portanto, na organização, sistematização e gestão de conteúdos provenientes de diversas fontes, permitindo atualmente não apenas a inserção de conteúdo de texto – tais quais entrevistas, artigos, notícias, base de dados, tabelas etc. – mas também imagens, vídeos e áudios. Seus concorrentes diretos mais comuns no Brasil são o webQDA e o Atlas/TI.

15 O Netlytic, segundo informações disponibilizadas em seu site é “um analisador de redes sociais e de texto baseado em nuvem que pode descobrir e resumir automaticamente as redes de comunicação a partir de postagens de mídia social disponíveis ao público” (dados da página comercial do software). Apesar de permitir o uso gratuito, comumente usado para testes do programa, em pesquisas com maior número de “nós” é necessário adquirir um dos pacotes pagos.

res, fizemos um treinamento da equipe para exercer a coleta, realizamos uma pré-coleta em setembro de 2018. Fizemos apontamentos sobre erros e acertos da pré-coleta, bem como a mais adequada preparação da equipe para a coleta.

Em síntese, podemos fazer o seguinte quadro de procedimentos metodológicos:

Objeto de análise – produto jornalístico dos novos arranjos do trabalho dos jornalistas;
Amostra – 30 arranjos do trabalho de jornalistas (mesmos da primeira fase da pesquisa);
Recorte para composição do corpus de análise: assunto – eleições presidenciais no Brasil em 2018;
Período para o recorte do corpus: uma semana (1 a 8/10) do primeiro turno eleitoral; uma semana (22 a 29/10) do segundo turno eleitoral; a coleta foi realizada em tempo real, ou seja, nós estávamos vivenciando exatamente no mesmo período.
Ferramentas de coleta: software NVivo – para os sites dos arranjos; software Netlytic para as redes sociais Facebook e Twitter dos arranjos da amostra.
Equipes treinadas, período e tema da coleta definidos, softwares adquiridos, pré-coleta realizada e discutida, partimos para a coleta definitiva do produto jornalístico dos 30 arranjos.

Alguns percalços no período de coleta

Alguns dos arranjos da amostra estavam sem publicar ou fora do ar (Brasis, Democratize); É Nós (publicou no jornal Valor e no The Intercept Brasil), Farofafá, Think Olga, Volt data Lab, Vozes das Periferias (não publicaram no período). Portanto, conseguimos coletar material de 22 arranjos da amostra de 30 deles.

Dificuldades com a coleta devido a apenas um equipamento (computador) ter a licença para o NVivo (adquirimos apenas uma licença), coleta alternada entre as equipes;

Dificuldades com a padronização dos arquivos no processo de coleta. Nomear para arquivar é uma questão a ser discutida e padronizada quando se tem equipes grandes de pesquisa.

Enfrentadas as dificuldades, produzimos dois bancos de dados. Banco de dados das redes sociais: com os dados capturados no período pelo Netlytic, nas redes sociais dos arranjos, subdividido em dois eixos de arquivos: um com a coleta de cada arranjo da rede Facebook; e outro, com a coleta de cada arranjo do Twitter. Banco de dados com o material coletado no site de cada arranjo, no período, pelo NVivo.

2. Reflexões sobre o banco de dados e a limpeza do material coletado – O arquivo

Entre o *corpus* coletado para as análises e a produção jornalística dos arranjos em estudo há uma série de camadas de outros códigos, formas de organização e interfaces que possibilitam a existência e a circulação do material. Além desses enquadramentos, há ainda a intencionalidade do pesquisador com suas perguntas e com os referenciais teórico-metodológicos que orientam seu olhar: o que selecionar, como coletar, como tratar. Todos esses elementos caracterizam o que chamamos de arquivo. O arquivo não pode ser naturalizado.

Arquivos digitais¹⁶: mãos invisíveis de inúmeros agentes

O ambiente das mídias digitais se constitui como um grande arquivo de documentos que abarcam questões variadas de ordem social, política e econômica por meio do qual os analistas buscam compreender os temas em voga que conformam o imaginário social. Romão (2005) explica que os documentos pertinentes e disponíveis na internet são parte da prática organizativa da rede e compõem uma memória autorizada a circular. Em mídias como o Facebook, objeto de nossa pesquisa, este arquivo se constrói em movência a cada postagem e com atualização permanente a partir de várias vozes, cujas extensões e conexões são imprevisíveis. Desse modo, as postagens de textos, vídeos e links abrem a possibilidade de que se produzam leituras e interpretações em diferentes posições. Este espaço heterogêneo e múltiplo também está marcado pela desigualdade numa sociedade em que poderes e saberes não estão distribuídos de forma homogênea. Diante dessa complexidade, na constituição de sentidos nas mídias digitais em seu funcionamento reticular, é necessário questionar-se sobre as formas de leitura e interpretação dos documentos recortados deste imenso arquivo.

Soma-se a isso o fato de que volumes expressivos de dados e rastros de nossas ações são gerados, monitorados e tratados, o que constitui, como explica Bruno

¹⁶ Este tema foi composto com o artigo desenvolvido por pesquisadores do CPCT (Cláudia Nonato, Fernando Felício Pachí Filho, Naiana Rodrigues da Silva) a partir da atual pesquisa que aqui se reporta. O artigo foi apresentado em 2019, ao Encontro Nacional da SBPJor. Está disponível na íntegra em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2075/1150>

(2012), imensos arquivos de nossos modos de vida, que servem para vigilância, publicidade, entretenimento, serviços e para a própria pesquisa acadêmica, ou seja, seu valor se relaciona ao conhecimento que eles possibilitam. Os rastros são abordados como evidência de um ato ou característica dos indivíduos, sendo que a ambiguidade e a polissemia são desprezadas. Os algoritmos criados para monitoramento e tratamento dos rastros permitem a emergência de um saber sobre as quantidades de dados e das correlações entre eles, cuja objetividade seria garantida pelos próprios algoritmos.

Neste contexto, a relação com o arquivo, mediada por uma questão de pesquisa, no nosso caso compreender o produto jornalístico dos arranjos econômicos alternativos durante as eleições de 2018, é determinante para a compreensão da própria discursividade. Isso porque sua leitura, como aponta Dias (2015; 2018), é parte do momento de sua circulação, e a textualização é determinada pelo processo de atualização dos sentidos, ou seja, dos dados pela circulação em grande quantidade. Além disso, o digital também deve ser compreendido não apenas como forma de produção da tecnologia, mas como condição e meio de produção de formas de existência capitalista, constituídas historicamente e nas quais intervêm a política e a ideologia.

É necessário, assim, como explicam Guillaumou, Malidier e Robin (2016, p.116) considerar a complexidade do fato arquivístico, sem tomar a materialidade do arquivo como evidência. Na perspectiva desses autores, o arquivo não é o reflexo passivo da realidade institucional, ele é organizado, em sua materialidade e diversidade, pelo campo social. Dessa forma, é possível pela leitura do arquivo conhecer os dispositivos e as configurações significantes ali presentes.

Segundo Gallo, Schmitt e Souza (2007), apesar da aparente liberdade, a polissemia dos sentidos e as diversas maneiras de interpretar são limitadas pelo gesto de leitura tecnocientífico. Esse discurso é determinado duplamente: pelas suas características e possibilidades/limites, e de outro, pela característica própria da linguagem informatizada - digital. Os dois determinantes definem o recorte para o arquivo que “seleciona” os textos, compondo aquilo que constitui a memória. Como explica Pêcheux (1994), são duas culturas envolvidas no gesto de leitura do arquivo: a dos literatos e a dos cientistas, que criam os instrumentos e produzem lugares diferentes de produção de sentidos. Predomina hoje a leitura

científica devido ao acúmulo de dados disponíveis. São estes instrumentos que constituem os aparelhos de poder e administram a memória coletiva.

Desse modo, o arquivo informatizado é determinado pelo pré-construído do discurso científico da rede e não dos discursos onde os textos disponibilizados são produzidos. Segundo Pêcheux (1994, p.60), este fato repercute diretamente sobre a relação de nossa sociedade com sua própria memória e história, podendo haver risco de “uma normalização asséptica da leitura e do pensamento, e de um apagamento seletivo da memória histórica”. Já no século XX impõe-se a necessidade de gestão administrativa dos documentos textuais, fato que se junta à construção de línguas lógicas artificiais. Este trabalho se reorganiza na contemporaneidade porque não é mais possível ler sem instrumentos. Predomina a lógica de classificações determinada pela informática e pela gestão administrativa, combinadas no processo de extração, organização, interpretação e gestão de dados como um todo.

Para compreender os discursos jornalísticos que se apresentam aqui decompostos em uma classificação automática construída pelo próprio *software* de coleta de dados, é interessante olhar para algumas características das plataformas online, que coordenam papéis na atualidade de dispositivos comunicacionais, tecnológicos e sociais.

Para refletir sobre as condições de produção do trabalho e do discurso jornalísticos é relevante compreender as implicações da plataformização da web (Helmond, 2015) e da sociedade (Van Dijck, 2017; 2018). Afinal, as plataformas online são um elemento central na contemporaneidade e sua imbricação nas dinâmicas sociais força os Estados a repensarem suas estruturas democráticas e de governança (Van Dijck; Poell; Wall, 2018).

Até o jornalismo se plataformizou (Bell; Owen; Brown; Hauka; Rashidian, 2017), significando que a presença jornalística nas plataformas digitais provocou transformações estruturais não apenas em seu modo de distribuição/circulação, mas na organização, produção e consumo do trabalho jornalístico e das empresas de mídia.

Bell; Owen; Brown; Hauka; Rashidian (2017), em uma extensa pesquisa com organizações midiáticas tradicionais e nativas digitais dos Estados Unidos, observaram que plataformas de mídias sociais como Facebook, Twitter, Ins-

tagram, Snapchat, dentre outras, tornaram-se editores ou *publishers*, ditando de forma direta o modo de organização dos formatos jornalísticos e o modelo de negócios dessas instituições.

No cerne desse fundamento tecnológico estão os algoritmos e a *Application Programming Interface* (API) que criam condições para que os usuários (sejam eles sujeitos ou sistemas tecnológicos) possam interagir com os bancos de dados que compõem a plataforma. Conforme Van Dijck; Poell; Wall, (2018, p. 09), as APIs das plataformas proporcionam acesso aos dados por terceiros, mostrando métricas e comportamentos dos usuários que orientarão novas ações, serviços, aplicações ou plataformas. Assim, nossa coleta está restrita ao alcance dos *softwares* aos bancos de dados com interface aberta pelo Facebook e Twitter (este último limita o acesso aos últimos setes dias anteriores à coleta de dados).

Em uma analogia com o jornalismo, a API é o *gatekeeper* ou o curador de uma plataforma, pois define quem tem permissão para acessar seu banco de dados. A API, na perspectiva de Helmond (2015), é o que possibilita a plataformização da web e tem um papel incisivo na descentralização da produção de dados e na centralização da coleta de dados. Analisando as características do Facebook como plataforma, a autora observa que a programabilidade permite, por exemplo, o registro em sites ou em outras plataformas utilizando-se apenas o login e senha de acesso ao Facebook. A ação que significa rapidez e comodidade para o usuário, para a plataforma tem o sentido de descentralização, pois possibilita que o Facebook não fique restrito ao seu próprio aplicativo ou sistema e se espraie pela web. Ao mesmo tempo, a descentralização implica em uma ampliação ou extensão dos tentáculos de coleta de dados do Facebook que passa a ocupar um lugar cada vez mais central no “ecossistema de plataformas” (Van Dijck; Poell; Wall, 2018). Helmond (2015) denomina essa dinâmica de dupla lógica da plataforma.

O negócio do Facebook não é apenas a construção de sociabilidade por meio do compartilhamento de informações, mas a elaboração de uma grande base de dados, a verdadeira riqueza das plataformas. E o jornalismo contribui para essa acumulação de propriedades na medida em que mantém o ambiente comunicacional das redes sociais aquecido por meio de seus conteúdos. Porém, as plataformas não aquecem o modelo de negócios do jornalismo, tanto que grandes organizações questionam cada vez mais a viabilidade de investimentos nas plataformas de redes sociais.

Ao mesmo tempo em que as plataformas de redes sociais desafiam os modelos de negócios das grandes organizações midiáticas, elas se tornam gradativamente indispensáveis para a circulação da produção jornalística, afinal, plataformas como Facebook e Google são a entrada dos leitores para as notícias, garantindo a maximização do tráfego de rede. Daí porque os arranjos de jornalismo independentes e/ou alternativos mantêm perfis nas principais plataformas de redes sociais brasileiras, Twitter e Facebook.

Também é preciso destacar que o Twitter tem ganhado importância, tendo sido reconhecido como uma rede influente em diferentes temas sociais, em especial na última campanha presidencial. Segundo Fragoso et al (2011, p. 100), o Twitter tem condições diferentes das demais ferramentas de comunicação mediadas pelo computador, pois “ele funciona em uma estrutura de rede, gerada pelas conexões entre seguidos e seguidores e forma canais de informação em rede, por onde os tuítes circulam e são repassados”. No último trimestre de 2018, o Twitter tinha 321 milhões de usuários ativos¹⁷. No Brasil estima-se que sejam mais de 40 milhões, o que corresponderia à segunda maior população do site de microblog, atrás apenas dos Estados Unidos.

Por permitir mensagens instantâneas e uma ampla interatividade, ter facilidade de veiculação de informações, rapidez e mobilidade, além das possibilidades de medir a penetração de uma notícia, ele também se apresenta como uma ferramenta importante para o jornalismo e funciona como uma espécie de plantão noticioso, pois “o que vemos, ouvimos e pensamos pode ser dito (tuitado) com instantaneidade a milhões de pessoas conectadas no mundo” (CASELLI; PIMENTA, 2011). Além de canal de distribuição, a plataforma também cumpre papel de fonte - visto que cada usuário precisa ter uma identidade pessoal cadastrada para ter acesso ao painel de discussão e imagens da tela cumprem a função das declarações entre aspas -, para arranjos como os estudados na pesquisa do CPCT.

Os autores atentam ainda para a pressão que as plataformas exercem sobre os valores jornalísticos, observada também pela tensão entre a dataficação inerente às plataformas e a autonomia jornalística. As empresas jornalísticas tradicionais e mesmo os novos arranjos jornalísticos veem-se assim em um

¹⁷ RIBEIRO, I. Twitter cresce receita e usuários “monetizáveis”. Meio e Mensagem. 7 de fev. 2019. Mídia. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/02/07/twitter-cresce-receita-e-usuarios-monetizaveis.html>>. Acesso em: 24 de jul. 2019.

dilema de ora basear-se pelos valores editoriais tradicionais à organização ou ao jornalismo de um modo geral, e de ora ter de ceder à lógica das plataformas em troca de mais visibilidade e interatividade com o público. De certa forma, temos assim a atualização de um impasse já antigo ao jornalismo: o da quantidade versus qualidade. Duelo que ocupou as páginas de muitos manuais de jornalismo a partir da segunda metade dos anos 1990, quando o jornalismo feito na e para a internet se tornou uma realidade nas redações (FERRARI, 2003).

O jornalismo feito nas e para as plataformas encontra, portanto, duas estratégias possíveis. Na estratégia de rede, as organizações e os arranjos fazem circular links que conduzem os leitores para seus sites, onde é possível, além da leitura dos conteúdos, fazer assinatura de newsletter e doações para a manutenção do projeto jornalístico. Já na estratégia nativa, o conteúdo jornalístico fica armazenado na própria plataforma e o leitor não precisa sair dela para consumi-lo, ficando à mercê da ordem comunicacional ali presente, composta por conteúdo jornalístico, publicidade e comentários deixados por outros leitores (VAN DIJCK; POELL; DE WALL. 2018; BELL ET AL, 2017).

Essas estratégias, no entanto, não apaziguam a relação entre as plataformas e o jornalismo. É preciso ponderar ainda que as organizações midiáticas não têm controle sobre o contexto no qual os usuários acessam as notícias nas plataformas nem acesso aos critérios que orientam as atualizações dos algoritmos das plataformas, os quais conduzem o tráfego das notícias e de outras informações em circulação para os usuários.

Van Dijck, Poell e De Wall (2018) sugerem que para se ter um jornalismo democrático na sociedade de plataformas é preciso uma postura justa e independente por parte das organizações jornalísticas. Além disso, é necessário que os demais atores envolvidos se responsabilizem pela circulação de informação, e isso implica em mais transparência, sobretudo das plataformas, que dentre as ações de responsabilização que lhes são cobradas está a abertura dos algoritmos.

Contudo, nem todos os arranjos praticam jornalismo de plataforma com conteúdo nativo. Bell; Owen; Brown; Hauka; Rashidian (2017, p.57) definem conteúdo nativo como “o material hospedado totalmente em plataformas de terceiros”, diferenciando-se assim da postagem que se caracteriza como um link cujo intuito

é conduzir o leitor até o site do produtor jornalístico, valendo-se assim do espaço das plataformas como gerador de tráfego para seus portais ou sites de origem.

Esses apontamentos sobre os arquivos, que são as redes sociais e os sítios dos arranjos do trabalho do jornalista, nos dão a dimensão de que, muito mais do que agentes tecnológicos que possibilitam a circulação e o contato com os públicos, eles são formas compositivas que incidem sobre o processo de produção, organização, circulação e recepção das mensagens. São operadores que moldam o processo comunicacional. E aqui temos que retomar Maingueneau quando ele trata da relevância do midium na formação do dispositivo comunicacional (2001).

Em nossa pesquisa, o universo da produção jornalística dos 30 arranjos do trabalho do jornalista é estudado a partir de um recorte temático, evento jornalístico por excelência: as eleições presidenciais no Brasil em 2018. Essa produção jornalística também passou por outro recorte, desta feita, temporal, pois estabelecemos a coleta na última semana do primeiro turno eleitoral (1 a 8/2018) e na última semana do segundo turno eleitoral (22 a 29/2018). Esse foi o ajuste do foco de recorte a partir do qual calibramos os dois *softwares* (Nvivo e Netlytic) para coletar todas as publicações dos arranjos no período. Faz parte da análise a verificação da presença ou não na produção desses arranjos do fato jornalístico ‘eleições presidenciais’.

Às reflexões sobre o controle dos dados produzidos, à crítica ao monopólio das empresas de plataforma e à conformidade do desenho das redes sociais e das interfaces para a escrita e publicação de sites, adensamos nossas escolhas de pesquisa, bem como as lógicas de coleta dos desenhos dos *softwares* *Nvivo* e *Netlytic*. Desta feita, não há um olhar ingênuo dos pesquisadores sobre essas camadas discursivas, sógnicas, pois elas têm valor ideológico, remetem a escolhas e a determinações sociais. Ao clamor pela objetividade e verdade positivistas de uma ciência asséptica e transparente, apresentamos a ciência possível entre os humanos – seja nas ciências exatas, biológicas ou humanidades – a única possível, sempre contextualizada e modalizada pelas condições objetivas de sua produção.

Nossos arquivos de pesquisa, portanto, são camadas de determinações tecnológicas e enquadramentos sociais, econômicos e políticos. São peças densas que foram sendo esculpidas por muitos agentes e eles chegam também com nossa intervenção. Em outra escala e medida, é verdade. No entanto, presentes

na forma de nossas perguntas de pesquisa e de nossas escolhas teórico-metodológicas. Essas escolhas confrontam-se, debatem-se, enquadram-se ou se fazem enquadrar às determinações das camadas anteriores: desde a escrita do arranjo, à lógica algorítmica das redes e dos sites, às lógicas de captação dos *softwares* de pesquisa.

Tratamento do arquivo coletado: a construção¹⁸ do corpus

a) Redes sociais: Facebook e Twitter

O *software* Netlytic ambientado na internet foi adotado para coletar as postagens do Twitter e Facebook¹⁹ das contas dos próprios arranjos estudados. A coleta no Twitter é feita através do sistema de busca da plataforma a partir de operadores lógicos booleanos²⁰, entre outros. A pesquisa com os arranjos utilizou o operador “*from*: nome do usuário”, que aparece no final da barra de endereços quando a página é acessada (<https://twitter.com/nomedoarranjo>). Com isso foi possível registrar o que provinha dessa conta durante a coleta, tanto em termos de tuítes originais, quanto retuítes ou respostas. A ferramenta possibilita coletar até 1 mil tuítes, sendo possível configurá-la para fazer novas requisições a cada 15 minutos.

No Facebook, a coleta é feita a partir de publicações em grupos (públicos), páginas ou eventos. Para isso, basta inserir o ID do grupo, página ou evento, que se localiza de modo semelhante ao do Twitter (<https://www.facebook.com/nomedoarranjo>), com a requisição de hora em hora de até 100 posts e 25 comentários por post, totalizando até 2.500 menções coletadas²¹. Neste caso não é necessário associar uma conta à plataforma.

Após programar a forma de coleta para cada arranjo, o próprio Netlytic passa a realizar a captação do conteúdo. Nesta pesquisa, como formas de verificação do volume de dados coletados, além da coleta programada foram feitas

¹⁸Este tema foi composto com o artigo desenvolvido por pesquisadores do CPCT (Ana Flávia Marques, Camila Acosta Camargo e João Augusto Moliani) a partir da atual pesquisa que aqui se reporta. O artigo foi apresentado em 2019, ao Encontro Nacional da SBPJor. Está disponível na íntegra em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/1918/1181>

¹⁹Ele permite coletar dados também de outras redes sociais como Instagram e Youtube.

²⁰Esses operadores são palavras que informam ao sistema de busca como combinar os termos de uma pesquisa. São eles: and, or e not. Oliveira, M. Operadores booleanos. Sistema de bibliotecas - PUC-RIO, 27 de ago. de 2009. Disponível em <<http://www.dbd.puc-rio.br/wordpress/?p=116>>. Acesso em: 27 de jul. 2019.

²¹Para fins de amostra do material, nesta pesquisa foram descartados os comentários feitos no Facebook.

outras coletas em períodos distintos que serviram para pequenas correções, especialmente no que se refere à quantidade de comentários, uma vez que os posts são veiculados em diferentes círculos nas redes, o que gera um volume de comentários maior ao longo do tempo.

O *Netlytic* também permite que sejam feitas filtrações²² na sua própria plataforma, mas, para garantir que teríamos todos os dados dessa pesquisa, nós primeiramente exportamos os dados para um arquivo *.xlsx* e só depois é que iniciamos o trabalho de seleção. Optou-se por separar os posts produzidos pelos próprios arranjos dos comentários feitos por outros usuários, pois busca-se compreender a produção originária desses veículos e porque o volume de postagens, incluindo os comentários, foi muito alto. As tabelas abaixo ilustram o volume de dados coletados no site da rede social Twitter e Facebook.

QUADRO I - Printscreen da Tabela do Excel dos dados do Twitter da Agência Pública, 1 a 8/10/2020.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
https://twitter.com/agenciapublica/uses/1046816515327184898	2018-10-01 13:38:00	agenciapublica	RT @truco: Os disseminadores de notícias falsas são criativos. Além dos conteúdos enganosos e fora de contexto que circulam nas redes, come...	Os disseminadores de notícias falsas são criativos. Além dos conteúdos enganosos e fora de contexto que circulam nas redes, começam a ganhar impulso as supostas "checagens" que apontam montagens e manipulações onde elas não existem. https://t.co/S5B56AkJJd	TweetDeck	881	130125	
https://twitter.com/agenciapublica/uses/1046876504347611136	2018-10-01 17:36:23	agenciapublica	Chutou muito alto, @BolsonaroSP. Filho do presidencialível e candidato a deputado federal Eduardo Bolsonaro diz que ato a favor de seu pai reuniu 1 milhão. mas a Polícia Militar desmentiu.	Chutou muito alto, @BolsonaroSP. Filho do presidencialível e candidato a deputado federal Eduardo Bolsonaro diz que ato a favor de seu pai reuniu 1 milhão, mas a Polícia Militar desmentiu. https://t.co/G2EpHmKxul	TweetDeck	681	130139	

Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

22 As filtrações no próprio software podem ser feitas por link, por data de publicação, por autor ou por título. A partir da planilha dá para selecionar outros elementos como o número de posts (id); o link para o post original (guid/link); a data e a hora de publicação (pubdate); o autor (author), que também é identificado pelo seu ID (user_id); o título (title) e a descrição (description), normalmente iguais; a origem (source), que indica qual meio foi usado para a postagem (Twitter for Android; for iPhone ou Web App, por exemplo); número de contas seguidas (user_friends_count); número de seguidores (user_followers_count); data de criação da conta (user_created_at); descrição (user_bio); país de origem (user_location) e língua (lang).

QUADRO II - Printscreen da Tabela do Excel dos dados do Facebook da Agência Pública, 1 a 8/10/2020.

	A	B	C	D	E	F	G	H
4	https://ww	2018-10-01 14:00:37	Agência	INÉDITO A Pública conseguiu documentos que provam que foi a direita paramilitar, e não a esquerda, que deu início a explosões de bombas e roubos de armas que serviram de pretexto para o Ato Institucional número 5. Chutou muito alto, Eduardo Bolsonaro. Filho do presidencial e candidato a deputado federal diz que ato a favor de seu pai reuniu 1 milhão, mas a Polícia Militar desmenteu.	shared_st link		199	
5	https://ww	2018-10-01 17:37:05	Agência	"Pegam o título, o povo fica com medo e vota mesmo. Eles dizem que vão olhar quantos votos tiveram na área." Candidatos oferecem dinheiro para quem contribui com campanha em comunidade pobre em Recife. Pernambuco é o estado que mais registra denúncias de crimes eleitorais e propagandas irregulares.	shared_st link		138	
6	https://ww	2018-10-02 11:10:05	Agência	Para o diretor de Opinião Pública do Instituto Ipsos, um dos agravantes da situação é o fato de as notícias serem compartilhadas tanto por quem não percebeu que está lendo uma mentira quanto por quem percebeu, mas quer prejudicar um candidato de quem discorda.	shared_st link		7	
7	https://ww	2018-10-02 16:15:35	Agência	O fotógrafo José Cícero da Silva capturou a quarta edição do ato "Periferia Segue Sangrando" na zona sul de São Paulo. Uma centena de mulheres, cis	shared_st link		19	

Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Conforme registra o Documento de Pesquisa nº 6 (anexo) e as tabelas anteriores ilustram, depois da coleta, executou-se a limpeza dos dados e a verificação de duplicações, erros de datas na coleta etc. Deve-se esclarecer que cada planilha é gerada a partir de indicadores próprios do instrumento coletor “Netlytic”, que gera diferentes indicadores para cada uma das redes. O primeiro deles é o ID e indica o número de cada postagem recolhida, ordenando-as numericamente. Depois há as colunas *Guid* e *Link* (no Twitter têm os mesmos dados) e que remetem à postagem original realizada pelo usuário (<https://twitter.com/agenciapublica/statuses/1046816515327184898>). Depois vem *Pubdate*, que indica a data e a hora da publicação e *Author*, que mostra o nome pelo qual o usuário é identificado na plataforma. Então aparece *Title*, que transcreve a postagem e indica se é um retuíte (esta categoria pode não apresentar todo o texto produzido pelo arranjo), e *Description*, que traz o texto original na íntegra. Em *Source* é identificada a origem, isto é, a plataforma de onde foi postado o tuíte²³ (*TweetDeck*).²⁴ Depois vem o *User_id*, que é o número de identificação do

²³ Nós identificamos nas planilhas além de TweetDeck, Twitter for Android, Twitter Web Client, Twitter for iPhone, Media Studio, Hootsuite Inc., Twitter for iPad, Google, Echobox Social, Sprout Social, Facebook ou nome do arranjo como, p.ex., B9, MobilizeBrasil e Pressenza IPA pt.

²⁴ Aplicativo desenvolvido pelo próprio Twitter, TweetDeck, integra mensagens do Twitter e do Facebook. Sua interface é como a do Twitter API, que permite aos usuários programar, enviar e receber tuítes e ver perfis de usuários, além de organizar e fornecer visualização de colunas por assunto, hashtag, perfil de usuário etc.

usuário e *Profile_image_url*, que é o link para a imagem que identifica o arranjo. A seguir vem *User_statuses*, *User_friends_count* e *User_followers_count*, estes últimos indicando o volume de amigos e seguidores do usuário. Tem também a *User_created_at*, que é a data de criação da conta no Twitter, a *User_bio*, que é a descrição que o próprio usuário faz de si, além de *User_location*, que é a localização geográfica da conta e *Lang*, que é a língua usada para publicação.

Após analisarmos esses dados foi definido que poderiam ser excluídos sem prejuízo à próxima fase da pesquisa os seguintes itens: *Id*, *Guid*, *User_id*, *Profile_image_url*, *User_statuses*, *User_created_at*, *User_bio*, *User_location*, *Lang* e *Code*. Vale esclarecer que parte dessas informações já foram objeto de análise em fases anteriores da pesquisa (Figaro, 2018a). Dessa forma, o arquivo abastecido com as matérias postadas no Facebook e no Twitter pelos arranjos jornalísticos em estudo está conformado pela maneira de captura das informações, pela maneira de o *software* organizar as informações coletadas e, depois disso, pelas escolhas metodológicas da pesquisa.

Optou-se por ficar com o *Author*, para saber quem tuitou e o *Link*, pois pode ser necessário verificar no tuíte original outras características não explicitadas pelo texto da mensagem. As colunas *Title* e *Description* foram mantidas pois são complementares para identificar as postagens feitas pelo arranjo. *Source* será utilizada para identificarmos a partir de onde parte a produção noticiosa e *User_friends_count* e *User_followers_count* servirão para identificar a abrangência dos conteúdos veiculados nas contas dos arranjos.

Quadro III- de quantidade de publicações dos arranjos coletadas nas redes Facebook e Twitter no período da pesquisa

	Facebook 1º turno		Facebook 2º turno		Twitter 1º turno		Twitter 2º turno	
	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais
Ag. Pública	462	27	324	32	31	31	44	44
B9	557	50	351	48	180	180	233	233
Central 3	54	10	58	9	47	47	39	39
Ciranda	2	2	4	4				
CMI SP					6	6	22	22
Democratize	4	2	29	12				
Énois	14	7	16	10	11	11	5	5
Envolverde	17	16	19	16				

Jorn ^o Livres	11336	430	26091	973	463	463	1162	1162
Justificando	825	114	735	71	35	35	18	18
Mães Peito	40	7	47	5	24	24	5	5
Mídia Ninja	9352	344	30252	901	276	276	497	497
Migramundo	10	6	9	5	4	4	4	4
Mobilize BR	30	18	34	22	17	17	17	17
Nexo	1210	106	1324	106	150	150	123	123
Nós Mulheres	37	17	26	15				
O Novo	11	3	2	1				
Opera Mundi	699	81	946	74	48	48	87	87
Outras Palavras	251	31	284	34			12	12
Periferia em Movimento	21	18	45	29	18	18	22	22
Pressenza	18	18	20	19	11	11	13	13
Rev. Azmina	81	6	28	5	21	21	45	45
Site LadoM	24	22	4	3	46	46	87	87
Soud Like Us	9	4	5	5	2	2	2	2
Think Olga	17	1	1	0	1	1		
Viomundo	873	51	1031	76	101	101	208	208
Volt Data Lab	8	6	4	4	8	8	3	3
Vozes Periferia	1	1	1	1				

Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

A massa de dados coletada foi então organizada em tabelas para entendermos o fluxo de publicação desses arranjos jornalísticos. Como se pode verificar no Quadro III há grande intermitência entre as publicações. Observa-se o regime de publicação²⁵ no Facebook de fluxo intenso para *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres*. Esses arranjos priorizaram a plataforma de redes sociais Facebook e Twitter. Seguindo a lógica da própria ferramenta, as postagens no Facebook são frenéticas, alcançando números bastante expressivos nas duas semanas observadas. Além do próprio arranjo como autor da publicação, a movimentação das postagens é intensa a partir da contribuição dos seguidores e comentadores. No caso do Nexo Jornal, esse uso se dá em termos de presença diária com um regime de

²⁵ O uso deste termo será mais bem explicitado adiante.

publicação bastante estável, entre 9 e 16 postagens dia, nas duas semanas da observação. Em seguida, *Opera Mundi*, *Justificando* e *Viomundo* também têm publicação constante e expressiva nas duas semanas, com um fluxo permanente, mostrando presença efetiva e regular no Facebook. Têm presença constante, quase diária, em um fluxo contínuo, mas de regime de publicação de baixa intensidade os arranjos: *Agência Pública*, *Outras Palavras*, *B9*; e os demais com ainda mais baixa intensidade: *Nós mulheres da periferia* e *Periferia em Movimento*. Nos outros arranjos, o regime de publicação é bem irregular.

Os *Jornalistas Livres* foi, de longe, o arranjo que mais publicou no Twitter, nos primeiro e segundo turnos. No período estudado, *Jornalistas Livres* teve um fluxo intenso. Há dias em que o regime de publicação chega a mais de duas centenas de mensagens.

Seguidos pelo *Mídia Ninja*; em terceira posição estão o *B9* e *Viomundo*. *Nexo*, com mais postagens do que *A.Pública*, manteve estabilidade entre primeiro e segundo turnos. *A Pública* também manteve um número estável de publicações nos dois períodos, embora bem abaixo dos demais arranjos já citados. *Lado M* tem no Twitter presença mais frequente do que no Facebook.

O caso da publicação no Twitter e no Facebook também exige uma outra noção de tempo. A categoria periodicidade não dá conta das lógicas de publicação dessas duas redes sociais. Ali o regime de publicação é de fluxo contínuo ou de atualização contínua.

O Twitter tem a característica do limite de espaço de 280 caracteres e só recentemente som e imagem passaram a ser postados. Nesse sentido, vale problematizar como a relação tempo (regime de publicação) e espaço dão forma às narrativas postadas. Vale pensar no conceito de cronotopo atuando na relação com o gênero do discurso (notícia/conversa).

b) Coleta nos sítios dos arranjos do trabalho dos jornalistas

O NVivo é um *software* de pesquisa que apresenta cinco principais funções: gestão de dados; gestão de ideias; pesquisa de dados; modelação visual e relato. Sua operação se dá a partir da criação de projetos, e dentro deles a sistematização dos dados é feita com a formação de nós/nodes (categorias) em pastas.

A possibilidade oferecida de identificar os termos mais utilizados nos sites dos arranjos, e a sua visualização dentro da formação discursiva, como forma de apoio para a análise do discurso foram preponderantes na escolha do *software* na Fase 2 da pesquisa. Na função de modelação visual, há a possibilidade do mapeamento de frequência de palavras, como também a criação de gráficos, árvores de palavras, nuvens e análise de *cluster*²⁶. É importante destacar que a ferramenta não executa nenhuma função de forma automática, ou seja, todos procedimentos de categorização e análise são desempenhados pelo próprio pesquisador a partir da realização manual da codificação. Segundo Saur-Amaral (2012, p. 52):

A codificação implica a identificação de segmentos de texto (mas também imagens, filmes, ficheiros áudio ou vídeo) e a sua associação a categorias que criamos à medida que lemos (abordagem exploratória) ou que já conhecemos e estamos a verificar/validar com apoio da informação que temos no nosso projeto NVivo (abordagem confirmatória)

O formato de codificação permite a adoção tanto de métodos dedutivos quanto indutivos, no qual ambos podem coexistir em uma mesma investigação. A união de códigos forma uma categoria. No nosso caso, a análise do conteúdo jornalístico dos arranjos a partir da identificação de códigos e sua posterior categorização é integrada ao estudo preliminar das fontes de informação e, especialmente, das condições de produção desse conteúdo. A partir de então podemos contar com uma solidez de informações e um entendimento conjuntural adequados para a realização das análises.

Para o procedimento de coleta dos dados, utilizamos a extensão extra denominada *NCapture*, que consiste na inclusão no navegador de internet de um botão para o salvamento direto dos conteúdos de páginas de sites em um formato compatível para a inclusão no *NVivo*. O *NCapture* permite o salvamento total da página em PDF, ou o salvamento parcial - com a exclusão de anúncios de publicidade - em uma extensão própria do *NVivo*. Esses recursos foram utilizados para compor uma parte da amostra.

²⁶ A análise de cluster é uma técnica de base estatística adotada para classificar elementos a partir de similaridades encontradas entre si. Os elementos comuns agrupam-se nos mesmos clusters, e os elementos distintos se posicionam em clusters separados

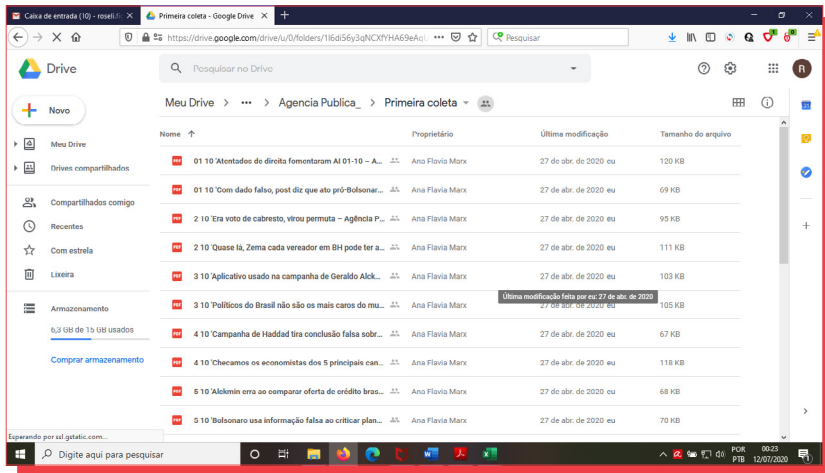
Como obstáculo encontrado para o uso desta ferramenta na pesquisa, identificamos a obrigatoriedade de instalação do *software* em apenas um computador, com disponibilidade exclusiva para a versão de *desktop* – sendo impossível ser acessado à distância, como é o caso do *Netlytic*. Deste modo, dado que a atividade de coleta foi distribuída entre diversos pesquisadores, uma segunda parte da amostra foi composta por coleta manual com a cópia e colagem do material jornalístico e salvamento das páginas em PDF, fora do *NVivo*, para em seguida incorporarmos todo o conteúdo coletado no *software* visando sua maior utilização na etapa de análise e interpretação.

A variedade de formatos existentes na disposição de conteúdos nos sites, tais quais textos, fotos, gifs, vídeos e podcasts, também implica na busca por alternativas de coleta. O salvamento em PDF, por exemplo, permite apenas o registro dos textos e imagens. Arranjos como o *B9* e o *Central 3*, especializados em podcasts, oferecem o download do áudio diretamente no site próprio. Já o download de vídeos exige artifícios diferentes em cada site, a depender do formato adotado em cada um. A ampla maioria dos arranjos incorpora vídeos diretamente do sistema de “*embed*” do YouTube, que podem ser coletados pela inspeção no HTML da página no navegador.

Os dados foram sistematizados a partir dos endereços de página: os *links*. Cada *link* é considerado como uma notícia/reportagem distinta, e salvo separadamente. Toda publicação realizada nos dois períodos elencados foi coletada. Os *links* foram dispostos em uma planilha na qual cada aba representa uma data da coleta, e os arquivos gerados estão agrupados por datas em pastas destinadas a cada um dos arranjos.

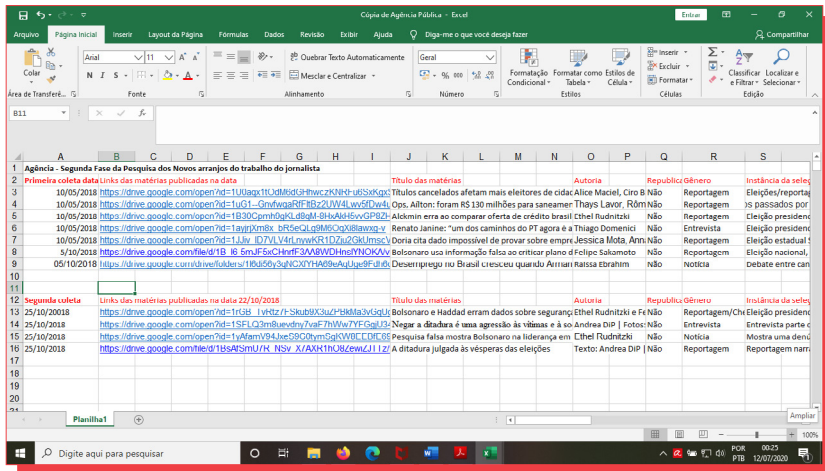
A organização e disponibilização dos arquivos requer padronização deste processo, principalmente quando realizado por uma equipe de pesquisadores. Até essa etapa é relacionada em diálogo com o que se quer colher na pesquisa. Por isso, as nomenclaturas das pastas destinos precisam ser previamente combinadas e equivalentes para todos os pesquisadores que atuam na coleta, bem como é necessário ser feito o mesmo trânsito dos dados do *software* para os locais de arquivamento, definir o conteúdo que quer capturar (se quer somente o texto, imagens, publicidade etc.). Para facilitar o acesso a este conteúdo com os pesquisadores alocados em locais distintos, todas as pastas foram criadas no sistema do Google Drive, e após a finalização do processo, todas as pastas foram incorporadas ao sistema próprio do *NVivo* em um computador único.

Quadro IV – Banco de dados coleta Primeiro Turno – site da Agência Pública, arquivos em pdf



Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Quadro V – Banco de dados coleta do site da Agência Pública, arquivos links no Excel

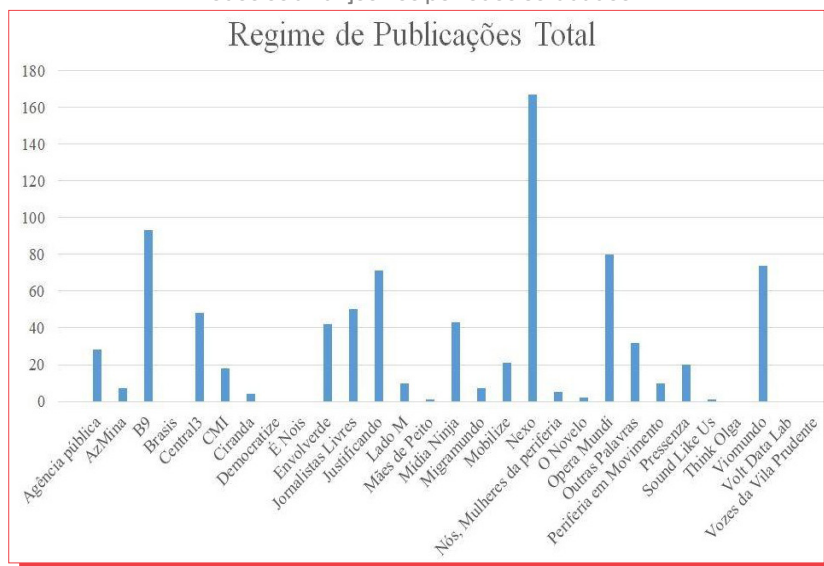


Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Vale frisar que este método foi desenvolvido e aperfeiçoado ao longo da pesquisa, orientado pelas discussões iniciais definidoras dos objetivos da análise. A sistematização, a partir das datas, por exemplo, viabiliza diferentes interpretações e comparações que consideram fenômenos conjunturais externos, e que demarcam fortemente o período eleitoral, tais quais acontecimentos importantes com os candidatos, pesquisas de intenção de voto etc.

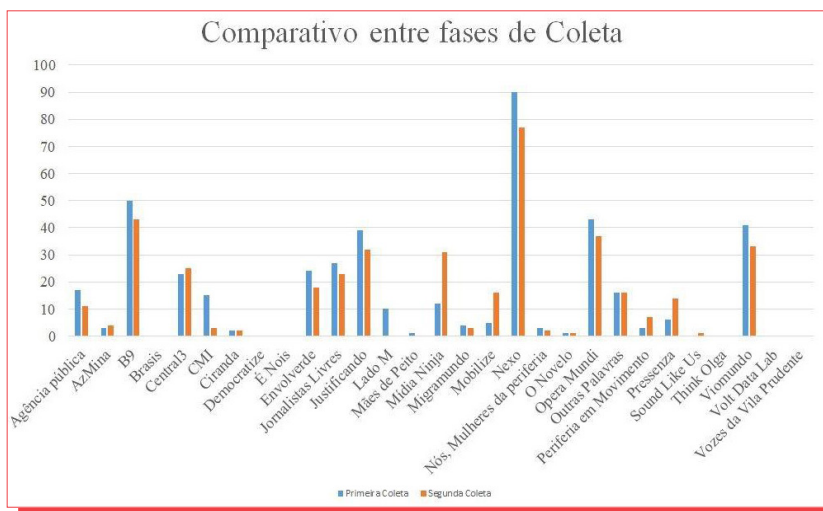
Apoiados nesta ordenação e utilizando alguns dos recursos que o *NVivo* propicia, conseguimos, por exemplo, classificar os termos mais utilizados em uma página, em um arranjo ao longo do período da coleta, ou mesmo contrapor os dois períodos observados.

Gráfico 1 – Regime de Publicação total de sites de todos os arranjos nos períodos estudados



Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Gráfico 2 – Regime de Publicação dos sites comparada por período estudado dos arranjos jornalísticos



Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Nuvem de Palavras das editoriais que mais estão presentes nos sites dos arranjos jornalísticos



Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas

3. Conceitos que reconfiguram a noção de tempo- espaço e de noticiabilidade na produção jornalística: regime de publicação, cronotopo e instâncias de produção, composição e circulação

O debate sobre o ferramental teórico-metodológico para prosseguir na análise do material jornalístico coletado dos sites e das redes sociais Facebook e Twitter dos arranjos estudados, nos levou a verificar, a partir da organização dos respectivos arquivos, que não havia periodicidade certa na maioria do material coletado. Esta constatação nos fez buscar os conceitos de regime de publicação e de cronotopo para entendermos as várias camadas de publicações e seus tempos/espacos de diálogos com outras vozes discursivas na temática das eleições. Para tratar desses dois conceitos, oriundos de estudos da história e da literatura respectivamente, mas de escolas diferentes, fizemos um estudo da obra *Ordem dos livros*, de Roger Chartier (1999); e para estudar o conceito de cronotopo, nos baseamos em Mikhail Bakhtin, *Estética da criação verbal* (1992) e em Marília Amorim, no capítulo ‘Cronotopo e isotopia’ (2006).

Passamos, desse modo, a tratar dos referidos conceitos ao modo de seus usos na literatura acadêmica, mas também em outros textos de uso corrente em domínios que não necessariamente os da Comunicação.

a) Regime²⁷ de publicação: algumas considerações sobre seu uso

No levantamento realizado com as ferramentas do Google e do Google acadêmico em dois períodos (janeiro e fevereiro de 2020), identificamos usos do termo *regime de publicação* vinculados a normatização de publicações em legislação,

²⁷ A palavra regime vem do latim *regimen*; regimento, conjunto de normas, regulação, regime político, dieta, velocidade de um motor. Regime pode ser relacionado à obra de Michel Foucault quando este trata dos regimes de visibilidade na biopolítica. Em *Microfísica do poder*, o autor usa a palavra regime nas seguintes acepções: Regime discursivo, regime de poder, regime de verdade, regime alimentar, regime político, antigo regime, regime alimentar, regime dos doentes, regime médico, regime fiscal, regime disciplinar, regime de saúde, regime coletivo, regime do prazer, regime dominante. Em *Vigiar e punir* o termo regime vem associado a uma plêiade de categorizações: Regime punição, regime disciplinar, regime de vigilância, regime das manufaturas, regime feudal, regime napoleônico, antigo regime, regime punitivo, regime de educação, regime de manufaturas, regime comum, regime complexo.

Veja-se o excerto de *Vigiar e punir* o uso interessante de regime: “Agora a prática penal vai-se encontrar submetida a um regime comum da verdade, ou antes a um regime complexo em que se misturam para formar a “intima convicção” do juiz elementos heterogêneos de demonstração científica, de evidências sensíveis e de senso comum.” p. 118. O autor prossegue com uma infinidade de qualificativos a regime: regime penal, regime carcerário, regime de moralização, regime alimentar, regime de propriedade da terra, regime de exploração, regime saudável, regime panóptico, regime pensilvaniano de isolamento absoluto. No entanto, não encontramos nas duas obras revisadas o termo regime de publicação.

edição de revistas científicas, produção em publicações científicas, reflexão sobre a função-autor na produção editorial. Esses usos compõem o campo semântico relativo ao processo de produção de periódicos, ora mais vinculado ao tempo de publicação e circulação, ora vinculado à função-autor, a publicações na internet e ao dispositivo comunicacional que a internet aciona em termos de tempo, circulação e acesso.

É interessante destacar comentário sobre a legislação de 1948, relativa às patentes, onde se lê:

Essa interpretação no caso de patentes, resulta sobretudo do fato de haver o Código adotado o regime de publicação CI posteriori, isto é, depois de concluído o exame técnico. (Legislação, 1948, nosso destaque)

No excerto, o termo trata do momento de publicação de resolução sobre pedido de patente. Esse momento, *o quando*: antes ou depois do resultado da avaliação pelos órgãos competentes. A dimensão temporal está expressa sobre *o quando* da normatização para a publicização de um ato de avaliação. Desse modo, a ideia de tempo, como período de publicação está resguardada.

Dois outros usos, encontrados em análises editoriais, reportam-se à função-autor, discutida por Robert Chartier (1999), a partir de Michel Foucault e Michel de Certeau, para enunciar a complexidade dos elementos envolvidos na produção e circulação de livros. Ou seja, para Chartier:

Inscrita nos próprios livros, ordenando as tentativas que visam ordenar o inventário das obras, comandando o regime de publicação dos textos, a função-autor está, apesar de tudo, no centro de todos os questionamentos que ligam o estudo da produção de textos ao de suas formas e seus leitores. (1999, p.58, nosso destaque)

A reflexão de Chartier, em torno da leitura da obra impressa como livro em sua trajetória histórica, não pode ser desvinculada dos modos de apropriação e uso do livro, bem como de catalogação para difusão. Assim, embora a função-autor (que também é um problema que nos aparece), seja uma criação ao longo da história, vinculada ao desenvolvimento das forças produtivas, das cidades e da circulação de livros, tal função é sempre colocada em questionamento. O regime de publicação aparece como um elemento que abarca todo o processo

de produção. Verificamos ainda como alguns autores se apropriaram do termo regime de publicação a partir de Chartier. É o caso de Cristiani B. Silva (2018), em artigo sobre a Editora do Brasil. A autora afirma:

“[...] inscrita nos próprios livros e comandando o regime de publicação dos textos [...]”, a delimitação da função-autor precisa estar articulada à “[...] produção de textos, às suas formas e a seus leitores”. (2018[Chartier, 1998]).

E também, ainda a partir de Chartier, o mesmo trecho usado, em outro artigo, para discutir a função-autor na produção, publicação e circulação da obra de Allan Kardec:

Essa análise da assinatura do autor (nesse caso também editor) é importante para pensarmos posteriores reflexões a respeito da relação entre os leitores e as obras espíritas assinadas por Allan Kardec.

“Inscrita nos próprios livros, ordenando as tentativas que visam ordenar o inventário das obras, comandando o regime de publicação dos textos, a função-autor está, apesar de tudo, no centro de todos os questionamentos que ligam o estudo da produção de textos ao de suas formas e seus leitores”. (Chartier, 1999, *apud*, Carvalho; Lousada 2009.)

A nosso ver, evidencia-se que nesses casos temos inscrita a ideia de dispositivo comunicacional, atuando em termos de seus elementos fundamentais: formas, leitores, autores. Ou seja, os dois autores que se apropriam do excerto de Chartier o fazem para reflexões diferentes. O primeiro, trata da Editora em seus processos editoriais. Como os textos publicados estão articulados a formas mais gerais da linha editorial e do público-alvo. Assim, regime de publicação é a sistemática que envolve todo o processo editorial e ao qual a função-autor está de certa maneira vinculada. O segundo, faz uma análise sobre como o autor Alan Kardec, no processo de produção de seus textos, marca sua autoria, ora esvanecendo-a com uma inicial do nome, ora marcando-a de forma explícita. Essa prática, segundo o autor, tem a ver com a relação que Kardec desenvolvia

com seus públicos. Aí também o regime de publicação está vinculado ao processo de produção e circulação de textos.

Em notícias recentes, em blogs especializados, encontramos o seguinte uso para regime de publicação:

A necessidade de modificação do regime de publicação das sociedades por ações tornou-se um tema de frequente discussão nos últimos anos, principalmente em virtude da evolução e a facilitação de consulta de informações por meio da internet e, o conseqüente desuso da comunicação impressa (jornais físicos)". (Ministério da Economia, Medida Provisória n° 892/2019)

A nota foi publicada com o seguinte título: "Ministério da economia regulamenta regime de publicação das sociedades anônimas de capital fechado". Trata-se de ato regulador que estabelece "flexibilizar as regras para a realização das publicações de documentos previstas no art. 289." Há mais duas notas publicadas em sites especializados sobre o mesmo assunto. Nesses textos, percebe-se um sema comum de *midium* e publicização. Também se verifica que o sentido de dispositivo comunicacional foi acionado para tratar das facilidades de publicização, acesso e baixo custo do meio digital na internet.

No capítulo *Reflexões sobre Ética da Informação: panorama contemporâneo*, de Maria Nélida Gonzalez de Gomez, no Livro *Ética da informação, perspectivas e desafios, 2017*, o termo regime de publicação aparece no seguinte excerto:

Se o regime de publicação indica distorções com relativas implicações éticas, a escrita da ciência é ao mesmo tempo um recurso de legitimação e um espaço propício para a escamoteação das regras éticas presumidas pelo caráter público da ciência. O plágio, a obliteração, a falsificação e a fabricação de dados atingem no cerne os ciclos de produção e comunicação científica." (p.34, nosso destaque).

Da leitura se depreende que a autora se refere ao campo semântico dos processos produtivos de artigos científicos, vinculados a avaliações por pares e marcados por métricas de indexadores. Ou seja, não está relacionado a tempo, mas aos

modos de conceber a produção e viabilizar a publicação de artigos científicos, e ligado à função-autor na medida em que se discute a ética.

Em outro artigo científico, de 2017, Valmore e Souza tratam da publicação de temas relativos a Ciências Políticas, especificamente a movimentos sociais. Os autores usam o termo regime de publicação da seguinte forma:

A maior parte deles, quase 70%, cursou doutorado em um dos cinco programas localizados no Sudeste e no Sul do Brasil. A recente expansão dos programas de pós-graduação em CP ainda não afetou o regime de publicação que segue pouco distribuído regionalmente.” (2017, p. 121, nosso destaque).

Dessa maneira, em balanço bibliométrico sobre número de publicações, autores e regiões de publicação de produção científica sobre o tema Ciência Política, os autores recorrem ao termo regime de publicação para se reportarem à existência de periódicos científicos nas diferentes Regiões do País: frequência, volume e potencial de produção e publicação.

O regime de publicação, com ênfase no tempo, periodicidade, foi encontrado em escalas diversificadas em três outras referências. A primeira trata da análise da produção científica sobre *software*. O artigo “Confiabilidade de Software: Um mapeamento sistemático da última década, em *Conference Paper*, de 2014, registra:

Sugere-se a hipótese de que este pequeno número de trabalhos experimentais seja devido a duas razões principais: (i) dados experimentais em SRE são muito limitados; (ii) produzir dados de confiabilidade de software por meio de experimentos tipicamente requer muito tempo, que, por vezes, não é atrativo para o regime de publicação científica em vigor atualmente.”

Como se depreende da leitura, o campo de sentidos relativo a regime de publicação refere-se aos procedimentos vinculados ao tempo de submissão, aprovação e publicação de artigos científicos. O tempo de pesquisa empírica é mais longo, daí publicam-se menos artigos em relação à escala de produção de pesquisa teórica.

Outros dois artigos trazem o termo regime de publicação definidamente como tempo/periodicidade. O artigo “Tempos verbais em artigos de divulgação científica: algumas considerações” registra no excerto:

Sob o ponto de vista da Retórica, diríamos que a distinção do corpus *DCE e DCF x DCS* se justifica pela existência de dois auditórios e situações bem diferentes. Nos primeiros casos, a publicação da D.C. é realizada diariamente em um regime de publicação, ao que indica, incessante. (Anais 14, 2011)

Está claro que o artigo se reporta ao campo de sentidos vinculado ao dispositivo comunicacional periodicidade (intervalo de publicação).

Por fim, a última referência a que nos reportamos para a construção do campo de sentidos do termo regime de publicação diz respeito ao artigo “*Práticas Psicossociais* completa seu 12º ano de vida com análises de práticas de cuidado e inclusão *Pesquisas*”. Os autores tratam do tema da seguinte maneira:

2017 foi um ano de muito trabalho e também de muitas conquistas para a nossa revista. Este é o terceiro número de nossa publicação que passou a ser quadrimestral. Mas não nos limitamos a três números, uma vez que está sendo gestado, em regime de publicação continuada, um quarto número, em inglês, dedicado justamente ao tema central de nosso periódico: as pesquisas e práticas psicossociais.” (MELO: MACHADO, 2017, p. 5, nosso destaque).

É clara a vinculação do termo com o tempo, periodicidade da publicação. Mais do que isso, esses três artigos relacionam regime de publicação com velocidade e agilidade. Elementos que nos remetem a processos de produção editorial relativos a determinados dispositivos comunicacionais.

Finalmente, reiteramos com esta rápida pesquisa, que o termo regime de publicação recobre um campo de sentidos relativo à produção editorial, na conformação de dispositivo comunicacional – e aos seus processos de produção. Portanto, regime de publicação é mais amplo que periodicidade. Diz respeito também a alcance e escala de produção.

Desse modo, adotaremos o conceito de regime de publicação em lugar de periodicidade. Este conceito também abarca mais adequadamente o dispositivo comunicacional acionado nos sites dos arranjos jornalísticos e/ou nas redes sociais de que eles se utilizam.

b) Tempo/espço – cronotopos

“A estrada é onde se mede o tempo e o lugar da história”²⁸. Essa frase pode sintetizar o conceito de cronotopo de Bakhtin (1992), criado para entender tempo/espço no discurso literário.

Recorremos a esse conceito para entendermos o processo produtivo com a notícia nos meios digitais. Aqui trata-se não exatamente do tema, ou seja, da história em si, mas de como ela é contada, composta e circulada, ganhando contornos que extrapolam ou não o tempo e o lugar de seu acontecimento. A matéria postada adquire vida nas páginas da web, adquire novos sentidos, é atualizada, comentada, interpelada por outros discursos de tempos e lugares outros.

A produção discursiva jornalística *online* é um emaranhado de interdiscursos que também ganha sentido e destaque a depender das formas de circulação e apropriação, tudo isso em um tempo não contado por horas, dias, minutos exatamente. Podem ser segundos, podem ser anos. O funcionamento do dispositivo comunicacional produz esses deslocamentos tempo-espaciais. Por exemplo, uma matéria produzida para o site pode ser atualizada, comentada, retirada, corrigida indefinidamente, deixando ou não marcas visíveis desses movimentos de ir e vir de discursos, de vozes múltiplas (nem sempre favoráveis). O site é um lugar institucional e mais delimitado do que uma rede social, mas mesmo assim sua materialidade padece da transitividade de que o jornal impresso ou televisivo ou radiojornalismo não padecem. A peça inteira postada intacta, quando recuperada, não mais necessariamente será a mesma de quando foi criada e postada. (Como discutimos na problematização do arquivo). Pode haver novos comentários, pode haver atualizações, correções ou mesmo uma matéria ser

²⁸ Ao ler o brilhante capítulo Cronotopo e exotopia, de Marília Amorim, no livro organizado por Beth Brait, Bakhtin, outros conceitos-chave, 2006, repórtei-me à assistência ao filme *Telma e Louise*, de Ridley Scott, 1991. Isto porque Amorim, para iniciar a explicação sobre cronotopo assim se expressa: Assim, por exemplo, a cronotopia da estrada, em um certo tipo de romance, indica o lugar onde se desenrolam as ações principais, onde se dão os encontros que mudam a vida dos personagens.” (idem, p. 102). Ela analisa, no capítulo, o filme *O vento nos levará*, de Kiarostami, 1999.

postada com data anterior, com alguma informação ou opinião acerca de um acontecimento passado como se tivesse sido publicada no momento do evento. A história reportada pode ganhar dimensões em que o acontecimento transcende sua singularidade para conectar-se a outros relatos. Também é possível que o relato (em tempo real, em vídeos), ao ser reportado pelo jornalista, o desloque de seu lugar de repórter para torná-lo testemunha. É próprio da materialidade do virtual a plasticidade do eterno renovar-se.

Nas redes sociais, esse movimento de destempo e deslocalização é ainda mais presente. Assim sendo, o processo produtivo do jornalismo *online* é sempre imperfeito, no sentido do não acabamento, sendo sempre possível situação de atualização e correção. Essa lógica não é imanente apenas ao *mídiun*, mas é imanente ao dispositivo comunicacional (Maingueneau, 2001) – aqui entendemos dispositivo como o conjunto dos elementos que permite a existência da comunicação: *midium*, discurso, situação de recepção e situação de circulação (Figaro e Grohmann, 2017). Desta feita, vale lembrar que esse dispositivo, bem como o discurso jornalístico de que é parte, está conformado e conflitado pelas lógicas mais gerais do sistema de produção capitalista no contexto do trabalho digital e das empresas de plataforma, conforme já tratamos brevemente.

Essa característica do processo produtivo do jornalismo, no caso dos novos arranjos do trabalho de jornalistas, nos remete também ao conceito de cronotopo de Bakhtin^o

Segundo Amorim (2006), “O cronotopo em literatura é uma categoria da forma e do conteúdo que realiza a fusão dos índices espaciais e temporais em um todo inteligível e concreto.”(idem,p.102) A autora cita Bakhtin: “Os índices do tempo descobrem-se no espaço e este é percebido e medido de acordo com o tempo”²⁹ (Bakhtin, 1978, *apud*, Amorim, 2006, p.102). A autora afirma ainda,

(...) quando lemos o texto básico do conceito de cronotopos, descobrimos que há na verdade uma inversão com relação ao conceito de exotopia. Aqui o elemento privilegiado é o tempo. [Em todas as análises que se seguem, concentraremos nossa atenção no problema do tempo, (princípio primeiro do cronotopos)]³⁰(idem, p. 102)

²⁹ Bakhtin, M. Formes du temps et du chronotope dans le roman (essais de poétique historique), em Esthétique et théorie du roman⁹ Paris: Callimard, 1978, p. 237. (trecho traduzido por Amorim, 2006).

³⁰ Bakhtin, M. idem. p.239, traduzido por Amorim, 2006.

Como salientou Bakhtin, o tempo é revelado na tessitura da trajetória dos personagens. Bakhtin identifica, na análise da obra de Goethe, a relevância da atividade humana transformadora das paisagens e a história como diacronia do tempo vivido. Por que retomar o estudo de Bakhtin sobre a obra de Goethe? Porque para Bakhtin essa obra marca o conceito de cronotopo com vital relevância. Para o autor, o tempo em Goethe é o que marca a concretude da atividade humana na história.

Em Goethe, não há acontecimentos, enredos romanescos, motivos temporais que sejam indiferentes aos locais de sua realização e que pudessem realizar-se em outros lugares (...) Tudo, neste universo, é *espácio-temporal*, tudo é cronotopo autêntico. (BAKHTIN, 1992, p. 263)

O realismo na estética de Goethe é marcado pelas imagens concretas dos seres humanos em ação; o tempo e o espaço são irmanados no desenvolvimento da vida dos personagens.

Assim, transmutamos o estudo de Bakhtin sobre o cronotopo para pensar o jornalismo. Aquele jornalismo de que nos fala Genro Filho, o contador de histórias de singularidades, revelador da vida concreta vivida das pessoas em sociedade. Agora com as práticas do *online*, o jornalismo, não mais preso ao tempo do relógio da indústria moderna, mas ao relógio do pulsar do coração, das batidas coligidas pelo fato a ser reportado. Tempo-espaço coligados no digital *online* como modo de narrar e modo de organizar a informação, no circuito dado pela internet. Tentaremos aplicar esse conceito na análise que faremos de algumas das produções dos arranjos do trabalho dos jornalistas.

c) De critérios de noticiabilidade para instâncias de produção, composição e circulação

Outra decisão importante para avançarmos na análise do material coletado foi sobre usar ou não o conceito de critério de noticiabilidade³¹.

Dando início ao nosso estudo, salientamos que Johan Galtung e Mari Ruge (1965) são os pioneiros na proposição do termo valores-notícia. Esses valores

³¹ Para essa decisão recorremos à revisão bibliográfica sobre o termo, um estudo crítico do conceito realizado pelo professor Thales Lelo, pós-doutorando na ECA-USP, pesquisador do CPCT, e a um seminário de discussão com a presença da professora convidada Lia Seixas, da Universidade Federal da Bahia.

se estabelecem como critérios de noticiabilidade. Para os autores, os acontecimentos atendem a valores intrínsecos. Determinados valores universais e/ou contextuais recobrem o acontecimento a ser noticiado. Uma plêiade de autores sucede os pioneiros na análise dos valores notícia, ampliando o uso do conceito para aspectos discursivos-imagéticos, éticos etc., fazendo com que um arcabouço variável e sempre ajustável seja aplicado. Conforme salienta Lelo, 2020, em síntese preparada para o seminário de discussão desta pesquisa, Golding & Elliot (1979) problematizam o estudo de Galtung & Ruge por não levar em conta a visualidade como um valor-notícia, especialmente no noticiário televisivo. Adams (1986) acrescenta a proximidade econômica, política e cultural como um valor-notícia relevante na produção jornalística. Cohen et al. (1990), baseados na obra de Alfred Schütz, defendem que a proximidade psicológica é outro valor-notícia fundamental a influenciar a decisão dos jornalistas na composição do noticiário. Allern (2002) defende que os valores-notícia comerciais também devem ser levados em consideração nas pesquisas da área, propondo que quanto menor a infraestrutura de um veículo e maior sua expectativa de rentabilidade, maior a probabilidade de que seus valores-notícia prioritários sejam o sensacionalismo, as adaptações de *press releases* e matérias de apuração deficitária. Shoemaker & Cohen (2006) acrescentam ao leque de valores-notícia as noções de desvio (estatístico, transformação social, normativo) e de significância social (política, econômica, cultural e política). Para eles, quanto mais desviante um acontecimento, maior a probabilidade de ele receber cobertura jornalística. Por fim, Schutz (2007), baseado na análise de noticiários da TV dinamarquesa, propõe seis valores-notícia como condicionantes da produção jornalística local: urgência, relevância, identificação, conflito, sensacionalismo e exclusividade. Para o autor, a exclusividade é o principal valor-notícia de um jornal e tem prioridade sobre todos os outros. Ele também defende que valores-notícia como urgência, relevância e exclusividade são incorporados na *doxa* profissional e raramente são discutidos na redação. (LELO, 2020)

Essa ampla gama de aspectos que classifica o acontecimento, para revelar o potencial que tem para viver como notícia e circular na sociedade, cria dúvidas que não respondem ao nosso problema de pesquisa, qual seja, entender que tipo de jornalismo produz os novos arranjos do trabalho de jornalistas. O foco desta pesquisa está voltado para, com base do mundo do trabalho, compreendermos as condições de produção do produto jornalístico.

Para seguir adiante, Lelo vai aprofundar seu estudo sobre os valores notícia com a visada atual de estudiosos³² que buscam compreender o jornalismo na era digital por meio desse conceito. Destacamos dois trabalhos comentados por Lelo (2020). O primeiro, dos autores Damian Trilling, Petro Tolochko & Björn Burscher (2017). Eles “propõem o conceito de *shareworthiness* como uma noção de noticiabilidade expandida - adequada a apreender como a economia de compartilhamento das mídias sociais incide na relação estabelecida entre o *news judgment* dos jornalistas e a audiência” (Lelo, 2020, p. 2). O segundo estudo é de autoria de Tony Harcup & Deidre O’Neill (2017), a proposta deles é adequar um conjunto de valores notícia ao quadro de convergência digital dos veículos jornalísticos, sobretudo, estão preocupados com os formatos que atraem engajamento para a produção noticiosa. Nessa abordagem propõem o seguinte quadro de valores notícia: “exclusividade, negatividade/positividade, conflito, surpresa, presença de recursos audiovisuais, fator de compartilhamento (*shareability*), entretenimento, drama, suítes (follow-up), referência à elite (pessoas, nações, instituições), relevância, magnitude, celebridade, linha editorial”. (Tony Harcup & Deidre O’Neill, 2017; *apud*, LELO, 2020).

Lelo faz referência a balanços críticos realizados por Caple & Bednarek, (2015); Harcup & O’Neill, (2017); e Caple, (2018), sobre a conceituação e os inumeráveis critérios de noticiabilidade. Nas palavras do pesquisador:

Eles apontam que a noção passou a ser utilizada como uma ideia “guarda-chuva” para estudar de modo holístico condições de produção e de escrita jornalística que não são esclarecidas por ela e que inclusive invalidam seu valor heurístico. Para tais estudos, os valores-notícia não devem ser confundidos com os valores da ética jornalística (objetividade, precisão, pluralidade de fontes), com fatores organizacionais de seleção das notícias (pressões comerciais, disponibilidade de repórteres, *deadline*, receita estimada, conveniência, competição), com valores retóricos (estilo, forma da história, clareza do texto) e com valores do processo noticioso (balanço do material, atualidade, regime de produção, continuidade). Tais vetores seriam independentes dos valores-notícia privilegiados ou não por determinada publicação. Defende-se,

32 Há referências do pesquisador aos seguintes autores: Brighton & Foy (2007), Schaudt & Carpenter (2009), Michael Karlsson & Christer Clerwall (2013), Peter Bro & Filip Walberg (2014), Ahmed Al-Rawi (2017), Damian Trilling, Petro Tolochko & Björn Burscher (2017); e Tony Harcup & Deidre O’Neill (2017).

portanto, que o conceito seja resguardado para o estudo dos valores inerentes aos acontecimentos, sujeitos e discursos que os tornam mais propensos a serem reportados como notícia em um determinado veículo ou conjunto de veículos jornalísticos. (LELO, 2020)

A essa posição crítica dos autores, podemos acrescentar que os valores-notícia vão aparecendo como uma palheta de conveniências para atender à linha editorial do veículo jornalístico e, por fim, pouco revelam para o analista as condições de produção do processo jornalístico.

Mas, antes de enveredarmos para outros caminhos, buscamos também as contribuições de Gislene Silva (2005) que, em artigo denominado *Para pensar critérios de noticiabilidade*, contextualiza o tema e faz uma discussão que remete à proposta de sistematização do conceito em três instâncias. Segundo a autora as instâncias são:

1) critérios de noticiabilidade na origem do fato (seleção primária dos fatos / valores-notícia), com abordagem sobre atributos como conflito, curiosidade, tragédia, proximidade etc.; 2) critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos, centrados na seleção hierárquica dos fatos e na produção da notícia, desde condições organizacionais e materiais até cultura profissional e relação jornalista-fonte e jornalista-receptor; e 3) critérios de noticiabilidade na visão dos fatos, sobre fundamentos ético-epistemológicos: objetividade, verdade, interesse público etc.. (SILVA, 2005, p. 95).

Para chegar a essas instâncias a autora retomou Mauro Wolf (1992), quando ele afirma que os critérios de noticiabilidade se configuram em dois tipos de instâncias: de seleção da notícia (critérios que dizem respeito ao *o que* será noticiado ou não); e de construção da notícia (critérios de composição discursiva, ou seja, *o como* se tratará o evento a ser noticiado). É a essa compreensão de Wolf que Silva acrescenta a proposta de uma terceira instância: ético-epistemológica.

Para nós, Wolf (1992) teve um *insight* bastante produtivo, propiciando ao analista a oportunidade de compreender as instâncias como categorias provenientes da lógica produtiva do veículo jornalístico. Categorias determinadas por fatores das condições de produção da notícia, da composição e da circulação da mesma. As instâncias oportunizam que escapemos do leque inacabável de critérios de

noticiabilidade/ valores notícia, os quais pouco ou nada nos ajudaria a entender o jornalismo dos arranjos que estamos estudando.

Por isso, decidimos abandonar o conceito de critério de noticiabilidade. Chegamos à conclusão de que ele não permite estudar as condições de produção do discurso jornalístico. Os critérios de noticiabilidade são tantos e todos afeitos às linhas editoriais (critério primeiro) que não nos permitiria fazer relações entre os discursos produzidos pelos arranjos bem como identificar, o que para nós é fundamental, os elementos compositivos do discurso do jornalismo produzido na dinâmica própria do mundo do trabalho dos arranjos estudados.

Também Charaudeau (2006, p.72-73) nos instiga a pensar as instâncias de produção e de recepção. A instância de produção consiste naqueles elementos fundamentais que “organizam o conjunto do sistema de produção, num lugar externo, ora como organizadora da enunciação discursiva da informação”. Para o autor, a instância de recepção “deve ser desdobrada desde um ponto de vista interno à instância midiática, é designada como destinatário.” (idem, p.72). Ao nosso ver, a instância de recepção comporta além das lógicas midiáticas, todo um conjunto de mediações sobre as quais já discutimos em outros textos (Figaro, 2019). Há inclusive facetas que demandam maior discussão e aprofundamento e por isso escolhemos não usar o termo instância de produção e de recepção como o faz Charaudeau. Visto que o uso adotado é no sentido (sinônimo) de “conjunto de fatores funcionais ou valores que perfazem um determinado domínio, campo, categoria (...)” (Houaiss, 2001, p.1626). Sendo assim, compreendemos que nos cabe nomear as condições de produção e os processos de recepção, como condições e processos, respectivamente, porque mais bem permitem problematizar o social, o econômico e o histórico-cultural ali envolvidos.

Desse modo, as condições de produção envolvem todo o âmbito da pesquisa, primeira e segunda fases, desde quem são, como trabalham e se sustentam, até o mais amplo aspecto que orienta a existência desses arranjos como alternativa de trabalho jornalístico frente à precarização do emprego e à concentração econômica das empresas de mídia.

Por isso, nesta pesquisa, o termo instância é usado no sentido de categoria, domínio, para identificar os elementos de escolha do profissional, pertinentes ao dispositivo comunicacional, para operar o discurso.

De qualquer modo, foram os usos de Wolf (1992) e de Charaudeau que nos fizeram pensar as instâncias como uma possibilidade de categorização mais adequada, e não usar, portanto, os critérios de noticiabilidade. Guardamos essa proposta para reconfigurá-la a partir do que Adelmo Genro Filho trata de singularidade do discurso jornalístico.

d) A singularidade do discurso jornalístico

A releitura de Adelmo Genro Filho suscita algumas reflexões sobre que tipo de jornalismo é produzido pelos novos arranjos do trabalho do jornalista.

Primeiro, devemos salientar o esforço de Genro Filho por definir o gênero jornalismo como um tipo de conhecimento singular, capaz de se “manifestar em seu potencial desalienante e humanizador” (Genro Filho, 2012, p.58). Para ele, pressupõe compreendermos a “história como um processo de autoprodução ontológica do gênero humano” e a política “como a dinâmica dos conflitos em torno da qualificação da práxis social”, ou seja, a luta de classes.

O autor afirma que:

O processo de significação produzido pelo jornalismo situa-se na exata contextura entre duas variáveis: 1) as relações objetivas do evento, o grau de amplitude e radicalidade do acontecimento em relação a uma totalidade social considerada; 2) as relações e significações que são constituídas no ato de sua produção e comunicação. (GENRO FILHO, 2012, p. 61)

O autor também distingue o gênero jornalístico da arte e da ciência, afirmando que no jornalismo um fato “enquanto notícia obedece a critérios diferentes em relação aos utilizados na hierarquização feita pelas ciências sociais ou naturais, de um lado, e pela arte de outro”. Nas ciências, os fatos são “relevantes à medida que vão constituindo a universalidade”; quanto à arte, os “fenômenos que a compõem são significativos na exata proporção de sua ambiguidade” (irrepetível de singularidades) e “representação sensível da universalidade social” historicamente situados. (idem, p. 60)

O jornalismo tem, desse modo, uma dimensão objetiva da singularidade (que o diferencia da arte) e essa dimensão de singularidade o impede de “tornar-se uma forma de conhecimento científico”. (idem, p. 62)

Para o autor, as teorias dos sistemas e funcionalistas não dão respostas objetivas aos dilemas da sociedade. Assim, o jornalismo para preservar a qualidade da informação é um gênero que se situa como elemento mediador na construção de conhecimento singular, vinculado ao conceito de totalidade concreta, ou seja, na relação dialética entre ser-objeto, no qual o fato se apresenta ao humano como processo de representação, permeado pelas contradições sociais, na historicidade ontológica e da luta de classes.

Genro Filho salienta que a singularidade é aspecto aceito pelas teorias hegemônicas do jornalismo, porque entendida de modo simplista. Essa visão condena o profissional ao empirismo técnico que reitera o *status quo*: “(...) os jornalistas devem seguir sem saber o motivo, tornando-se presa fácil da ideologia burguesa e da fragmentação que ela proporciona.” (idem, p. 162) Assim, diz ele “a totalidade torna-se mera soma das partes; as relações sociais, uma relação arbitrária entre atitudes individuais, o mundo concebido como imutável e a sociedade burguesa como algo natural e eterno”. (idem)

Para fugir desse engodo, segundo Genro Filho, é preciso compreender aquilo que Hegel trouxe de novidade em suas análises, isto é, “a interpenetração dialética e a identidade contraditória entre singular, particular e universal”. (idem, 169) Desse modo, o jornalismo parte do singular do fato a ser notícia (coronavírus, a doença em um caso), para explicar o particular (doença que ataca os pulmões e é contagiosa e como se relaciona com outras doenças em determinadas sociedades, grupos). Muito embora a universalidade necessariamente não seja explicitada, ela está pressuposta pois leva a refletir sobre o futuro da humanidade e as escolhas de vida e de ciência que temos e fazemos.

Desse ponto de vista, o jornalismo é um conhecimento estruturado a partir do singular, a forma e a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação, contextualizado pelo particular e o universal que foram superados, e “(...) mantidos como horizontes do conteúdo.” (idem, 172) Ou seja, o jornalismo é o discurso da singularidade, mediado pelo particular e que deve pressupor o universal.

Como discurso caracterizado pela singularidade, o jornalismo é um produto histórico. Fruto do avanço das forças produtivas, emerge historicamente com o avanço da burguesia e do capitalismo. Constitui-se no século XX hegemonicamente como expressão do capitalismo industrial e da sociedade de consumo. No entanto, para Genro Filho, o jornalismo é expressão de uma necessidade histórica da urbanidade mesmo sendo uma expressão do modo capitalista de produção. Enquanto necessidade de relações de independência e autonomia para os cidadãos, o jornalismo é um fenômeno ambivalente, há nele o conflito entre a emancipação cidadã e a manipulação das classes dominantes.

Nessa dimensão contraditória, o jornalismo tem como cerne de seu discurso o fato social, que ao ser identificado já vem carregado da visão de mundo a partir da qual é percebido; assim a notícia - unidade básica do jornalismo - vai trabalhar com os fatos jornalísticos - menor unidade de significação, sempre na dimensão da contradição dos interesses do processo produtivo da notícia. “(...) o material do qual os fatos são constituídos é objetivo, pois existe independente do sujeito” (idem, 195), porém, o reconhecimento do fato é devido ao sujeito, ou seja, está submetido às condições histórico-sociais que conformam essa subjetividade objetivada em discurso.

Assim, ao retomarmos as questões marcadas por Genro Filho (2012), vislumbramos a oportunidade de deslocar as instâncias proposta por Wolf (1992) do cenário dos critérios de noticiabilidade, para vê-las como organizadoras dos processos produtivos do jornalismo. Nossa questão é identificar em que medida o fato jornalístico se apresenta como *escolha a ser reportada como notícia*. O processo de reconhecimento do ‘fato jornalístico’ está submetido ao processo produtivo e aos condicionamentos sociais, econômicos e políticos dos arranjos do trabalho do jornalista. Cabe salientar, portanto, que uma *unidade de análise importante é a da instância de seleção do fato jornalístico*, para entendermos o tratamento compositivo que a ele será dado. A seleção do fato jornalístico também está relacionada à *forma de circulação da notícia*, onde, para quem e como vai circular. Dessa maneira, seleção, composição e circulação são instâncias que, deslocadas das teorias dos *newsmaking*, podem ser nossas categorias analíticas. Acrescentamos, às duas instâncias de Wolf, a instância da circulação.

Aqui voltamos a salientar o conceito de dispositivo comunicacional para compreendermos de maneira ampliada o discurso jornalístico dos novos arranjos

do trabalho do jornalista. Ao salientarmos a importância do dispositivo comunicacional, estamos nos remetendo à materialidade concreta do discurso, do *medium*, do público alvo e às formas de circulação moldadas pelas plataformas digitais. O fazer jornalístico, dessa maneira, não tem a autonomia propalada por alguns teóricos, e de certa forma, pelo próprio Genro Filho, que trata o jornalismo como um gênero discursivo singular e cuja materialidade concreta concorre para a formulação de conhecimento que tem valor no processo de emancipação social. Segundo Genro Filho “(...) não é demais insistir, essa ‘ideologia da objetividade’ do jornalismo moderno esconde, ao mesmo passo que indica, uma nova modalidade social do conhecimento, historicamente ligado ao desenvolvimento do capitalismo e *dotado de potencialidade que o ultrapassam.*” (idem, 197, destaque nosso).

Tal *potencialidade* têm todos os gêneros discursivos: a ciência, a arte etc. Cabe registrar que esse aspecto não é inerente ao gênero jornalístico. A referida *potencialidade* depende do processo produtivo no tratamento dado ao fato desde a instalação do dispositivo comunicacional que o reportará. A empresa capitalista trará como *exceção* o fato na perspectiva de um relato capaz de avançar do singular para o contexto do particular no sentido da universalidade da significação emancipacionista. No caso desta pesquisa, os novos arranjos do trabalho do jornalista podem se constituir nesse potencial produtor do discurso da singularidade que objetiva o reconhecimento dos sujeitos como seres sociais capazes de tomar a história em suas próprias mãos, mas é preciso verificar.

A discussão essencial realizada por Genro Filho não está exatamente no jornalismo, mas na teorização sobre as diferentes formas de conhecimento e do processo de conhecimento – ou seja, o movimento dialético e histórico entre ser-objeto, como fundante necessário da objetividade.

Frente à conclusão de nosso estudo teórico-metodológico, a teoria funcionalista do *newsmaking* cai por terra, porque os critérios de noticiabilidade não problematizam o contexto da produção capitalista, e adquirem tal variabilidade que se tornam pouco explicativos e nada operativos. Optamos por fazer operar um ferramental teórico-metodológico que articule os conceitos de regime de publicação e de cronotopo às instâncias de seleção, composição e circulação do produto jornalístico, sem perder de vista um outro pressuposto importante para nossa análise, o conceito de dispositivo comunicacional (Maingueneau, 2001,

Figaro, Grohmann, 2017; Mauro, Figaro, 2018). Ao salientarmos a importância do dispositivo comunicacional, estamos nos remetendo à materialidade concreta do *midium*, do discurso, do público e das formas de circulação moldadas pelas plataformas digitais.

e) Procedimentos para fazer operar o ferramental teórico-metodológico

Para fazer operar esses conceitos teórico-metodológicos discutidos, tomamos mais algumas decisões que dizem respeito ao que e como tratar os dados coletados da produção jornalística dos novos arranjos jornalísticos. A organização dos arquivos em planilhas do Excel, tanto dos sites quanto das redes sociais, as nuvens de palavras mais citadas e os gráficos de regime de publicação nos dão um quadro da produção geral dos arranjos jornalísticos, fluxo e organização da produção. Mas, para adentrar o conjunto dessa massa de dados previamente organizada, necessitamos estabelecer mais um critério de recorte do *corpus*.

Devido à pergunta da pesquisa (que tipo de jornalismo produzem?) foi necessário observar mais de perto, internamente o material produzido. Os gráficos sobre o fluxo e o regime de publicação, permitiram adotar, para o próximo passo da análise, um critério simples: o dia de maior número de publicações de cada arranjo; ou seja, no período de recorte do primeiro turno 1 a 8 de outubro, e do segundo turno, de 22 a 29 de outubro, escolhemos analisar as matérias do dia(s) de maior publicação de cada arranjo.

Com essa decisão, adotou-se organizar planilhas com as seguintes categorias: data de publicação, link da matéria, título, autoria, republicação (sim ou não), gênero, instância de seleção (tema), instância de seleção (fonte), instância de composição, instância de circulação e, finalmente, observações. O Quadro VI ilustra o trabalho de análise realizada, arranjo por arranjo, com as matérias do dia de maior regime de publicação.

QUADRO VI – Tabela analítica do regime de publicação dos sites dos arranjos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100

Fonte: Banco de dados CPCT, 2018/Segunda fase da Pesquisa Novos arranjos do trabalho dos jornalistas.

Revisitar as matérias, lê-las e organizar a análise na forma desta planilha, permitiu conhecer os procedimentos compositivos envolvidos no trabalho jornalístico desses arranjos.

No caso das redes sociais, o procedimento adotado para dar andamento à análise, devido à quantidade de postagens, centenas e em alguns casos milhares, adotamos a organização do arquivo, conforme foi mostrado nos Quadros I e II, e selecionamos a data de maior fluxo do regime de publicação e, dela, pelo menos uma postagem no Twitter e no Facebook, de cada arranjo, para a análise comparativa com o que foi produzido e postado no respectivo site. O objetivo é entender as relações que se estabelecem entre os diferentes dispositivos comunicacionais e se eles são utilizados de formas diferentes e quais são essas formas em termos do discurso jornalístico produzido. Alguns arranjos priorizam as redes sociais como lugar de produção e circulação de seus discursos, outros priorizam o site. Há, certamente, diferenças no que se produz, e é essa diferença que também queremos verificar e analisar.

No próximo capítulo, apresentamos as análises resultadas das planilhas do regime de publicação e suas instâncias e gênero, bem como a análise do material selecionado das redes sociais de cada arranjo.



Capítulo II

Análise da produção dos arranjos independentes/alternativos do trabalho dos jornalistas



Introdução [72]

Agência Pública [74]

B9 [86]



Central 3 [105]

Centro de Mídia
Independente – CMI [122]

Ciranda Internacional
da Comunicação

* Compartilhada [132]

Envolverde [142]

Jornalistas Livres [155]

Justificando [169]

Lado M [186]



Mães de Peito [195]

Mídia Ninja [202]



Migramundo [216]

Mobilize Brasil [228]

Nexo [238]

Nós, mulheres da periferia [264]

O Novelo [277]

Opera Mundi [283]



Outras Palavras [302]

Periferia em Movimento [313]

Presenza [324]

Revista AzMina [333]

Sound Like Us [344]



Viomundo [342]

Brasis, Democratize,
Énois, Farofafá, Think Olga,
Volt Data Lab e
Vozes da Periferia [368]



Neste capítulo, aplicamos o ferramental teórico-metodológico apresentado no Capítulo I a cada um dos 30 arranjos do trabalho dos jornalistas. Realizamos a análise minuciosa da produção jornalística durante o período de coleta: de 1 a 8 de outubro de 2018, primeiro turno das eleições; e de 22 a 22 de outubro de 2018, segundo turno das eleições. A coleta das matérias foi realizada por meio do software NVivo quando se tratou dos sites dos respectivos arranjos; e por meio do software Netlytic quando a coleta se deu do material postado nas respectivas páginas do Facebook e nas contas do Twitter. Cabe salientar que o material coletado foi tratado, no dizer das camadas de sentidos que estão visíveis e invisíveis na composição de um arquivo. Esse deslocamento da produção jornalística de seu arquivo primeiro, constituído a partir de determinadas condições de produção, para a coleta da pesquisa, dará origem a outro arquivo, este, por sua vez, também determinado pelas condições de produção da pesquisa.

Conforme se pode atestar na leitura da análise, os 30 arranjos estudados tratam de pautas de interesse geral, que vão das eleições aos temas mais pontuais, vinculados à localidade, à pauta musical, ao material de assessoria de comunicação sobre novos produtos de empresas até aos temas mais intimistas relacionados ao papel de ser mãe. Vale registrar, no entanto, a vinculação editorial à abordagem de valores democráticos, defesa dos direitos da cidadania, do meio ambiente, tratam dos temas vinculados à gênero, etnia, periferia, à arte e à cultura. A política e os rumos do país são os temas mais abordados. De diversas perspectivas, as pautas têm um viés político progressista e são vinculadas aos direitos democráticos. A maioria dos arranjos deixou claro, quanto ao processo eleitoral, a abominação ao autoritarismo e às jogadas de *fake news* utilizadas por candidatos. Há também, pautas políticas mais engajadas e abertamente persuasivas em relação à campanha do candidato majoritário Fernando Hadad. No entanto, a maioria absoluta dos arranjos da pesquisa deixou clara a sua aversão ao autoritarismo manifesto no discurso do então candidato direitista Jair Bolsonaro. O compromisso com a democracia, a paz e os direitos dos cidadãos orientaram a produção jornalística dos veículos estudados, como poderá ser verificado na análise que segue. A título de registro, na análise do material produzido pelos arranjos, não necessariamente serão retomadas as características de funcionamento do próprio arranjo na organização do trabalho, visto que esse estudo foi realizado na primeira fase da pesquisa.

Passemos à análise do regime de publicação e das instâncias de seleção, composição e circulação de cada um dos 30 arranjos do trabalho do jornalista que compõe este estudo.

Agência Pública

(<https://apublica.org/>)

O site da Agência Pública é funcional, estruturado por seções que organizam todo o conteúdo na página. Houve mudanças pontuais no layout e nas editorias entre 2018, na data da coleta, para 2020, período da análise. Em 2018, as editorias eram organizadas em: Reportagens, Especiais, Dados, Entrevistas, Vídeos, Casa Pública, Mais [Da Redação, Crônicas, HQ, Ensaios]. Destas, a Casa Pública não é mais uma seção, há diretrizes para veiculação em outros jornais da imprensa tradicional e alternativa na parte “Republique” e em Mais foi adicionado na divisão da organização do conteúdo.

Já na nomenclatura das seções é evidente a utilização de gêneros jornalísticos como reforço do lugar que almeja ocupar no campo jornalístico. O arranjo segue os princípios do jornalismo clássico com a publicação de reportagens e entrevistas como seu principal serviço.

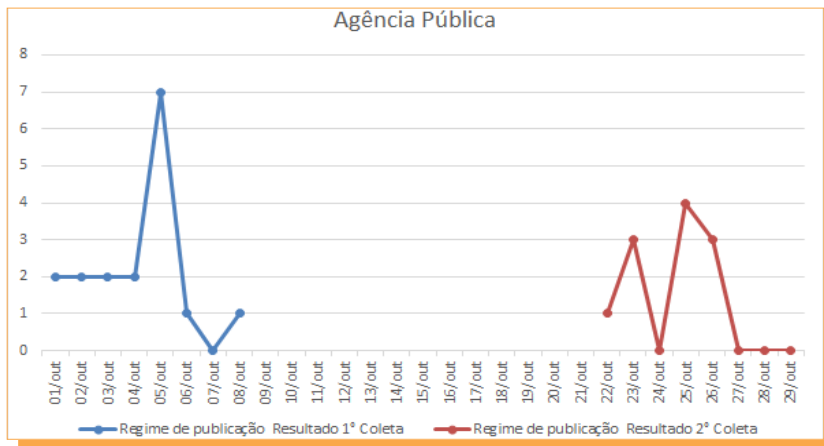
Entre a amostra analisada nos dias 5 e 25 de outubro, datas com mais publicações, sendo sete matérias no dia 5 e quatro no dia 25, há sete reportagens, duas entrevistas e duas notícias.

O regime de publicação indica que não há uma regularidade a ponto de estabelecer uma periodicidade. No primeiro período da coleta não houve publicação no dia 07/10 e na segunda coleta não houve atualização nos dias 24/10, 27/10, 28/10 e 29/10.

Esses dados também revelam as condições de produção da Agência Pública. Como as matérias publicadas são próprias não havendo republicação e os conteúdos são elaborados por muitas fontes, carecendo de pesquisa, somente com a participação de mais jornalistas seria possível ampliar a produção jornalística.

As matérias são assinadas pelos jornalistas e, em alguns casos, com o crédito do fotógrafo. Não há material assinado somente com o nome da Agência Pública. Em alguns casos, a foto da autoria fica ao lado e embaixo do texto com um link que direciona para a produção.

GRÁFICO – regime de publicação Agência Pública



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Agência Pública

Entre as palavras que aparecem com mais destaque na amostra da primeira fase da coleta são: “Brasil”, “governo”, “países”, “Bolsonaro”, “pública”, “país”, “campanha” e “dados”, entre outras, como podemos conferir na próxima imagem.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana que antecede o primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Agência Pública.

No segundo período da coleta, a polarização política eleitoral fica evidente com as palavras mais frequentes. “Haddad” e “Bolsonaro” são as duas principais que aparecem em destaque em primeiro e segundo lugar, respectivamente. As outras são: “ditadura”, “Brasil”, “política” e “crimes”.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do segundo turno das eleições majoritárias no Brasil 2018.

Quadro I - matérias publicadas no dia 5 de outubro, data com mais publicações no primeiro período de coleta

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	CÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO INTERATIVIDADE
Títulos cancelados afetam mais eleitores de cidades com IDH abaixo da média	Alice Maciel, Ciro Barros, Iuri Barcelos	Não	Reportagem	Eleições/ reportagem sobre cancelamento de títulos eleitorais	Julgamento TSE, base de dados do TSE e IBCE/ Cientista político da Universidade Federal do Rio de Janeiro	mapa da Google com as cidades arroladas na pesquisa, caixa com link para doação financeira	Editoria: reportagem. Não há comentários e tag. botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.

Ops, Aílton: foram R\$ 130 milhões para saneamento básico no Ceará	Thays Lavor, Rômulo Costa, Carolina Capelo	Não	Reportagem	eleições estaduais/ checagem de dados passados por candidato/ saneamento básico	Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Setor Público Brasileiro (Siconfi) do Tesouro Nacional, IBCE, Relatório da Execução Orçamentária (RREO) Secretaria da Fazenda do Estado do Ceará (SEFAZ), Instituto Trata Brasil, candidato Aílton Lopes	Arte com foto do Aílton, descrição de exagerado e foto de canal de esgoto, hiperlink no nome dos autores. Link para páginas de todos os candidatos do Ceará dentro do Truco, caixa com link para doação financeira	Editoria: truco nos estados, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.
Alckmin erra ao comparar oferta de crédito brasileira e chilena	Ethel Rudnitzki	Não	Reportagem	Eleição presidencial. Checagem de dados de Geraldo Alckmin ditos em debate nacional	FMI, Banco Mundial, assessoria eleitoral Alckmin, PIB	Arte da seção truco; links para outras matérias, TACS (checagem Chile crédito economia fact-checking geraldo alckmin PSDB Truco Truco Eleições 2018), link para matérias mais recentes e formulário de newsletter, caixa com link doação financeira	tags, truco nacional, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.
Renato Janine: "um dos caminhos do PT agora é assumir a bandeira da civilização contra	Thiago Domenici	Não	Entrevista	Eleição presidencial, polarização política, correlações de força	O entrevistado é filósofo, professor da USP ex- ministro da educação.	Foto, tags (TACS eleições Fernando Haddad Jair Bolsonaro PSL PT), foto do jornalista com contatos, formulário de newsletter, botão para compartilhamento redes sociais, caixa com link doação financeira	tags, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.

<p>Doria cita dado impossível de provar sobre empresas fechadas em governo do PT</p>	<p>Jessica Mota, Anna Beatriz Anjos</p>	<p>Não</p>	<p>Reportagem</p>	<p>Eleição estadual SP; checagem de declaração 'impossível de provar' do candidato João Dória sobre fechamento de empresas nos governos do PT</p>	<p>SEBRAE, Secretaria da Micro e Pequena Empresa, vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, IBCE, assessoria eleitoral, debate TV Record</p>	<p>Arte da seção Truco, foto do candidato, links de temas, links para as páginas do Truco em outros espaços, link para outras checagens do estado de SP. Links nos nomes dos autores, caixa com link para doação financeira</p>	<p>tags, truco estadual, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.</p>
<p>Bolsonaro usa informação falsa ao criticar plano de governo do PT</p>	<p>Felipe Sakamoto</p>	<p>Não</p>	<p>Reportagem</p>	<p>Eleição nacional, checagem de informação dita pelo candidato Jair Bolsonaro</p>	<p>Documentos e teses do PT, resoluções do PT e programa da chapa para eleição</p>	<p>Arte da seção Truco com a descrição falso, Leia também, data e reforço de data, caixa explicando o Truco, formulário newsletter, botões de compartilhamento e box com as mais recentes matérias</p>	
<p>Desemprego no Brasil cresceu quando Armando era ministro, mas não foi o maior da história</p>	<p>Raissa Ebrahim</p>	<p>Não</p>	<p>Notícia</p>	<p>Debate entre candidatos; checagem de declaração</p>	<p>Checagem consultou fonte PINAD/ IBCE</p>	<p>Foto do debate, com o candidato que levou o selo de falso do Truco. Gráfico com o demonstrativo da taxa de desocupação desde 2012.</p>	<p>tags, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.</p>

Quadro II - matérias publicadas no dia 25 de outubro, data com mais publicações no segundo período de coleta.

TÍTULO DAS MATERIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA/ HIPERLINKS	INSTÂNCIA CIRCULAÇÃO INTERATIVIDADE
Bolsonaro e Haddad erram dados sobre segurança pública	Ethel Rudnitzki e Felipe Sakamoto	Não	Reportagem/ Checagem	Eleição presidencial. Checagem de falas dos dois candidatos (Jair Bolsonaro e Fernando Haddad) sobre segurança pública	Entrevistas pós primeiro turno dos dois candidatos, Código Penal, Instituto Sou da Paz, Lei dos Três Crimes dos EUA (Three Strikes Law), Instituto Política de Justiça (Justice Policy Institute), Código Penal do Estado da Califórnia e a do Arizona, Banco Nacional de Mandados de Prisão (BNMP) do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias (Infopen) do Ministério de Justiça e Segurança Pública, Revista Culturas Jurídicas da Universidade Federal Fluminense (UFF), dados do Geopresídios do CNJ, assessoria eleitoral dos candidatos.	Infográfico da revista Revista Culturas Jurídicas em março de 2018, fotos dos dois candidatos, link para fontes internacionais citadas na matéria, botões para compartilhamento em redes sociais, arte com os símbolos da seção Truco com as descrições falso e exagerado, formulário para recebimento de newsletter, links nos memes dos autores da matéria, link leia também, caixa com link para doação financeira.	tags, categoria: checagem
Negar a ditadura é uma agressão às vítimas e à sociedade	Andrea DIP Fotos: José Cicero da Silva	Não	Entrevista	Entrevista parte de uma editoria "Especial" com tema em ditadura e negacionismo da ditadura	A entrevistada é professora da Faculdade de Direito da Universidade Federal de São Paulo e pesquisadora dos processos de justiça de transição	Foto da entrevistada. Link com Leia também, foto com contato da autora, link nos nomes da autora e fotógrafo, formulário para recebimento de newsletter, caixa com link para doação financeira, botões para compartilhamento em sites de redes sociais.	botões de compartilhamento em sites de redes sociais.

Pesquisa falsa mostra Bolsonaro na liderança em todos os estados	Ethel Rudnitzki	Não	Notícia	Mostra uma denúncia de notícia falsa	Mensagem de WhatsApp, Instituto Paraná	foto da mensagem do WhatsApp, foto do Bolsonaro, arte gráfica da seção Truco, link com Leia também, foto com contato do autor, link no nome do autor, formulário para recebimento de newsletter, caixa com link para doação financeira, botões para compartilhamento em sites de redes sociais.	Editoria: checagem, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais, link para aliados, link para busca, matérias recentes.
A ditadura julgada às vésperas das eleições	Texto: Andrea DiP Fotos: José Cicero da Silva	Não	Reportagem	Narra o julgamento de Luiz Eduardo Merlino e outros casos de tortura e mortes comandadas pelo Coronel Ustra.	Julgamento da morte de Merlino articulado com a defesa de Ustra por Bolsonaro. Entrevistas com torturados e parentes de pessoas que morreram na ditadura, Associação de Juizes pela Democracia, professora de direito da USP.	Data e reforço de data, fotos de pessoas que foram torturadas e de parentes de mortos pela ditadura militar, foto da autora com link no nome, pedido de apoio ao jornalismo realizado pelo arranjo, botões de compartilhamento	botões de redes sociais, título com links, links para outras referências do texto, link para apoio (Seja Aliado da Pública) link para busca, matérias recentes.

As informações organizadas no quadro deixam ainda mais evidentes as instâncias de seleção de temas, as fontes usadas, a instância de composição e de circulação/ interatividade.

A partir da singularidade de falas dos candidatos aos governos estaduais e federal, as matérias do gênero reportagem tratam de temas como segurança pública, ditadura, polarização política e as possíveis saídas deste cenário.

A pauta sobre as eleições compôs a principal seção que concentrou mais publicações, a “Truco”, uma editoria especial que faz a checagem de afirmações proferidas por candidatos.

Podemos perceber que há sempre mais de duas fontes, entre primárias e secundárias (como o uso de outros veículos de comunicação como a reportagem do julgamento de Luiz Eduardo Merlino).

Há também a composição com fotos e infográfico e um reforço da data da publicação da matéria com a mensagem “esta matéria foi publicada há mais de um ano” para alertar o leitor de seu contexto.

Em todas as matérias há a opção para que o leitor circule pelo conteúdo e use o link para sites de redes sociais e também a opção para recebimento de newsletter via e-mail. Além disso, há diretrizes para republicação em outros sites e veículos, fator que amplia a circulação da produção noticiosa.

Assim como em outros arranjos, é necessário refletir como a circulação predominante em sites de redes sociais e como a metrificação das grandes plataformas intervêm na lógica produtiva e nos sentidos do material jornalístico.

A produção está bem caracterizada como jornalística conforme apontam os subgênero reportagem, o mais usado, as instâncias de seleção com recurso sempre a mais de uma fonte, a instância de composição é sensível à modalidade de jornalismo online, pois traz hiperlinks, infográficos, fotos, vídeo, bem como a instância de circulação é rica em tags, links para rede sociais, acervo de matérias correlatas, sistema de busca e link para inscrever-se e aliar-se à causa da Agência Pública.

Sem dúvida, o dispositivo comunicacional está voltado à produção jornalística e é fiel a sua linha editorial, traçada como uma agência de jornalismo independente com forte produção voltada à reportagem. Embora a produção seja baixa, explica-se pelo montante de jornalistas que lá trabalham, bem como porque, no perfil de agência, atua também para republicação na grande imprensa, além de propor-se como um centro cultural de formação de novos jornalistas.

Agência Pública nas redes sociais Facebook e Twitter

A atuação da Agência Pública nas redes sociais Facebook e Twitter é bem ponderada em termos quantitativos. O ritmo e o fluxo de postagens pouco se alteram nos dias das duas semanas de coleta. Os posts totais no Facebook (comentários, seguidores, postagens de seguidos e seguidores) diminuíram cerca de 20% do primeiro período para o segundo, embora as postagens autorais tenham aumentado. De maneira geral, no Twitter, vê-se a intensificação de postagens no segundo período, com a alteração do fluxo diário de postagens,

fazendo com que no dia 27/10, o movimento tenha aumentado o dobro do fluxo rotineiro mais elevado.

Tabela 1 – Regime de publicação Facebook e Twitter da A.Pública

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Ag. Pública	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Ag. Pública	Twitter 1º turno 01/10 a 08/10	Ag. Pública	Twitter 2º turno 22/10 a 29/10	Ag. Pública
Post totais	462	Post totais	324	Post totais	31	Post totais	44
Post autor	27	Post autor	32	Post autor	31	Post autor	43
01/10/18	4	22/10/18	4	01/10/18	4	22/10/18	6
02/10/18	4	23/10/18	5	02/10/18	7	23/10/18	5
03/10/18	3	24/10/18	3	03/10/18	4	24/10/18	3
04/10/18	4	25/10/18	5	04/10/18	5	25/10/18	7
05/10/18	5	26/10/18	4	05/10/18	5	26/10/18	4
06/10/18	1	27/10/18	5	06/10/18	1	27/10/18	13
07/10/18	2	28/10/18	1	07/10/18	1	28/10/18	2
08/10/18	4	29/10/18	5	08/10/18	4	29/10/18	3

Fonte: Pesquisa CPCT/banco de dados 2018.

No Facebook, as datas de maior publicação chegaram ao número de cinco postagens em ambos os períodos, chama atenção a ação contida que a Agência Pública manteve nessa rede, mesmo em período tão conturbado e polêmico quanto o das eleições. Fato que revela não ser este o espaço que o arranjo jornalístico privilegia em sua produção jornalística.

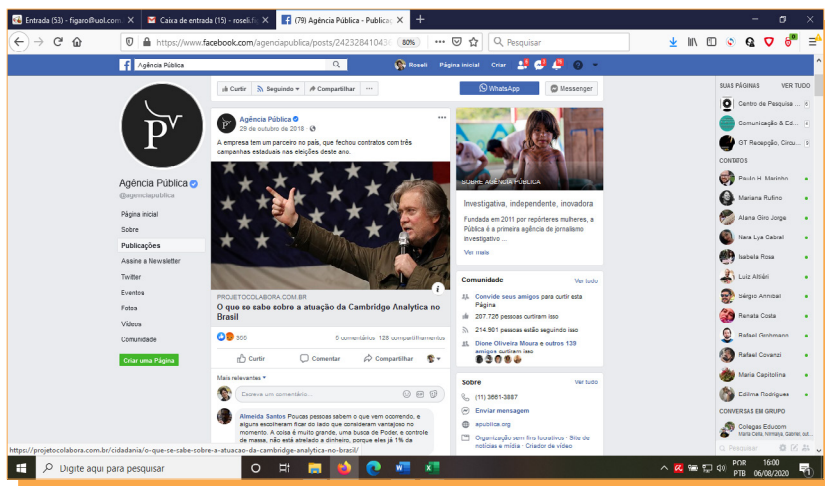
Podemos analisar as cinco postagens do dia 5/10/2018 para termos dimensão do que se publica e os temas priorizados.

2018-10-05 08:44:50	INÉDITO. Levantamento da Pública mostra que dos 3,3 milhões de títulos anulados pelo TSE mais de 1 milhão foi em municípios pequenos com 25% da população em situação de pobreza.
2018-10-05 11:29:32	Fake news sobre urnas eletrônicas. O Brasil não é o único a adotar o sistema: em países como Canadá, a Índia e em alguns estados norte-americanos também é assim.
2018-10-05 16:15:16	Falso! Jair Messias Bolsonaro usou documento com teses internas de vertentes do Partido dos Trabalhadores para dizer que Fernando Haddad quer desmilitarizar polícias e revogar Lei da Anistia.
2018-10-05 18:04:15	Errou, Geraldo Alckmin? Nem o Banco Mundial nem o FMI têm dados que comprovem que a oferta de crédito no Brasil é metade da chilena.
2018-10-05 20:00:01	Fernando Haddad acertou: encontramos nove países com índices de desigualdade semelhantes ao do Brasil, e em sete deles a violência é inferior à registrada aqui.

Fonte: pesquisa CPCT/ banco de dados 2018.

Três das postagens dizem respeito ao trabalho da A. Pública com o projeto Truco de checagem, que basicamente checou as declarações dos candidatos durante a campanha eleitoral, seja em declarações à imprensa ou em debates. Comparando com a tabela de matérias analisadas no site de a A. Pública, vê-se que o Facebook funciona como um espaço para repercutir o trabalho jornalístico publicado no site e em outras parcerias. O caráter informativo é preservado nas mensagens na forma de chamadas para a leitura completa que leva ao site.

No segundo período da coleta, em quatro dias observou-se a manutenção de cinco publicações por dia. A orientação manteve-se a mesma, ou seja, chamadas jornalísticas para conteúdos que estavam no site e eram produto de checagem de informações. Nos dois casos destacados, a produção para o Facebook não é nativa, funciona como circulação repercutida do site. No entanto, no dia 29/10, posterior aos resultados eleitorais, temos alguns posts que chamam a atenção para a violência contra a imprensa na campanha e remetem à participação da Cambridge Analytics no Brasil no processo eleitoral.



Fonte: Facebook de Agência Pública/ banco de dados CPCT/2018.

Dessa forma, o arranjo jornalístico repercute nas redes sociais seu trabalho de reportagem e também insere, por meio de chamada e denúncias, temas a serem debatidos na rede. Os comentários, que não foram objeto de nossa pesquisa, existem e assumem uma postura mais de repercutir a contribuição da Agência Pública. No post acima ilustrado, por exemplo, houve cinco comentários e 128 compartilhamentos. É um fluxo pequeno para a lógica de monetização e espetacularização do Facebook, mas é significativa por tratar-se de um arranjo alternativo com compromisso de reportar jornalisticamente os fatos da campanha, sem o interesse pautado pelo clique.

No Twitter, o regime de publicação é muito equilibrado. A média de postagens reflete um trabalho conjugado com outras mídias, mas pertinente ao mídiuim visto ser este um meio mais usado entre jornalistas. Mesmo que o tema da eleição tenha sido pautado, ele o foi sempre no contexto ou de uma checagem, ou de uma notícia de um fato objetivo ou de uma denúncia. O exemplo que segue é do tuíte do dia 2/10, dia de maior publicação no período.

“O voto de cabresto de cara nova: candidatos oferecem dinheiro para quem contribui com campanha em comunidade pobre em Recife. “Pegam o título, o povo fica com medo e vota mesmo. Eles dizem que vão olhar quantos votos tiveram na área.” <https://t.co/44uRoOg0IP>” (A. Pública, tuíte do dia 2/10/2018.

A notícia é enunciada na forma de denúncia e traz ainda a fala de uma fonte. No espaço de 259 caracteres foi pautado um tema da maior relevância para a lisura do processo eleitoral. Temas como este receberam pouco ou nenhum destaque na mídia hegemônica.

As postagens de A Pública no dia 2/10/2018 também noticiam seus repórteres ganhadores do Prêmio Wladimir Herzog. Assunto não reportado na página do Facebook nesta data. O que denota, talvez, uma estratégia editorial diferente para cada rede.

Dessa forma, a linha editorial da Agência Pública e seu compromisso com o jornalismo de reportagem foram mantidos nas redes sociais.

B9

(<https://www.b9.com.br/>)

O site do arranjo B9 é de fácil navegação e apresenta um design organizado, com cores diferentes para cada editoria ou sessão temática do site e com a mesma fonte para títulos independentemente da sessão temática, variando apenas em tamanho, o que pode ser tomado como um elemento de diferenciação valorativo e hierarquizante, sendo as chamadas mais importantes aquelas cujos títulos são maiores.

A disposição dos conteúdos na primeira página do site (imagens e textos) é feita em quadrados, criando assim blocos gráficos que podem soar monótonos para adeptos de um design mais arrojado, porém garantem uma padronização para a disposição dos conteúdos. A opção por esse tipo de design pode ser estratégica na ausência de um designer profissional responsável pelo desenho do site. Dessa forma, cada profissional do arranjo pode, ao tomar conhecimento das ferramentas e do modelo gráfico do site, fazer o desenho das páginas das matérias de modo independente, sem a necessidade de um designer.

Essa possibilidade estratégica parece fazer sentido à medida que observamos o layout das páginas das notícias, todas muito semelhantes. Elas sempre iniciam com uma imagem (foto, ilustração ou montagem) no formato horizontal que antecede o título da matéria. Os títulos têm entre duas a três linhas e a matéria é verticalizada, ou seja, sua leitura se dá de modo gradativo ao rolamento da página web, forma de leitura essa prevalente no jornalismo praticado na internet.

O site está dividido em oito categorias fixas, denominadas pelo arranjo de canais: Criatividade, Cultura, Social Media, Tech, Transporte, Brasil e Podcast. Em 2020, ele apresenta ainda duas categorias que podemos considerar sazonais, Cannes lion e SXSW 2020, ambas resultados de parcerias com outras organizações de mídia, respectivamente Globosat e canal AXN^o. Essas categorias funcionam como indexadores temáticos internos do site e são usadas em todas as matérias, aparecendo antes do título, caracterizando assim o que no jornalismo impresso se convencionou chamar de cartola, retranca ou chapéu.

As páginas das matérias também contam com hashtags ao final de cada notícia ou reportagem. Elas também funcionam como marcadores da memória do site, possibilitando assim a navegação do leitor pelo arquivo digital de conteúdos do arranjo. Essa memória se completa com o espaço de busca do site. A busca é realizada de forma simples, por meio da digitação de uma ou mais palavras, sem a opção de refinamento por período de tempo ou sessão temática. Ela retorna resultados de conteúdos do site (notícias e podcasts) organizados do mais recente ao mais antigo, o que facilita o encontro da informação ou conteúdo desejado.

O site obedece a uma lógica de disposição de conteúdos que vai dos mais recentes aos mais antigos e reserva espaço para as notícias mais lidas, assim como para comentários em cada página de notícias. A primeira página do site, assim como as páginas internas, apresenta banners de anúncios e link para a assinatura da newsletter do B9.

Durante o período analisado, antes do primeiro turno eleitoral (de 01 de outubro de 2018 a 08 de outubro de 2018), o arranjo publicou 49 matérias. Os dias com o maior volume noticioso durante esse intervalo de coleta foram 01, 04 e 05 e 8 de outubro, com 8 matérias publicadas em cada dia. Já no período de coleta que antecedeu o segundo turno (de 22 a 29 de outubro de 2018), foram publicadas 42 matérias, sendo os dias 22 e 29 de outubro os que apresentaram maior intensidade de publicações, com 8 e 5 matérias respectivamente. O regime de publicação do B9 nos períodos de coleta apresenta 91 matérias, o que denota certo equilíbrio entre a média de publicações, apesar de não se poder afirmar a existência de uma periodicidade fixa a exemplo de publicações impressas, mas há uma consistência produtiva, que pode ser observada no gráfico abaixo.

Quadro 1: Matérias publicadas no site B9 em 04/10/2018

TÍTULO DAS MATERIAS	AUTORIA	GÊNERO	INSTÂNCIA DE SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Chanchada, giallo, scream queen e mais de uma centena de termos de cinema são adicionados ao Dicionário de Oxford	Pedro Strazza	Notícia	CinemaVerbetes. Dicionário Oxford	Verbetes do Dicionário Oxford	Há uma foto sem legenda e dois links no final da matéria para os verbetes mencionados na notícia e para a página do Dicionário Oxford	Não há comentários. Usa as tags: #chanchada #Cinema #dicionário #Dicionário de Inglês de Oxford #giallo #kubrickiano #lynchiano #Oxford #terminologia #termos. Há links para compartilhamento via Facebook, twitter, linkedin, whatsapp e e-mail
A Irrelevância da TV	B9	Podcast Opinião	Televisão. Mídia audiência e política		Conteúdo em áudio com breve resumo em texto. Links para plataformas onde se pode ouvir o podcast/ links para os perfis dos apresentadores em redes sociais/ links para plataformas de serviços para assinaturas do podcast	Não há comentário. Não trabalha com tag, mas com categorias de indexação interna do site: podcast/ braincast/ botões para ouvir o podcast em plataformas fora do site. Não há botões para o compartilhamento em redes sociais.
Firefox lança conjunto de ferramentas para combater às fake news	Soraia Alves	Notícia	Internet/ Fake News	Notícia baseada em informações da empresa Mozilla Firefox. Pela ausência de entrevistados, subentende-se que foi realizada com base em release ou conteúdo informativo dos canais da própria empresa	Foto sem legenda/ Links externos/Indexação interna a partir da categoria Social Media.	Sem comentários. Uso de tags: #facebook #Facebook Container #Facebook Political Ad Collector #fake news #ferramentas #Firefox #mozilla. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

Corinthians, Flamengo, Palmeiras, São Paulo e Crêmio são times brasileiros que mais crescem nas redes sociais	Soraia Alves	Notícia	Ran-king/ Rede-Social/ Times de futebol	Pesquisa Ibope	Foto sem legenda/ Links externos/Indexação interna a partir da categoria Social Media. Tabela com o ranking de times brasileiros com mais seguidores em diferentes redes sociais.	Sem comentários. Uso de tags: #clubes brasileiros #corinthians #flamengo #futebol #gremio #palmeiras #redes sociais #são paulo. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Instagram pega emprestado o QR Code do Snapchat em novo recurso do Stories	Pedro Strazza	Notícia	Novo recurso do Instagram/ Atualização/ comparação Snapchat	Site Mashable que já tinha noticiado o fato	Ilustração sem legenda ou crédito. Links externos para outras publicações sobre o tema. Indexação interna pela categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #ferramenta #instagram #nametag #tag de nome. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Netflix consome 15% do tráfego global de internet, afirma relatório	Soraia Alves	Notícia	Internet. Netflix. Tráfego de banda larga	Relatório de pesquisa “The Global Internet Phenomena Report”, da empresa de gerenciamento de banda larga Sandvine	Foto sem legenda. Apenas um link externo para o relatório. Indexação interna pela categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #internet #Netflix #redes sociais #tráfego #web. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Saiu o trailer de “The Mule”, o “Breaking Bad” de Clint Eastwood	Pedro Strazza	Notícia	Lançamento do novo filme do diretor Clint Eastwood	Informações do estúdio Warner Bros,	Foto sem legenda. Sem hipertinks. Vídeo com trailer do filme. Indexação interna pela categoria Cultura.	Apenas um comentário. Uso das tags #Bradley Cooper #Cinema #clint eastwood #The Mule #trailer #Warner Bros. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

<p>“Turma da Mônica” lança app com acervo de gibis lançados desde 1950</p>	<p>Soraia Alves</p>	<p>Notícia</p>	<p>Acervo de gibis/ Turma da Mônica</p>	<p>Informações de Monica Sousa, diretora executiva da Maurício de Sousa Produções.</p>	<p>Ilustrações sem legenda/Sem hipertinks/ Indexação interna pelas categorias Brasil e Social Media</p>	<p>Sem comentários. Uso das tags #acervo #aplicativo #app #Banca da Mônica #HQ #Maurício de Sousa Produções #Turma da Mônica. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail</p>
--	---------------------	----------------	---	--	---	---

Observando os títulos das matérias, pode-se perceber que o tema Eleições está ausente deles. Os dados disponíveis na coluna instância de seleção/tema corroboram essa observação, pois as publicações aqui destacadas versam sobre eventos e produtos midiáticos e tecnológicos. A maioria dos acontecimentos destacados pelo B9 neste dia enquadram-se no gênero notícia, sobretudo, por tratarem de fatos atuais, mas sem um maior aprofundamento, restringindo-se ao uso de apenas uma fonte de informação em cada notícia. Muitas das fontes selecionadas pelo arranjo podem ser consideradas oficiais, pois restringem-se a empresas ou instituições diretamente interessadas na divulgação de suas ações. É interessante destacar que quando o B9 não recorre às fontes oficiais, ele recorre a outros trabalhos jornalísticos, sobretudo de sites e revistas internacionais, como fontes primárias de informações.

Esses conteúdos baseados em outras reportagens e/ou notícias não se tratam de republicações, pois para isso, seria necessária uma identificação no próprio corpo da notícia de que o material ali veiculado tinha sido produzido por terceiros. A assinatura do repórter do arranjo é um forte indício de que não estamos diante de uma republicação, e a referência direta ao veículo que publicou a matéria antes e os links dispostos no texto, possibilitando ao leitor o consumo do conteúdo sobre o qual ele se baseia, é uma estratégia de transparência e ética que merece ser destacada. Percebe-se, portanto, que os jornalistas do B9 atuam mais como curadores de informações do que como repórteres no sentido clássico do termo, pois monitoram acontecimentos e notícias relativas ao universo editorial de seu interesse.

A prevalência da curadoria em detrimento da reportagem, por exemplo, pode ser compreendida tanto como uma escolha editorial do arranjo, quanto como uma limitação das suas condições de produção. A autoria dos conteúdos dá pistas sobre a força produtiva empregada para a manutenção do volume de publicações diárias. A intercalação de dois jornalistas assinando os conteúdos veiculados no dia 04/10/2018 mostra que para manter um volume de matérias factuais, o arranjo precisa investir em curadoria dos temas de seu universo editorial do que em conteúdos mais elaborados que iriam requerer mais tempo para produção e uma veiculação descolada do imediatismo.

O investimento maior de tempo e produção fica destinado aos podcasts, formatos sonoros que se expandem nas plataformas online e caracterizam-se, principalmente, pelo teor opinativo. Diferente das notícias em que se tem a prevalência de fontes oficiais, nos podcasts do B9 predominam como fontes os especialistas, sujeitos com conhecimentos reconhecidos sobre um tema específico que são convidados a debater sobre ele por cerca de uma hora. Também como diferencial dos podcasts está a multiplicidade de fontes/especialistas, o que não se verifica nas notícias.

Deve-se ressaltar que os podcasts são patrocinados, ou seja, contam com anunciantes fixos, como o banco Bradesco. Essa vinculação direta a um agente comercial pode justificar o empenho em realizar um conteúdo jornalístico mais denso que não se restringe à singularidade das notícias e tenta, por meio dos especialistas, abarcar a particularidade dos acontecimentos. Além disso, essa percepção nos mostra o entrelaçamento no B9 entre os gêneros jornalísticos e a instância de seleção das fontes.

Nas notícias, pode-se reconhecer um esforço de encaminhamento para a particularidade dos fenômenos noticiados por meio dos hiperlinks dispostos ao longo das matérias. Eles podem conduzir o leitor a outros conteúdos informativos (jornalísticos ou não) que possibilitem ao leitor relacionar a singularidade da notícia com a particularidade do fenômeno noticiado no mundo social. Apesar de os links externos serem pontos de fuga do leitor, que pode se emaranhar em outras informações e não retornar para o site do arranjo, sua disposição ao longo do texto é uma forma de possibilitar mais uma camada de leitura abaixo da que está na superfície da notícia.

Ainda em se tratando da instância de composição, o movimento descrito acima do singular em direção ao particular também poderia ser construído no texto online por meio do acréscimo de elementos multimídia. Contudo, é pouca a variedade de formatos e de linguagens nas notícias do B9. E, quando o vídeo, por exemplo, é usado como recurso informativo, ele tem mais um valor de reiteração da informação, quase de redundância, do que de expansão do sentido informativo rumo a uma compreensão particular do fato noticiado. Isso se dá porque os vídeos publicados pelo arranjo no período analisado não são produções jornalísticas realizadas pelos profissionais do B9, mas sim material de divulgação cedido pelas marcas/empresas, que atendem a outros interesses comunicacionais e não aos interesses jornalísticos.

A instância de circulação/interatividade também não realiza sua potencialidade latente, pois no conjunto de notícias aqui analisadas registrou-se apenas um único comentário visível no próprio site.

Quadro 2: matérias publicadas no site B9 nos dias 22 e 25 de outubro de 2018.

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	GÊNERO	INSTÂNCIA DE SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Após denúncias, a maior rede de apoio a Jair Bolsonaro no Facebook é excluída da plataforma	Pedro Strazza	Notícia	Bolsonaro/ Facebook/ CANCELAMENTO/ Perfis de apoiadores	Facebook e jornal O Estado de São Paulo	Foto sem legenda. Três links externos que direcionam para a reportagem publicada pelo Estadão e indexação interna baseada nas categorias Brasil e Social Media	sem comentários. Uso das tags: #Eleições 2018 #Emanuel Fernandes #estadao #facebook #Jair Bolsonaro #PSL #RFA #Thais Raposo. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Com músicas exclusivas de Lulu Santos, Itaipava antecipa o lançamento de sua campanha de verão	Soraia Alves	Notícia	Itaipava, campanha publicitária, verão, Lulu Santos	Cerente de propaganda da Itaipava	Vídeo promocional da marca de cerveja. Sem links externos e indexação interna pelas categorias Brasil e criatividade.	Sem comentários. Uso das tags: Com músicas exclusivas de Lulu Santos, Itaipava antecipa o lançamento de sua campanha de verão. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

Disney e Beats lançam collab com fonos inspirados no Mickey	Soraia Alves	Notícia	Lançamento fonos de ouvido da Disney/comemoração 90 anos do Mickey	Beats by Dr. Dre, empresa de produtos musicais e de áudio	Foto sem legenda do produto. vídeo promocional/ Sem links externos/indexação interna pela categoria criatividade	Sem comentários e uso das tags: #beats #Beats by Dr. Dre #Disney #fonos #mickey #Mickey 90 anos #Mickey Mouse #walt disney. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Facebook negocia compra de uma empresa de segurança cibernética	Soraia Alves	Notícia	Rumor sobre a possibilidade de o Facebook comprar empresa de segurança cibernética	Baseada em matéria publicada pelo The Information, site especializado em coberturas de tecnologia.	Foto sem legenda. Um único link para a matéria do The Information ⁹ indexação interna pela categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #dados #facebook #segurança #segurança cibernética #usuários #vazamento de dados. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Cuillermo del Toro revive sua animação de "Pinóquio" na Netflix	Matheus Fiore	Notícia	Diretor de cinema Guillermo Del Toro irá produzir e dirigir filme Pinóquio, para Netflix	Noticia baseada em matéria veiculada pelos sites Variety e IndieWire	Montagem de fotos sem legenda. links externos para as matéria da IndieWire e Variety, e indexação interna pela categoria Cultura.	Sem comentários e uso das tags: #guillermo del toro #netflix #pinoquio. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Instagram ultrapassa Snapchat como aplicativo mais usado pelos jovens nos Estados Unidos	Soraia Alves	Notícia	Pesquisa mostrou que Instagram superou Snapchat na preferência de adolescentes norte-americanos	Baseada em informações sobre a divulgação do relatório anual "Taking Stock With Teen", do banco de investimentos Piper Jaffray	Ilustração sem legenda. Link no corpo da matéria para outra notícia do B9 e indexação interna pela categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #adolescentes #app #instagram #Piper Jaffray #rede social #snapchat. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

Spotify está testando nova timeline que promove novidades dentro da plataforma	Matheus Fiore	Notícia	Notícia sobre uma atualização do Spotify	Baseada em informações do site The Verge	Montagem de imagens sem legenda. Link externo para o site The Verge e indexação interna pela categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #spotify #streaming #timeline. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Twitter demitiu em 2015 funcionário acusado de ser espião do governo da Arábia Saudita (e só sabemos disso agora)	Soraia Alves	Notícia	Demissão de um trabalhador do twitter acusado de ser espião da Arábia Saudita.	Reportagem do The New York Times	Montagem de imagens sem legenda. Sem links externos e indexação interna pela categoria Social Media	Sem comentários. Uso das tags: #Ali Al-zabarah #Arábia Saudita #Espionagem #Twitter #vazamento de dados. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
As pessoas estão se fantasiando de obra destruída do Banksy para o Halloween	soraia Alves	Notícia	Pessoas fazem fantasias de Halloween inspiradas na performance artística de Banksy	Postagens de usuários nas redes sociais	Fotos e reproduções das redes sociais sem legenda. Vídeo que está indisponível. Não há links externos e a indexação interna é por meio das categorias criatividade e cultura	Sem comentários. Uso das tags: #banksy #fantasia #Girl With Balloon #halloween #meme #Obra. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Braincast 292 – Hayao Miyazaki	Pedro Strazza e Ju Wal-lauer	opinião	conversa com Fábio Yabu e Livia Santos sobre a vida e obra de um dos mestres da animação japonesa, seus filmes favoritos do diretor e o que define seu cinema como tão especial.	Os convidados são quadrinistas e conhecedores da obra do artista,	conteúdo em áudio com breve resumo em texto. Links para plataformas onde se pode ouvir o podcast/ links para os perfis dos apresentadores em redes sociais/ links para plataformas de serviços para assinaturas do podcast	Não há comentário. Não trabalha com tag, mas com categorias de indexação interna do site: podcast/ braincast/ botões para ouvir o podcast em plataformas fora do site. Não há botões para o compartilhamento em redes sociais.

Caixa de Histórias 151 – O Livro do Cemitério	Paulo Carvalho	Pod-cast/ Resenha literária	Leitura de um trecho da obra “O livro do cemitério” e comentários do realizador	Obra o Livro do Cemitério	conteúdo em áudio com breve resumo em texto. Links para plataformas onde se pode ouvir o podcast/ links para plataformas de serviços para apoiar financeiramente o podcast. Links para outros episódios do podcast. Links para perfis nas redes sociais do podcast. Links para audiobooks. Links para músicas usadas como BG no podcast.	Não há comentário. Não trabalha com tag, mas com categorias de indexação interna do site: podcast/caixa de histórias/ botões para ouvir o podcast em plataformas fora do site. Não há botões para o compartilhamento em redes sociais.
Em favor da democracia e contra a opressão, publicitários lançam manifesto em apoio a Fernando Haddad	Pedro Strazza	Notícia	Notícia sobre uma manifesto da classe publicitária a favor da candidatura de Haddad	A principal fonte é o próprio manifesto com reprodução de trechos do documento	Foto sem legenda. Link externo para o manifesto. Indexação interna com as categorias Brasil e Criatividade.	Não há comentários. Uso das tags: #Democracia #Eleições 2018 #Fernando Haddad #manifesto #Publicidade. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Netflix cria a Loira do Spoiler para celebrar (e aterrorizar) o Halloween	Pedro Strazza	Notícia	Notícia sobre ação de interatividade com o público da Netflix em razão do Halloween	Informações da Netflix e de arquivo do próprio arranjo	Vídeo promocional da Netflix. Links internos para outras notícias do próprio site sobre ações promocionais da Netflix. Link externo para o perfil no Instagram da loira do spoiler.	Sem comentários. Uso das tags; #instagram #Loira do Banheiro #Loira do Spoiler #netflix #spoiler. Indexação interna do site pelas categorias Criatividade e Social Media. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

O VR, o storytelling e as possibilidades de criação artística	Fábio Rofnik (B9 em parceria com Hyper virtual Festival)	Entrevista ping-pong	Entrevista sobre o mercado e a produção de conteúdo de realidade virtual e aumentada, filmes 360VR e games imersivos	participantes dos painéis do Hyper Festival 2018. Marcelo Sarkis e Eduardo Acquarone, da TV Clobber, e Simone Kliass, pesquisadora e locutora	Foto sem legenda. Três Links externos para produções em VR ou filmes 360. Indexação interna pela categoria Publiciditorial	Sem comentários. Uso das tags: #ebac #Eduardo Acquarone #entrevista #Clobber #Hyper VR Festival #Marcelo Sarkis #Simone Kliass #VR. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Twitter tem segundo trimestre consecutivo de quedas e perde 9 milhões de usuários por causa do controle de bots	Soraia Alves	Notícia	Notícia sobre queda no número de usuários do Twitter	O próprio Twitter por meio de um comunicado público	Foto sem legenda. Print de um gráfico mostrando a perda de usuários da rede postado por uma jornalista de dados no próprio twitter. Links internos para outras notícias sobre perdas de usuários do Twitter. Indexação do site por meio da categoria Social Media.	Sem comentários. Uso das tags: #bots #números #queda #relatório #robôs #usuários #Twitter. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail
Usaram inteligência artificial para criar um estimulador de sexo oral (e com 10 modos diferentes!)	Soraia Alves	Notícia	Notícia sobre criação de um dispositivo sexual movido a inteligência artificial	Brian Sloan, criador do dispositivo	Vídeo de divulgação. Sem links internos ou externo. Indexação pelas categorias criatividade e Tech.	Sem comentários. Uso das tags: #Autoblow #inteligência artificial #sexo oral. Botões de compartilhamento para as redes twitter, facebook, linkedin, whatsapp e e-mail

Na semana que antecedeu o segundo turno eleitoral, o regime de publicações do arranjo diminuiu um pouco, contudo, foi nesse período que pudemos identificar uma notícia relacionada à disputa eleitoral. No dia 22 de outubro, o B9 veiculou uma notícia sobre o cancelamento de perfis pró-Bolsonaro pelo Facebook. O texto informava que a rede social havia bloqueado contas com milhares de seguidores por perceber desacordo com as políticas de autenticidade.

dade da plataforma. A notícia ancorou-se em uma reportagem investigativa realizada pelo jornal O Estado de São Paulo. Portanto, tratava-se de mais um conteúdo resultado do trabalho de curadoria do arranjo. Procedimento editorial semelhante acontece com a campanha a presidente de Fernando Haddad. No dia 25/10, o B9 noticia a publicação de um abaixo assinado de publicitários em defesa de Haddad e da democracia. A fonte é o texto do abaixo assinado, com citação de trechos do mesmo.

Dado o repertório de notícias veiculadas na semana que antecedeu o primeiro turno e o próprio conjunto de publicações noticiadas nos dias 22 e 25, é possível depreender que a instância de seleção operou, no caso da matéria destacada do dia 22/10, tendo como foco a rede social e não a disputa eleitoral. E no caso da matéria de 25/10, o gancho para a sua existência é a posição dos publicitários, público com o qual certamente há interlocução. O pleito atravessou-se assim na cobertura convencional do veículo, não podendo ser ignorado. Contudo, ele é tratado de forma singular no próprio site, o aprofundamento ou a contextualização, que caracterizam uma abordagem mais particular do fato social, foram deixadas na forma dos links externos que conduzem o leitor para a reportagem do Estadão tomada como fonte primária da notícia no B9, e para outra reportagem também do Estadão sobre a presença de seguidores de Bolsonaro nas redes sociais; e no caso, do dia 25/10, link para o abaixo-assinado.

Ao deixar a contextualização temática para outro enunciador, o arranjo se exime de posicionamentos políticos e reitera os valores positivistas do jornalismo de objetividade e neutralidade. Essa postura de distanciamento do tema político de maior evidência no momento fica visível na instância de seleção temática que legitima a presença do B9 no Núcleo 4 dos arranjos estudados na primeira fase da pesquisa. Esse grupamento abarca arranjos que apresentam em suas autodeclarações um critério jornalístico e a definição de empreendedores/inovadores. O B9 enquadra-se assim no subgrupo que pratica jornalismo como empreendedorismo empresarial.

Essa faceta editorial orienta, portanto, a seleção de temas e assuntos que tratam do universo comercial sob uma perspectiva atraente para os consumidores, sobretudo aqueles que consomem tecnologias e entretenimento. A faceta de cidadania do leitor, que poderia ser evocada com notícias sobre a disputa eleitoral, não encontra espaço nas páginas do arranjo, o qual busca como interlocutor o

leitor/consumidor; o cliente. Essa percepção nos conduz a pensar que os valores que orientam a prática desse jornalismo empreendedor comercial não são os valores públicos do jornalismo como agente da democracia - tão incrustados na deontologia da profissão - mas sim valores privados, valores de mercado, do capitalismo. O arranjo encarna assim a feição de um jornalismo-empresa, parafraseando Dardot e Laval (2013), que fala sobre as empresas tentando atrair também as empresas para dentro do site, como anunciantes. Essa prática é muito disseminada entre agências e assessorias de comunicação.

O B9 nas redes sociais - Facebook

No Facebook, os dias com maior volume de publicações próprias do B9 foram 03/10/18 e 22 e 23/10/18, respectivamente no primeiro e no segundo turno das eleições, conforme a Tabela 1. Na semana que antecedeu o primeiro turno, apenas duas publicações feitas no Facebook tinham como tema (secundário) as eleições. Uma delas era a divulgação de uma ação de marketing de uma empresa de fastfood que servia lanches sem recheio para pessoas que declaravam que votariam branco ou nulo e a outra era um podcast sobre o eleitor brasileiro. No dia de maior veiculação nada do que foi postado se referia à eleição, mas a assuntos aderentes ao seu propósito que é divulgar “criatividade e inovação” nos ramos “da comunicação, da cultura e da mídia”.

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da B9, 03/10/2018.

Na imagem acima percebe-se que há um texto original sobre a imagem de divulgação de um filme e a indicação do autor da matéria veiculada no site, para onde o leitor é redirecionado ao clicar na foto, o que caracteriza a estratégia de postagem em rede que gera tráfego para o site, principal mídia de divulgação do arranjo.

No entanto, não percebemos conteúdos produzidos especificamente para essa rede social, ela funciona mais como um canal de divulgação do conteúdo produzido no site do B9. Também não é possível especificar um regime de publicação que indique um volume de postagens regular por dia; as publicações ocorrem quase todos os dias, mas em quantidades distintas sem que se reconheça uma razão para isso.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook da B9

FACEBOOK B9			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	50	POST PRÓPRIOS	48
01/10/18	8	22/10/18	9
02/10/18	6	23/10/18	9
03/10/18	10	24/10/18	8
04/10/18	9	25/10/18	7
05/10/18	8	26/10/18	8
06/10/18	0	27/10/18	2
07/10/18	1	28/10/18	1
08/10/18	8	29/10/18	4

Fonte: Pesquisa CPCT/ 2018.

Ao observarmos os horários de publicações, percebemos que o arranjo busca, nos dias com maior volume de postagens (no 1º turno, em 5 dos 8 dias analisados as postagens foram iguais ou superiores a 8. No 2º turno foram 4 dias com esse volume, inserir seus conteúdos na rede social a cada hora, sendo que a primeira é feita em torno das 9h e a última em torno das 18h. Apenas ocasionalmente esse horário é extrapolado. Isso indica também o regime de trabalho das pessoas que atuam no B9 que, a princípio, seguem o horário comercial.

A semana que antecedeu as eleições manteve um padrão semelhante ao que foi produzido na que antecedeu o primeiro turno, mas os assuntos abordados versaram mais sobre tecnologia e cultura pop e também com apenas dois posts abordando tangencialmente as eleições.

O B9 nas redes sociais - Twitter

No Twitter, o arranjo tem uma presença muito intensa com uma média superior a mais de um tuíte por hora ao longo das duas semanas analisadas. Na semana que antecedeu o 1º turno, foram 180 postagens e o pico no dia 05/10/18 com 34 tuítes. Na semana que antecedeu o 2º turno, foram 233 tuítes e o pico no dia 22/10/18 com 33 publicações. (Figura 1)

Tabela 2: Regime de publicações no Twitter da B9

TWITTER B9			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	180	POST PRÓPRIOS	233
01/10/18	31	22/10/18	33
02/10/18	28	23/10/18	29
03/10/18	32	24/10/18	31
04/10/18	31	25/10/18	30
05/10/18	34	26/10/18	32
06/10/18	24	27/10/18	25
07/10/18	x33	28/10/18	25
08/10/18	x	29/10/18	28

Fonte: Pesquisa CPCT/2018.

Adota-se no Facebook e no Twitter a estratégia de publicação em rede, remetendo ao conteúdo do site e não veiculam conteúdo exclusivo, ou seja, são usadas para divulgar a produção do site. A forma de divulgação dos conteúdos, no entanto, é distinta. Enquanto no Facebook há um texto de apresentação do conteúdo que aparece no site, no Twitter o que ocorre é apenas a reprodução do título da matéria do site com o link para ela.

Figura 2: Post veiculado diretamente no Twitter

33 A marcação em x indica que não há registros nesse dia, fato que pode evidenciar falhas na coleta do material pela ferramenta Netlytic e que infelizmente não foi possível confirmar se houve ou não publicação nesses dias.



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter da B9, 05/10/2018.

Neste tuíte há uma alusão indireta ao período eleitoral por conta da forma como uma campanha publicitária resolveu abordar o assunto, em um exemplo semelhante ao que ocorreu no primeiro turno com uma companhia de fastfood. Foi o mais próximo que a B9 chegou do assunto eleições gerais em suas publicações nas redes sociais. O texto do tuíte é a réplica exata do título da matéria veiculada no site do arranjo ao qual o leitor que clicar no link é remetido.

Central 3

(<http://www.central3.com.br/>)

O site do arranjo Central 3 organiza-se de modo horizontal, com blocos de conteúdos retangulares que se repetem na capa do site. O primeiro bloco é composto pelas chamadas das matérias mais atuais, as quais estão organizadas em fotos e títulos. A hierarquia dos assuntos é determinada pelo tamanho das fotos. Esse bloco de abertura é composto por três chamadas e é móvel, podendo mudar caso o usuário clique em uma seta que irá revelar mais três chamadas atuais e relevantes.

Descendo a barra de rolagem da primeira página do site, encontram-se mais chamadas organizadas com fotos quadradas, menores do que as imagens das chamadas principais, títulos e, em algumas, um texto de poucas linhas. Essa organização facilita a navegação dos usuários e a familiarização com os conteúdos. É importante lembrar que o Central 3 é um site e uma produtora de podcasts, portanto, esse formato de áudio predomina na produção do arranjo. As chamadas aqui descritas consistem, portanto, em manchetes para os podcasts que podem ser acessados também em uma aba do menu do site denominada “Podcasts”.

No menu, encontramos ainda as categorias “Redação”, “Arquivos”, “Sobre nós”, “TV” e “Contato”. As categorias são indexadores internos do site, contudo, nem sempre são usadas como links internos nas páginas dos episódios dos podcasts. Vale destacar que a categoria “Redação” congrega textos verbais escritos pelos colaboradores do Central 3, em sua maioria, artigos de opinião ou crônicas.

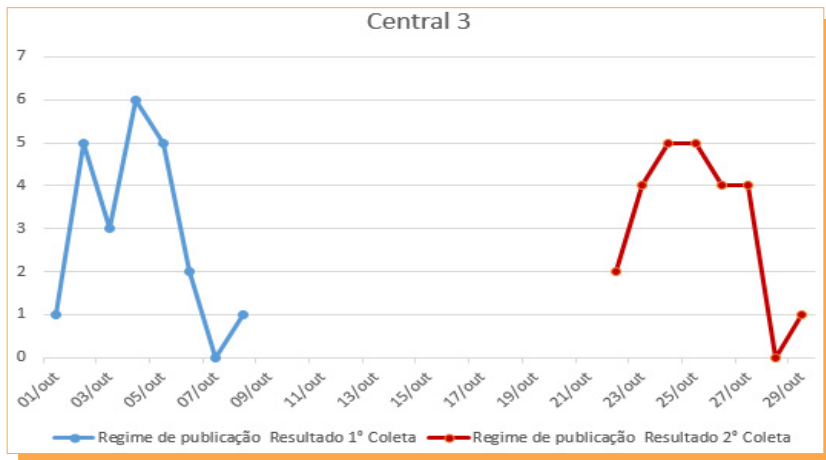
Na barra superior do site, onde estão dispostas as categorias, há ainda links para os perfis do Central 3 nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram e o espaço de busca do site. O acesso à memória do site se dá pela digitação de uma ou duas palavras. Ele retorna os resultados organizados do mais atual ao mais antigo, o que denota um ordenamento cronológico acessível. Outra forma de acessar a memória da produção do Central 3 é adentrar na aba “Podcasts”. Lá, há links para cada programa, identificados por meio do nome do programa e uma imagem específica. Nesta página, existe a grade de programação dos podcasts do arranjo, dividida em dias e horários de disponibilização dos arquivos de áudio no site e nas demais plataformas em que eles podem ser acessados.

Nesta mesma página, há ainda um menu com outras categorias temáticas que podem também orientar a busca por um conteúdo específico. Essas categorias são “Cultura”, “Esporte”, “Política” e “Lazer” e elas congregam todos os programas relacionados com essas temáticas e a grade de programação com data e hora da disponibilização dos podcasts no site e em outras plataformas digitais sonoras.

O site do Central 3 não apresenta anúncios publicitários, seja na primeira página do site ou nas páginas internas. Há apenas anúncios das campanhas de financiamento do arranjo.

Durante o período analisado, antes do primeiro turno eleitoral (de 01 de outubro de 2018 a 08 de outubro de 2018), o arranjo publicou 23 matérias. Os dias 02, 04 e 05 foram os que apresentaram o maior número de publicações, respectivamente, 05, 06 e 05 conteúdos. Já no período de coleta que antecedeu o segundo turno (de 22 a 29 de outubro de 2018), foram publicadas 25 matérias, com destaque para os dias 24 e 25 de outubro, que apresentaram o maior volume noticioso, com a veiculação de 05 conteúdos em cada dia. O regime de publicação do Central 3 durante o período analisado, antecedendo os dias de votação das eleições, contabiliza 48 publicações. Apesar de haver certo equilíbrio entre o número de produções se olharmos para os dois períodos, ao longo de cada uma das semanas, há a concentração de produções em dois ou três dias enquanto nos demais observa-se uma baixa produção informativa.

Gráfico 1: Regime de publicação do Central 3



Fonte: Pesquisa CPCT/ 2018

Apesar da frequência de publicações, o que se observa por meio da nuvem de palavras é a ausência de destaque para o tema eleitoral durante a semana que antecedeu o primeiro turno das eleições.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana que antecede o primeiro turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Central 3.

Quadro 1: Matérias publicadas no site Central 3 em 02 e 04 de outubro

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DE SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
It's Time #97	Bruno Sader, Alexandre Matos e Diego Tintin	não	Podcast	esporte/ lutas	os próprios jornalistas apresentadores e debatedores/ matérias de outros veículos	não há links externos/ há link interno para outros podcasts do It's Time/não há fotos/ há texto verbal e podcast de áudio/ há posts relacionados	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Judão #137 Se o Brasil acaba domingo... Foi legal!	Thiago Borbolla; Beatriz Fiorotto	não	Podcast	cultura pop/eleições	Os próprios apresentadores e o ator, diretor e artista plástico Fernando Gomes	não há links externos nem internos. Não há fotos. Há textos e arquivo de áudio./ Há posts relacionados	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Lado B do RJ: Transformação social e poder democrático	Alcísio	não	Podcast	Democracia/ transformação social/ política/ eleições	Diversos realizadores de podcast debatendo o tema e identificados politicamente como de esquerda	não há links externos/ há link interno para outros episódios do Lado B do Rio./ Não há fotos, mas texto e áudio. Há links internos para posts relacionados também.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Mesa Oval #125	Virgílio Neto; Diego Monteiro e Alê Ferrer, Victor Ramalho	não	Podcast/ entrevista	rugby/ trajetória/ jogador	Pedro Bengaló	não há links externos/ há link interno para outros episódios do Mesa Oval./ Não há fotos, mas texto e áudio. Há links internos para posts relacionados também.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags

Thunder #208 Luiza Lian e Mancha	Luiz Thunderbird	não	Podcast/ Talk Show	música independente/ cultura pop	músicos independentes Luiza Lian e Mancha	não há links externos./ há link interno para outros episódios do Thunderbird Radio Show. Não há fotos, mas texto e áudio. Há links internos para posts relacionados	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Amigos Mudam	Gil Luiz Mendes	não	Crônica	nostalgia/ amizade/ eleições	não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links internos nem externos.Há uma foto sem legenda e não há conteúdo multimídia. Há um indexador interno: "redação" e há posts relacionados	não há comentários/ não há botões de compartilhamento na matéria para as redes sociais/ há hashtags: "amigos", "eleição", "gil luiz mendes", "whatsapp", "política"
Botão #160 Milan 2005-2007	Leandro lamin e Paulo Jr	não	podcast	história/ futebol	não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há link interno para outros episódios do Meu Time de Botão. Há outros post relacionados. Não há vídeos ou fotos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Bundesliga no Ar #39 Borussia líder!	Cerd Wenzel, Rodrigo Wenzel e Paulo Jr	não	podcast	futebol/ Alemanha	Notícias de publicações especializadas alemãs. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há link interno para outros episódios do Bundesliga. Há outros post relacionados. Não há vídeos ou fotos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Cine #116 10 Segundos para Vencer	Paulo Junior, Lucas Borges e Murilo Costa	não	podcast	cinema brasileiro	José Alvarenga Jr., diretor	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Central Cine Brasil. Há link interno para outros episódios do programa Central Cine Brasil. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags

Dibradoras #121 Cabi Zanotti	Roberta Nina e Renata Mendonça	não	podcast	futebol feminino	Cabi Zanotti, jogadora	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Dibradoras. Há link interno para outros episódios do programa Dibradoras. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Trivela #191 Libertadores e Caso CR7	Felipe Lobo, Bruno Bonsanti, Paulo Júnior e Leandro lamin	não	podcast	futebol; Copa Libertadores/ Cristiano Ronaldo	Notícias de publicações especializadas. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Trivela. Há link interno para outros episódios do programa Trivela. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags

Os títulos dos programas nos dão pistas sobre a abordagem do tema eleitoral. A maior parte dos títulos é composta pelo nome dos programas e uma frase que anuncia o teor da discussão: seja os nomes dos entrevistados ou o tema que será debatido. Nesse sentido, na seleção de produções aqui destacada temos dois podcasts que já trazem em seus títulos referências ao clima político-eleitoral brasileiro. São eles: “Judão #137 Se o Brasil acaba domingo... Foi legal!” e o “Lado B do RJ: Transformação social e poder democrático”. O primeiro não está indexado em nenhuma categoria do site, mas consiste em um produto do grupo “Asterisco”, um site de cultura pop no ar desde os anos 2000. O segundo está indexado em cultura e política, o que legitima a abordagem do tema. Os demais programas veiculados nesta semana versaram sobre cultura e esportes, com destaque para a temática esportiva, agregadora de muitos podcasts.

Além dos podcasts também foi veiculada nesta semana uma crônica em formato de texto cujo título “Amigos mudam” não dá uma dimensão completa do conteúdo que ela aborda, no caso, as amizades desfeitas no período eleitoral em razão da polarização política.

Todos os programas são originais, mesmo aqueles que são de outros sites ou arranjos e são produções realizadas pela produtora Central 3, o que é anunciado logo na abertura dos episódios, portanto, não configuram republicações. A maior parte dos programas é realizada por grupos de pessoas, apenas a crônica foi escrita por um único colaborador.

Na instância de seleção temática, temos a corroboração do que os títulos das matérias já mostraram, que apenas dois podcasts e a crônica trataram sobre o tema político-eleitoral, os demais programas dedicaram-se a futebol, esportes em geral, cinema e música.

A instância de seleção das fontes demonstra que as fontes predominantes nos podcasts são especialistas ou notícias de veículos especializados. Isso se justifica porque os podcasts tendem mais ao gênero opinativo, com a prevalência de debates, que acontecem por meio da exploração de cenários e desdobramentos de um fato ou evento em particular.

Os programas se aproximam mais da seara informativa quando os episódios giram em torno de entrevistas com personalidades de uma dada área. No caso do “Judão”, “Lado B do Rio” e da crônica, as três publicações que versaram sobre as eleições, temos como fontes, respectivamente: os próprios apresentadores e o entrevistado, ator, diretor e artista plástico Fernando Gomes; podcasters de esquerda e a memória relativa à história de vida do cronista.

Ou seja, o tema eleição foi central apenas na abordagem do podcast “Lado B do Rio”, que transmitiu um debate realizado em São Paulo com realizadores de podcasts que se identificam politicamente como de esquerda. No “Judão” e na crônica, o pleito de 2018 é tratado como um evento contextual que atravessa a singularidade da vida do cronista e da entrevista com a fonte, portanto, ele não é discutido em seus aspectos particulares e universais, o que ocorre na abordagem do “Lado B do Rio”.

O formato podcast, ao passo que possibilita a expansão do debate e da particularidade do fato em relevo em cada programa, limita a diversidade de estratégias da instância de composição. Observando as páginas do site em que esses programas estão dispostos, vemos a ausência do uso de links externos nos textos de apresentação dos episódios e o uso esporádico de links internos para a indexação temática do episódio na memória do site. Da mesma forma, é baixo

o uso de hashtags nas páginas de cada programa. Contudo, uma estratégia de composição adotada pelo próprio arranjo para a manutenção da audiência dentro do site é a sugestão de posts relacionados em cada página interna de episódio.

Nas três publicações destacadas, os podcasts “Judão” e “Lado B do Rio” e a crônica “Amigos mudam”, tem-se como estratégia de composição um link interno para outros episódios do “Lado B do Rio”, o uso do indexador interno “redação”, na página da crônica e a indicação de posts relacionados nas páginas das três publicações. A ausência de links externos, de tags e até mesmo dos indexadores temáticos internos do site compromete a exploração das potencialidades do ambiente web e da construção de um memória online por meio da hipertextualidade. Por outro lado, merece ser ressaltado o esforço para a construção de uma relação de interdiscursividade entre os conteúdos do site por meio do recurso “posts relacionados”. A relação que se estabelece entre os assuntos indicados pelo site pode servir ao aprofundamento, à diversidade de pontos de vista em torno de um tema ou assunto particular.

A instância de interatividade é menos explorada ainda que a de composição. Não foram registrados comentários em nenhuma das dez publicações, apenas a crônica recorre ao uso de hashtags e todas as páginas possuem botões para o compartilhamento de conteúdos nas redes sociais Facebook e Twitter e ainda via WhatsApp, Email e serviços SMS.

Quadro 2: matérias publicadas no site Central 3 nos dias 24 e 25 de outubro de 2013

TÍTULO DAS MATERIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DE SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Baião de Dois #129 Vamos Resistir	Cil Luiz Mendes; Mauricio Targino e Raul Holanda	não	podcast	futebol nordes-tino	Notícias de publicações especializadas, não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Baião de Dois. Há link interno para outros episódios do programa Baião de Dois. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ há hashtags “Brasileirão, Copa do Nordeste, CRB-AL, CSA-AL, Fortaleza, PodcastBR, Série B”.

O Som das Torcidas #148 Clássico é Clássico	Leandro Iamin e Matias Pinto	não	podcast	futebol/ torcedores/ arquibancada/ mundo	Notícias de publicações especializadas. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria O Som das torcidas. Há link interno para outros episódios do programa. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ há hashtags “Celtic, Colo Colo, Fenerbahçe, Galatasaray, Clagrow Rangers, Hinchadas, Hooligans, Nacional-URU, Newell’s Old Boys, Peñarol, PodcastBR, Rosario Central, Universidad de Chile”.
Playbook #38 One Year Wonder	Conrado Ciutiatti Custavo Faldon, Rafael Bellatini, Cacau e Ricardo Pincigher.	não	podcast	futebol americano	Notícias de publicações especializadas. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Playbook. Há link interno para outros episódios do programa. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags.
Thunder #211 Autoramas	Luiz Thunderbird e Leandro Iamin	não	Podcast/ Talk Show	música independente/ cultura pop	A banda Autoramas	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Thunder Radio Show. Há link interno para outros episódios do programa. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio. Há links para posts relacionados	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags.
ZAL #03 Cuerras Híbridas	Paulo Junior, Cauê Ameni e Hugo Albuquerque, Manuela Beloni e Guilherme Ziggy	não	Podcast	literatura independente	Igor Fuser, professor do curso de Relações Internacionais da Universidade Federal do ABC (UFABC) e Pedro Marin, autor do livro “Golpe é Guerra” (editora Baioneta).	não há links externos nem internos. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio. Há links para posts relacionados	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ há hashtags “autonomia, fascismo, golpe, Guerra, literatura, livros, política, zal”.

Botão #163 O Santos de 1958	Leandro lamin e Paulo Jr	não	podcast	futebol/história/pelé	não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há link interno para outros episódios do Meu Time de Botão por meio do indexador "Meu time de botão" Há outros posts relacionados. Não há vídeos ou fotos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Bundesliga no Ar #41 Borussia Dortmund voando	Paulo Junior e Cerd Wenzel	não	podcast	futebol alemão	Notícias de publicações especializadas alemãs. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há link interno para outros episódios do Bundesliga. Há outros post relacionados. Não há vídeos ou fotos, apenas texto e áudio.	não há comentários/ há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
Coitados	Gil Luiz Mendes	não	artigo opinativo	política/ minorias/ preconceito/ eleições	não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria "redação". Há outros post relacionados. Não há vídeo, apenas texto e foto sem legenda	Há apenas um comentário. há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ há hashtags "Cay, Gil Luiz Mendes, Mulher, Negro, Nordestino"
Dibradoras #123 Jéssica, do Rio Preto	Roberta Nina e Renata Mendonça	não	podcast	futebol feminino	Jéssica de Lima, a camisa 5 e volante do Rio Preto – equipe finalista do Brasileiro Feminino	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Dibradoras. Há link interno para outros episódios do programa Dibradoras. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio. Há posts relacionados	Há apenas um comentário. há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags

Trivela #194 Brasil x Argentina	Felipe Lobo, Bruno Bonsanti, Paulo Júnior e Leandro lamin	não	podcast	futebol; Copa Libertadores/ Campeonato brasileiro, Champions League.	Notícias de veículos especializados. não há fontes oficiais, especialistas ou testemunhas de um fato	não há links externos. Há indexação interna pela categoria Trivela. Há link interno para outros episódios do programa Trivela. Não há fotos e vídeos, apenas texto e áudio. Há posts relacionados	Não há comentário. há botões de compartilhamento para facebook, twitter, whatsapp, email e serviços sms/ não há hashtags
---------------------------------------	--	-----	---------	---	--	---	--

Os títulos das publicações que antecederam o segundo turno eleitoral indicam que o tema eleitoral ficou ausente dos debates dos podcasts do Central 3. No entanto, a análise da instância de seleção temática nos revela que a disputa presidencial foi debatida como um evento particular apenas no artigo opinativo intitulado “Coitados”. O fato de a nuvem de palavras referente a esse período trazer mais vocábulos relativos ao universo político se explica pelo fato de o software extrair apenas palavras de textos verbais, portanto, podemos concluir que os referentes que aparecem na nuvem foram diretamente extraídos do artigo de opinião aqui analisado e de outros textos possivelmente veiculados nesta semana. Caso fossemos realizar a transcrição dos conteúdos de áudios dos podcasts veiculados antes do primeiro e do segundo turnos e gerar uma nova nuvem de palavras, a expectativa é que obtivéssemos mais referentes relacionados à política e às eleições.

É possível ponderar também que ao longo dos 24 episódios de podcasts veiculados nesse período, as eleições e seus personagens possam ter atravessado as temáticas particulares de cada podcast, como pano de fundo histórico para os eventos sociais no Brasil. No entanto, a instância de seleção temática dos podcasts não nos ajuda a comprovar essa hipótese, pois apenas o artigo de opinião evidencia sua vinculação ao tema eleitoral neste quesito. O artigo versa sobre política; minorias; preconceito e eleições, enquanto os demais programas tratam de esportes, futebol, literatura independente, música e cultura em geral.

Na instância de seleção de fontes vemos o mesmo fenômeno identificado na análise das matérias veiculadas no período antecedente ao primeiro turno: recorrência a especialistas (sobretudo na forma de entrevistas), a notícias de

veículos especializados e a ancoragem na opinião dos apresentadores e debatedores convidados, demarcando assim a prevalência do jornalismo opinativo. No caso do artigo opinativo, não foi possível identificar a presença de fontes oficiais, especialistas ou personagens anônimos, a construção argumentativa do articulista se dá em torno de suas impressões sobre a realidade. Ele recorre a dados estatísticos, como índices relativos a feminicídios e mortes de pessoas LGBTQ+, porém não cita as fontes dessas informações, não atestando a veracidade dos dados. O texto não é muito longo e mesmo sem citar nominalmente o candidato Jair Bolsonaro, o articulista tenta desconstruir a ideia de “coitadismo” que o candidato mencionou em muitos de seus discursos durante a campanha em referência às minorias sociais.

Na instância de composição, a estratégia observada no conjunto de matérias analisadas anteriormente se repete, com a moderação na performance de hipertextualidade e a ausência de outros modos semióticos, com a predominância dos áudios e textos. Em relação ao artigo opinativo, foi possível perceber a indexação interna pela categoria “redação”, a presença do recurso “post relacionados” e o uso de uma foto sem legenda.

No quesito circulação, o que se destaca da análise da amostra anterior é a presença de um comentário deixado exatamente na página do artigo opinativo, onde também foi identificada a presença das hashtags “Gay, Gil Luiz Mendes, Mulher, Negro, Nordeste”. No mais, em todas as páginas de podcasts e do artigo de opinião foram verificadas a presença de botões de compartilhamento para as redes sociais Facebook e Twitter e para os serviços de WhatsApp, Email e SMS. Dessa forma, a interatividade no próprio site do Central 3 é muito baixa. Talvez essa circulação dos conteúdos e diálogo com o público aconteça com mais frequência nos perfis do arranjo nas plataformas de redes sociais.

A análise desse conjunto de publicações nos leva à conclusão de que o tema eleitoral figurou pouco nas produções do arranjo Central 3, o qual foi identificado na primeira fase da pesquisa como um arranjo independente e/ou alternativo e cuja análise da autodeclaração revelou a presença de apenas um critério jornalístico. Diante disso, mesmo que os programas realizados pelo Central 3 sejam jornalísticos e tratem de assuntos atuais, muitos não são factuais, com exceção dos esportivos que se dedicam a debater sobre os campeonatos. Daí a

opção de muitos dos realizadores dos podcasts em não tomar a crise política e a disputa eleitoral como tema central de suas análises e opiniões.

Central 3 nas redes sociais – Facebook

Nas redes sociais a primeira impressão que se tem é que o arranjo mantém um regime de publicação no Facebook próximo a uma postagem por dia, mas sem um horário específico para isso (Tabela 1).

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook da Central 3

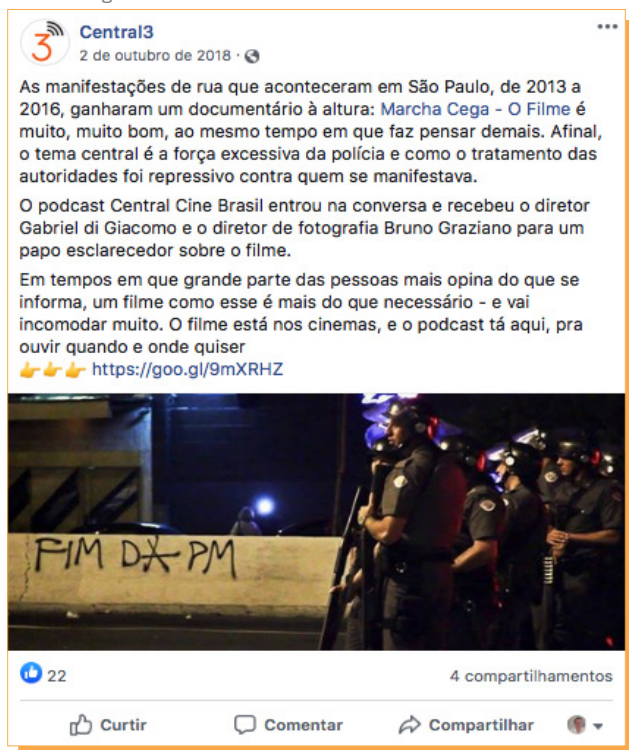
FACEBOOK CENTRAL 3			
	1º TURNO - 01/10 A 08/10		2º TURNO - 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	10	POST PRÓPRIOS	9
01/10/18	2	22/10/18	1
02/10/18	1	23/10/18	1
03/10/18	2	24/10/18	1
04/10/18	1	25/10/18	1
05/10/18	1	26/10/18	2
06/10/18	1	27/10/18	1
07/10/18	1	28/10/18	1
08/10/18	1	29/10/18	1

Fonte: CPCT

Nós identificamos diferentes formas de veicular os assuntos de interesse do Central 3 no Facebook. Um deles é quando as postagens trazem um texto de apresentação acerca do tema do podcast ou da transmissão que pode ser ao vivo ou gravada. Esse texto é postado sobre a imagem ou vídeo do podcast ou da transmissão ao vivo e no qual as pessoas clicam para acessá-lo diretamente pelo Facebook, mas também podem ser dirigidos ao site da Central 3. Outra forma de veiculação é quando eles não colocam texto e apenas a imagem do podcast ou do vídeo. E há também apresentações de textos que são hospedados no site da Central 3 e que são linkados ao Facebook por imagens. Demarcando assim o uso estratégico das redes sociais, que ora se restringe a ponto de acesso para o site e ora se expande como no uso de transmissões ao vivo, as lives características do dispositivo comunicacional das plataformas, portanto, quando recorre a esse tipo de conteúdo, o arranjo realiza uma produção nativa

das plataformas. Os textos não têm formato jornalístico e servem mais como apresentação dos produtos da Central 3. (Figura 1)

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Central 3, 03/10/2018.

No segundo turno, além das formas encontradas na primeira semana de seleção, nós notamos que há um outro tipo de postagem feita pelo arranjo no Facebook. São textos que divulgam a produção e os podcasts em geral da Central 3. Essas postagens não oferecem link para nenhum outro lugar, mas são carregadas de “#” como #podcasts, #podosfera etc. São textos que promovem os produtos da Central 3 e que se caracterizam como produção nativa, pois concentram-se na própria rede. Em nenhum dos turnos há qualquer menção à eleição que está em curso no país

A Central 3 nas redes sociais – Twitter

No Twitter, o arranjo foi muito mais ativo que nas outras plataformas, chegando a 47 publicações na semana do primeiro turno da eleição, com pico de 11 posts em 04/10/18, e 38 na semana do 2º turno, com pico de 9 tuítes no dia 29/10/18. (Tabela 2) A maioria das postagens nesse dia são retuitagens de pessoas ligadas aos podcasts produzidos pela Central 3, ou seja, o autor ou personagem principal do podcast tuíta sobre o seu trabalho e a Central 3 retuíta isso.

Tabela 2: Regime de publicações no Twitter da Central 3

TWITTER CENTRAL 3			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	47	POST PRÓPRIOS	38
01/10/18	5	22/10/18	3
02/10/18	10	23/10/18	4
03/10/18	6	24/10/18	8
04/10/18	11	25/10/18	6
05/10/18	8	26/10/18	6
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	2
08/10/18	7	29/10/18	9

Fonte: CPCT

O Twitter também é usado para marcar pessoas que lhes interessam em comentários acerca dos materiais produzidos pelo arranjo. Há também tuítes que falam de programas recém elaborados e nos quais são colocados links para o site, caracterizando assim a produção em rede. Foi nessa mídia que apareceu a primeira menção à eleição por conta de um podcast. No dia 04/10/18, o arranjo divulgou uma de suas produções que tem por tema a eleição. Nesse mesmo dia, ele também respondeu a um ouvinte acerca da imagem usada para divulgar esse podcast, valendo-se assim do aspecto conversacional que a plataforma possibilita. Na semana do segundo turno, há menos retuítes e mais divulgação de podcasts com link para o site da Central 3.

Figura 2: Tuíte com imagem que divulga podcast da Central 3



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Central 3, 03/10/2018.

Centro de Mídia Independente

(www.midiaindependente.org)

A home do Centro de Mídia Independente tem apresentação organizada das informações.

O site não dispõe de versões em outros idiomas além do português, e isso é um ponto frágil quando considera-se a autodeclaração do CMI, que afirma que “faz parte de uma rede internacional”, “presente em vários países” (FÍGARO, 2018, p. 81). Inspirado em movimentos antiglobalização, têm sua força produtiva em militantes voluntários que “atuam sem hierarquia e professam o anarquismo” (ibidem).

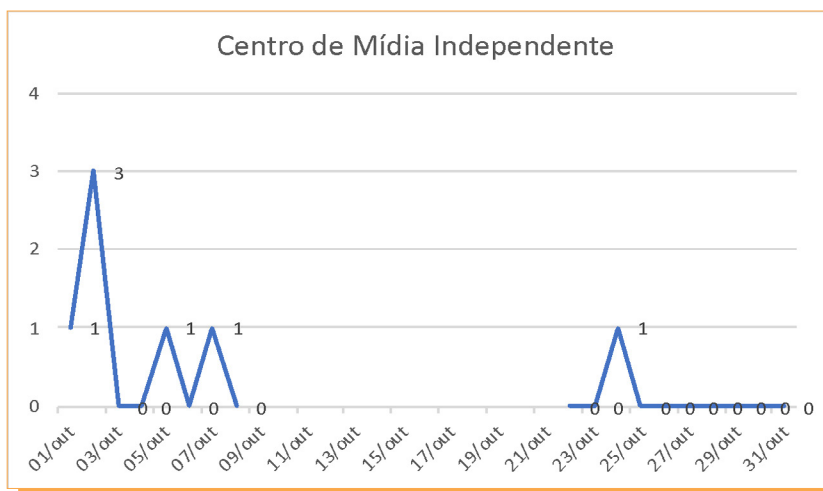
“CMI faz parte de uma rede internacional (...) é um site com trabalho totalmente voluntário, que não recebe financiamento de forma alguma(...) então várias pessoas nessa rede de mídia, como um todo, acabaram indo pra esse lado da tecnologia, aí você tem uma onda de coletivos técnicos sendo formado no mundo a partir do Centro de Mídia Independente, o que é super legal, porque hoje esses coletivos são os que garantem a infraestrutura autônoma dos movimentos sociais do mundo (...)” (Entrevista ao CPCT) (FÍGARO, 2018, p. 81)

Quando se considera os dois períodos de coleta de dados da presente pesquisa - as semanas do primeiro e do segundo turno das eleições de 2018 -, o Centro de Mídia Independente não apresentou um regime de publicação que garantisse o princípio de periodicidade, característica basilar do trabalho jornalístico. Por conseguinte, o princípio de atualidade, outro marcador do fazer jornalístico, também ficou comprometido.

Na semana do primeiro turno (de 02 a 08/10/2018), o site teve cinco publicações: três em 02/10, uma em 05/10 e uma em 07/10. Já na semana do segundo turno (22 a 29/10/2018), o site teve apenas uma publicação em 24/10. Assim, o site do Centro de Mídia Independente publicou apenas seis matérias nos dois períodos analisados, em que importantes debates políticos, sociais e econômicos inundavam o espaço e interesse públicos e pautavam o trabalho jornalístico

no Brasil. Da mesma forma, chama atenção o fato de que, no dia da votação do primeiro turno, foi publicada uma matéria apenas e, no dia da votação do segundo turno, não houve publicação alguma (28/10), bem como nos dias que seguiram ao término das eleições de 2018.

Gráfico Regime de Publicação – Centro de Mídia Independente



Fonte: Pesquisa CPCT/ 2018

As matérias analisadas dizem respeito àquelas que foram publicadas nos dias 02 e 24/10 – dias que o Centro de Mídia de Independente teve mais publicações, nas semanas do primeiro e do segundo turno das eleições de 2018. No total, são quatro publicações, sendo três delas assinadas pelo perfil CMI-Rio, que se declara “um coletivo local que faz parte da rede CMI Brasil e, como tal, busca contribuir para o fim de toda forma de opressão através de práticas de disseminação e descentramento da informação”³⁴, e outra assinada pelo perfil Portal Autônomo de Ciências, que se define pelo objetivo de “trazer informações e debates sobre as ciências e tecnologias a todos e todas, com o intuito de promover o florescimento de uma cultura científica”³⁵. O CMI-Rio é parte do próprio CMI, mantendo sua vocação editorial. O Portal Autônomo de Ciências

³⁴ De acordo com a página do perfil do CMI-Rio. Disponível em: <https://midia independente.org/?q=cmirio> Acesso em: 15/05/2020.

³⁵ De acordo com a página do perfil do Portal Autônomo de Ciências. Disponível em: <https://midia independente.org/?q=paç> . Acesso em: 15/05/2020.

QUADRO I - Matérias publicadas pela Centro de Mídia Independente em 02/10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICACÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
As ciências brasileiras têm de fato reduzido as desigualdades?	Portal Autônomo de Ciências	Não	Notícia	Fontes: Coordenação-Ceral de Popularização e Divulgação da Ciência (CGPC/SEPED); Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC)	Imagem do banner de divulgação do evento, sem legenda. Links com as fontes citadas na matéria.	Espaço para comentários; links para compartilhamento nas redes sociais; 3 tags; categoria
Estudantes da UFF ocupam a reitoria em Niterói	CMI - Rio	Não	Notícia/denúncia	Movimento Estudantil UFF	Foto de uma faixa com os dizeres “Contra a Privatização da Educação na reitoria UFF” sem legenda; Galeria de fotos com outros cartazes com frases, sem legendas.	Espaço para comentários; links para compartilhamento nas redes sociais; 4 tags; categorias
Campanha #elenão lota o Centro do Rio: confira imagens	CMI - Rio	Não	Notícia	Grupo Mulheres Contra Bolsonaro	Galeria de Fotos de pessoas com cartazes contra o fascismo e em respeito às mulheres, sem legendas.	Espaço para comentários; links para compartilhamento nas redes sociais; 2 tags; categorias

Um entre os três títulos das matérias dá conta dos acontecimentos relacionados ao debate político vigente na semana do primeiro turno das eleições de 2018, no caso, a cobertura do dia das manifestações #elenão no Rio de Janeiro. Entretanto, as outras duas matérias revelam assuntos que permeiam esse debate político, como Ciências, Educação e Moradia Estudantil. Com relação aos gêneros, as matérias são notícias que revelam caráter de denúncia, crítica, manifesto e luta social.

Nesse sentido, as instâncias de seleção, composição e circulação desvelam as características deste arranjo produtivo, que autodeclara que em sua atividade de trabalho “todo o processo é horizontal baseado em consenso e discussão em lista de e-mail, reunião presencial, não tem direção(...)” (FÍGARO, 2018, p. 81). Em uma das três notícias há, na instância de seleção das fontes, o quesito da variedade de fontes, no caso o Ministério das Ciências e Tecnologia e a Coordenação de popularização e divulgação da ciência. Nas duas outras notícias, as fontes utilizadas são os próprios movimentos sociais em questão.

Com relação à composição e ao tratamento dado às matérias, chama atenção a falta de legenda, bem como falta de identificação e de créditos nas imagens. Logo, juntamente com o regime de publicação frágil, a parca variedade de fontes, a ausência de contrapontos, legendas e créditos colocam em xeque a prática da atividade jornalística deste arranjo produtivo no período analisado. Por outro lado, na instância de circulação, o espaço para comentários com recursos de edição de texto, bem como os links para o compartilhamento nas redes sociais favorecem a amplificação dos debates pelos próprios leitores em seus perfis pessoais nessas redes, em dia com as práticas do jornalismo em ambiente digital.

QUADRO II - Matéria publicada pelo Centro de Mídia Independente em 24/10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
E conhecereis a [pós]verdade, e a [pós]verdade vos libertará. JOÃO 8:32	Portal Autônomo de Ciências	Não	Coluna	TSE (Plano de Governo do candidato Jair Bolsonaro)	1 Ilustração do Mapa do Brasil com taxas de homicídio por estado sem legenda; Links; foto sem legenda (jovens com camisa do Bolsonaro fazendo “aminha” com as mãos)	Espaço para comentários; links para compartilhamento nas redes sociais; 4 tags;

O site do Centro de Mídia Independente, na semana que antecedeu o dia de votação do segundo turno das eleições presidenciais de 2018, manteve o regime de publicação baixo, com apenas uma matéria. No dia das eleições, dia

28/10, não houve qualquer publicação, nem mesmo nos dias que se seguiram, até o final do mês. O gênero dessa matéria é uma coluna que analisa trechos contraditórios e sem fundamentação, retirados do Plano de Governo de Jair Bolsonaro (Projeto Fênix), ligando-os ao fascismo.

Apesar de apresentar na Instância de Seleção das Fontes uma fonte oficial – o site do TSE –, o que reforça o caráter jornalístico, na instância de composição, encontra-se erros ortográficos e de coesão, além da repetição/duplicação do primeiro e do segundo parágrafo no texto, o que pode ser indicativo da pressa ou da precarização do trabalho. Da mesma forma, não há legendas nem créditos em imagens e ilustrações que compõem a coluna. Percebe-se, desta forma, que não há tratamento da matéria, por parte do Centro de Mídia Independente, neste período analisado, haja vista a falta de checagem e revisão do conteúdo que até hoje está no site, com os mesmos erros e repetições. Assim, os problemas relativos à instância de composição da notícia reforçam questionamentos acerca do fazer jornalístico desse arranjo, apesar da instância de circulação (possibilidade de comentários e compartilhamentos) apresentar-se em acordo com as práticas do jornalismo digital.

De forma geral, considera-se, analisando os dois períodos selecionados, que este arranjo produtivo não praticou a atividade jornalística em sua definição. O regime de publicação falho, a pouca diversidade de fontes e a falta de contrapontos não condizem com características basilares do trabalho jornalístico como atualidade, periodicidade, dar créditos, apresentar variedade de fontes. Além disso, erros ortográficos e de coesão, repetição/duplicação de trechos do texto, revelam a falta de tratamento das matérias por parte de uma equipe editorial do Centro de Mídia Independente. É sabido que erros gramaticais e de organização e apresentação do texto jornalístico afetam a percepção de credibilidade do veículo. Assim, o Centro de Mídia Independente consolida-se, nos dois períodos analisados, como um espaço para manifestos e denúncias, contribuindo com recursos de comentários e compartilhamento nas redes sociais, para que tais manifestos e denúncias sejam amplificados pelos seus leitores no meio digital.

Centro de Mídia Independente (CMI) nas redes sociais - Twitter³⁶

No Twitter, o CMI também não tem muitas publicações. Nos oito dias de análise antes do primeiro turno, foram feitos apenas seis tuítes, menos de um por dia, e o dia com maior número de postagens (02/10/18) teve apenas dois tuítes. Esse comportamento muda no segundo turno e o número quase quadruplica, passando para 22 tuítes durante o período analisado. O dia com mais publicações foi 28/10/18 com 10 tuítes. (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Twitter do CMI

TWITTER CMI			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	6	POST PRÓPRIOS	22
01/10/18	1	22/10/18	0
02/10/18	2	23/10/18	0
03/10/18	0	24/10/18	1
04/10/18	1	25/10/18	2
05/10/18	0	26/10/18	6
06/10/18	1	27/10/18	0
07/10/18	1	28/10/18	10
08/10/18	0	29/10/18	3

Fonte: CPCT

No primeiro turno, as duas postagens do CMI no dia 02/10/18 são, na realidade, retuitagens de reportagens que saíram em outros veículos de comunicação e estão em inglês. Uma se refere a um massacre ocorrido no México em 1968 e coberto pelo The Guardian, jornal londrino, e outro é uma entrevista com um ativista nigeriano veiculada em um site dedicado à causa anticapitalista.

³⁶ O CMI não estava presente no Facebook no período de coleta de dados e por esse motivo só foi feita a análise de suas publicações no Twitter.

Figura 1: Tuíte com referência a outra publicação



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter do CMI, 02/10/2018.

No segundo turno, o dia com mais postagens foi 28/10/18, dia da votação, e nenhuma das 10 postagens foi original, todas elas eram retuitagens de outros arranjos alternativos como a Ponte Jornalismo e The Intercept BR ou de pessoas como Glenn Greenwald, jornalista que à época trabalhava no The Intercept, e que trataram tanto da questão eleitoral e da eleição de Jair Bolsonaro quanto de cobertura de pautas referentes aos movimentos sociais como a libertação de jovens presos nos protestos contra o governo Temer e o movimento dos sem-teto em São Paulo. A CMI retuitou tanto de tuítes jornalísticos, de coberturas que estavam ocorrendo naquele momento, como o caso dos sem-teto, quanto artigos de opinião veiculados fora do país como um que foi escrito em espanhol e traduzido para o italiano. Essa ausência de produções próprias do CMI denota a ausência de planejamento editorial para o uso das redes sociais e

demarca a precarização do trabalho no arranjo que não lhe permite ampliar suas produções no ambiente digital.

Figura 2: Tuíte com referência a um artigo internacional



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter do CMI, 28/10/2018.

Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada

(www.ciranda.net)

O site da Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada dispõe de versões em Português, Espanhol, Francês e Inglês, entretanto, sua arquitetura da informação não privilegia a experiência de navegação do usuário, nem permite sua interação. O site não tem uma boa relação no espaçamento e alinhamento entre seus elementos, tornando a identificação e leitura dos conteúdos desconfortável. A sensação ao navegar pelo site é de desorganização, confusão. A aplicação do logo deixou o grafismo indistinguível para quem não o conhece. Em todo o site, a predominância é de texto e imagens, sem uso de iconografias, links ou *tags* para organização do conteúdo. Da mesma forma, o site não disponibiliza recursos de interação ou espaço para comentários. Pouco intuitivo, o menu horizontal no topo do site, bem como a ferramenta de busca não se destacam enquanto caminho de organização e encontro de conteúdo. No primeiro “scroll” da *home page* há uma notícia destaque, acompanhada por outras, em blocos. Na sequência da rolagem, há a TV Ciranda, uma galeria de vídeos com quatro vídeos em destaque, seguida de uma galeria de fotos. A partir daí, até o final da página, o conteúdo é apresentado em blocos, por ordem de data mais recente, cada bloco contém imagem, chamada e pequeno texto de apresentação. Entretanto, como são blocos assimétricos, a percepção é de desorganização e dificuldade para procurar, por ordem cronológica, o conteúdo. No rodapé, há a listagem de matérias, de 0 há 6.726, o que também dificulta encontrar conteúdos por período. Ainda no rodapé, há links para informações institucionais sobre a Ciranda, Quem Somos, Fale Conosco, Participe e Login°. Não há links para redes sociais, nem divulgação das mesmas.

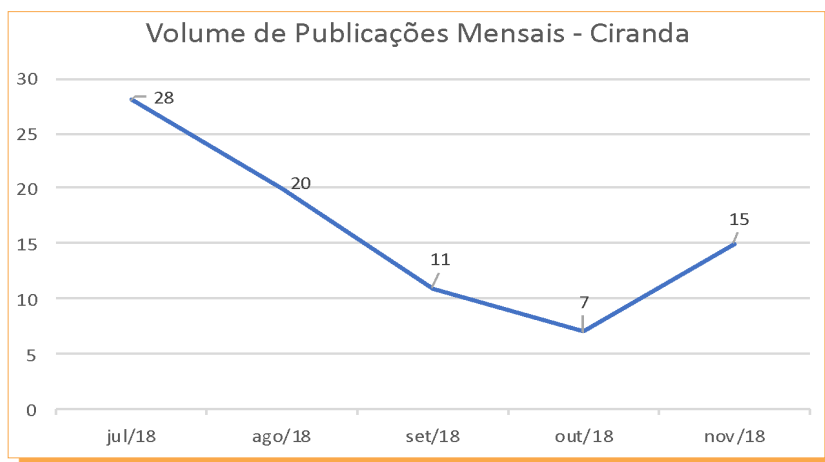
No topo do site há um banner de divulgação do VI Fórum Social Mundial de Mídia Livre. E aqui se mostra uma das características reveladas na primeira fase da pesquisa, acerca da origem deste arranjo produtivo:

A Ciranda é um dos arranjos mais antigos da mídia alternativa fundada a partir da comunicação do Fórum Social Mundial e de um portal chamado “Planeta Porto Alegre” que trabalhava com as

seguintes abordagens: a crítica neoliberal (Editora Outro Olhar); perspectivas e alternativas da luta pelo socialismo, eco-socialismo, etc. (Editora Outro Mundo). A partir dessa experiência outros sites foram criados, como a Revista Fórum e Outras Palavras. A Mídia Ninja também foi criada a partir da edição realizada na Tunísia (2013). O arranjo é um dos construtores do Fórum Social de Mídia Livre. (FÍGARO, 2018, p. 82)

Quanto ao regime de publicação do Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada, primeiramente chama a atenção o decréscimo significativo no volume de publicações do Ciranda com a proximidade das eleições de 2018.

Regime de Publicação - Ciranda



Fonte: Pesquisa CPCT/2018.

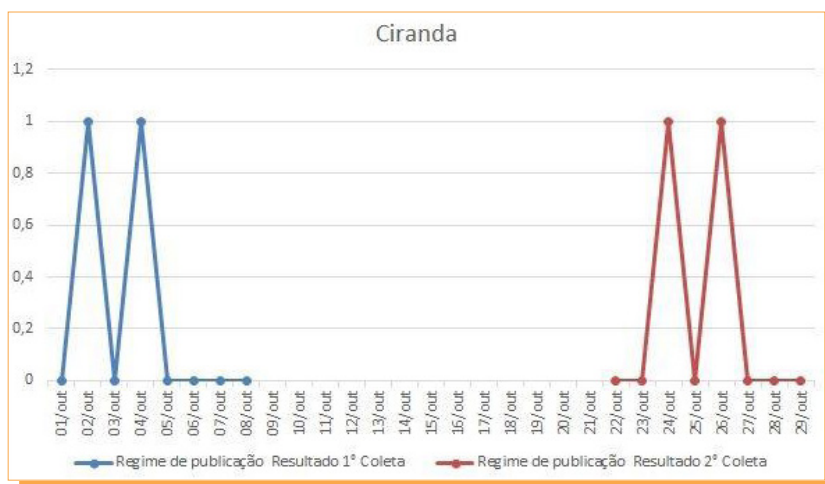
Enquanto em Julho de 2018 foram publicadas 28 matérias, em agosto do mesmo ano foram 20, em setembro 11 e em outubro de 2018 apenas sete publicações. No mês seguinte, novembro, o site volta a crescer em volume, com 15 publicações, aproximando-se do volume de publicações de agosto daquele ano. Esse aumento da média e frequência de publicação se seguiu nos meses seguintes, até os dias atuais. Assim, evidencia-se que o regime de publicação foi alterado, diminuído no mês das eleições, época em que o trabalho dos jornalistas costuma ser aumentado, por causa do aumento da relevância do interesse público pelo tema política.

Em termos de produção de saberes sobre os arranjos produtivos estudados, este fenômeno é merecedor de atenção e oportuniza um retorno à etapa de pesquisa social, com entrevista ao arranjo Ciranda.net sobre o porquê das poucas publicações no período das eleições de 2018. Qual dinâmica de funcionamento e de trabalho se deu no período eleitoral, para que o regime de publicação deste arranjo produtivo fosse tão afetado?

Acerca do trabalho, tal regime de publicação apresenta a frequência e média de publicações que caracterizam uma periodicidade intermitente e diferente daquela do trabalho do jornalismo diário.

Nesse sentido, na semana do primeiro turno (de 01 a 08/10/2018), o site contou com apenas duas publicações: uma em 02/10 e outra em 04/10. Tal situação se repete na semana do segundo turno (22 a 29/10/2018), com somente duas publicações: uma em 24/10 e outra em 26/10. Assim, o site Ciranda.net publicou apenas quatro matérias nos dois períodos analisados. Não houve publicações no dia do primeiro turno das eleições (07/03), nem do segundo turno (28/10).

GRÁFICO – regime de publicação Ciranda.net



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Ciranda no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Ciranda.

QUADRO I - Matérias publicadas pela Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada em 02 e 04/10/2018, duas únicas publicações na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Diretora da EBC se apropria de cargo com mandato da Ouvidoria	Conselho Curador da EBC - cassado	Não	Notícia / denúncia	Denúncia do Conselho Curador EBC contra nomeações irregulares do governo Temer na Empresa Brasileira de Comunicação (EBC)	1 Foto sem legenda de um cartaz com mensagem de protesto; vários hiperlinks; contatos do Conselho Curador da EBC (e-mail e whatsapp).	não há comentários, tags ou categorias.
Conselho Curador cassado da EBC lamenta morte de Mario Jacobinskind	Conselho Curador da EBC - cassado	Não	Nota de Pesar	Lamento do Conselho Curador EBC pela morte do ex-conselheiro da entidade.	1 foto sem legenda do ex-conselheiro	não há comentários, tags ou categorias.

Os títulos das matérias não se relacionam ao debate político vigente no período. Nesse sentido, apesar da autodeclaração do arranjo produtivo, de fazerem jornalismo contra-hegemônico, crítico e democrático (FÍGARO, 2018, p. 46), o veículo acaba por oferecer espaço para manifestações de um coletivo - no caso, o Conselho Cassado da EBC -, com pautas específicas, que abordam as fragilidades democráticas vivenciadas por tal grupo e pela sociedade, de forma geral, mas que não se relacionam diretamente com o grande tema do jornalismo nacional naquele momento, ou seja, as eleições presidenciais.

As instâncias de seleção, composição e circulação apontam para as características deste dispositivo comunicacional, que se define como um espaço alternativo para juntar “as pessoas para fazer alguma coisa na comunicação (...) Então a gente entendia isso como uma ação direta mesmo. O evento [Fórum Social Mundial] é nosso, os movimentos sociais e as lutas sociais é que se cobrem”. (FÍGARO, 2018, p. 82). Assim, tanto a Instância de Seleção Temática, quando a Instância de Seleção das Fontes revela tal ação comunicacional direta, “que se cobrem”, pois é o próprio Conselho Cassado da EBC o autor e fonte das matérias. Não há outras fontes, ou contraponto.

Com relação aos gêneros, apesar de as matérias apresentarem gêneros diferentes (notícia e nota de pesar), ambas revelam o caráter de denúncia, manifesto e luta em favor da democracia. Quanto à Instância de Composição, a falta de categorização das notícias, bem como de legendas coloca em xeque a prática da atividade jornalística, como dar crédito e referenciar a fonte. Da mesma forma, a Instância de Circulação, com a impossibilidade de interação da audiência através de comentários e compartilhamentos neste veículo, levanta questionamentos acerca das práticas do jornalismo em ambiente digital.

QUADRO II - Matérias publicadas pela Ciranda Internacional da Comunicação
Compartilhada em 24 e 26/10/2018, duas únicas publicações na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
O que é fascismo, com Vladimir Safatle	Ciranda.net	Sim	Coluna	Explicação do Filósofo Vladimir Safatle sobre o que é Fascismo, para a TV Revista Cult	1 Foto sem legenda do filósofo; 1 vídeo com em formato de mini documentário	não há comentários, tags ou categorias.
FSM: Internacionais levantam vozes pelo Brasil	WSF News/ Notícias FSM	Sim	Notícia	Manifesto internacional de entidades comprometidas com a Democracia e Direitos Humanos contra o candidato de extrema-direita Bolsonaro, como Comitê Internacional pela Democracia; Conselho do Fórum Social Mundial	1 Foto de uma camiseta com a marca do Fórum Social Mundial; lista das entidades que assinam o manifesto; link: assine você também (Change.com)	não há comentários, tags ou categorias.

O site Ciranda.net, na semana que antecedeu o segundo turno das eleições presidenciais de 2018, manteve o regime de publicação baixo, com apenas duas matérias. No dia das eleições, dia 28/10, não houve qualquer publicação. Mais engajadas com o cenário eleitoral nacional, o arranjo produtivo reproduziu dois conteúdos sobre o fascismo, fazendo ligação direta deste ao candidato Jair Bolsonaro, valendo-se de republicações de outras fontes, como a TV Cult, o Comitê Internacional pela Democracia e o Conselho do Fórum Social Mundial. Percebe-se, desta forma, que não há tratamento da notícia, por parte da Ciranda.net, no período selecionado. Assim, os problemas relativos à instância de composição da notícia (a falta de categorização das notícias, bem como de legendas) reforçam questionamentos acerca do fazer jornalístico desse arranjo. Também, na instância de circulação, a ausência de possibilidades de interações e compartilhamento das informações apresentam-se em desacordo com as práticas do jornalismo digital.

De forma geral, considera-se, analisando os períodos selecionados, que este arranjo produtivo não praticou a atividade jornalística em sua definição. O regime de publicação falho, a parca diversidade de fontes, a ausência de contrapontos, bem como a inexistência de abordagem dos temas que estavam em voga no cenário político brasileiro revelam a falta de tratamento das matérias por parte de uma equipe editorial da Ciranda.net. Logo, não condizem com as características basilares do trabalho jornalístico, como atualidade, periodicidade, a variedade e verificação de fontes. A Ciranda.net consolida-se assim, no período analisado, como um espaço cedido a entidades da sociedade civil para que seus manifestos e denúncias encontrem no site um lugar de expressão. Porém, a falta de recursos interativos, de participação e compartilhamento, impede que tais manifestos e denúncias sejam amplificados no meio digital.

A Ciranda nas redes sociais - Facebook

A Ciranda teve uma participação muito tímida em termos de publicação no Facebook³⁷. Na semana que antecedeu o primeiro turno foram feitas apenas duas postagens, uma no dia 02/10/18 e outra no dia 05/10/18, uma pela manhã e outra à tarde. No período analisado do segundo turno, esse número dobrou, foram 4 postagens todas no mesmo dia 27/10/18 em um intervalo de poucos minutos. Nota-se que não há um regime próprio de publicação nessa rede social por parte da Ciranda.

Nos dois *posts* realizados antes do primeiro turno o assunto é semelhante: referem-se a nomeações realizadas na Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) e à morte de um ex-conselheiro deste conselho cassado. Na rede social não há qualquer texto próprio, apenas o link para a matéria no site, o que marca sua opção por uma estratégia de geração de fluxo para o site.

³⁷ A Ciranda não tinha conta na rede social Twitter quando da realização da coleta de dados e esta análise foi feita exclusivamente sobre suas publicações no Facebook.

Figura 1: Post veiculado no Facebook pela Ciranda



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Ciranda, 02/10/2018.

No segundo turno, as quatro postagens foram referentes ao mesmo texto, que foi veiculado no site, mas que foi produzido em diferentes línguas (português do Brasil, espanhol, inglês e francês). Esse texto é um manifesto contra o fascismo representado pela ascensão do governo de Jair Bolsonaro. Fora isso, não há nada relacionado à eleição postado pela Ciranda.

Figura 2: Post veiculado no Facebook pela Ciranda



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Ciranda, 27/10/2018.

Como outros arranjos, a Ciranda tem a sua produção jornalística vinculada ao próprio site e utiliza a rede social Facebook exclusivamente para divulgar os materiais que estão em sua *home page*.

Envolverde³⁸

(<https://envolverde.cartacapital.com.br/>)

O site da Agência Envolverde, atualmente hospedado no servidor da Carta Capital, conta com uma *homepage* carregada de imagens que representam banners de destaque para as últimas notícias. O menu superior é subdividido nas categorias “capa”, “bem estar”, “ambiente”, “economia”, “sociedade”, “educação”, “cidades”, “empresas”, “colunistas” e “institucional”. Logo abaixo do menu principal há um segundo menu com destaque para os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (ONU) - ao clicar em cada uma das imagens que representa cada ODS é possível encontrar as matérias publicadas no site que estão relacionadas àquele tema.

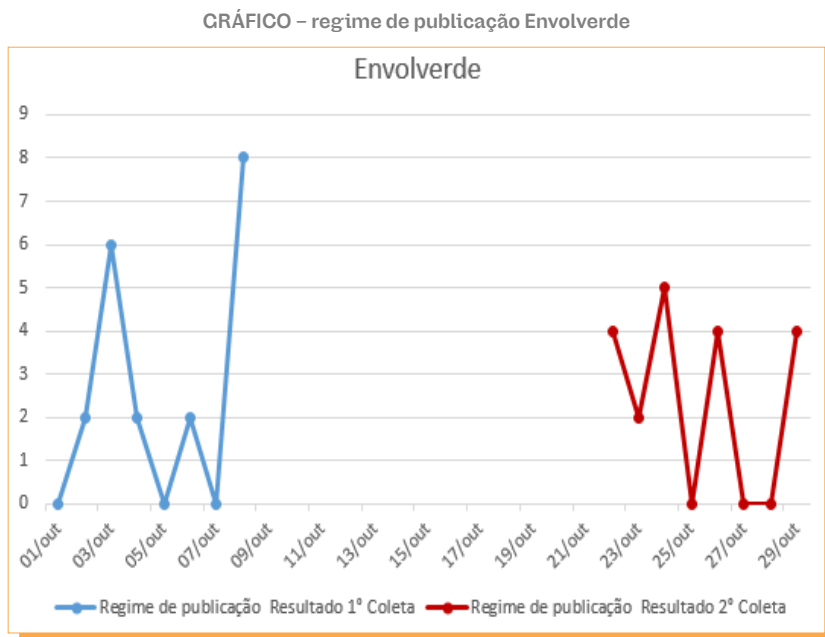
Abaixo destes dois menus encontram-se os banners de imagens, sendo um banner maior e rotativo, no qual as últimas reportagens passam em sequência e, ao lado, estão posicionadas 5 imagens fixas que levam às outras postagens. Os destaques de imagens não são classificados por tema, apenas apresentam o título e a data da matéria. As imagens do banner maior também contam com um resumo.

Em sequência, com menos destaque, mas ainda na *homepage*, são apresentadas as últimas publicações subdivididas pelas categorias que operam como editorias temáticas. Vale destacar que estas editorias, inesperadamente, não são idênticas às categorias expostas no menu superior. Aqui, além de “bem estar”, “ambiente”, “economia”, “educação”, “cidades” e “empresas” há também “artigos” e “comunicação”, que não se encontram na listagem acima. O tema “sociedade” também não aparece. Aqui as notícias também são apresentadas por uma fotografia (menor do que aquelas apresentadas no destaque), o título e a data. Há uma opção para “ver mais” em cada uma das editorias.

As datas de maior publicação foram: primeiro turno 8/10/2018; segundo turno 24/10/2018. O regime de publicação nessas datas foi de 8 matérias no primeiro turno e de 5 matérias no segundo turno. Os dias de menor publicação contaram com 2 posts - 02/10, 04/10, 06/10 e 23/10. O website não contou com atualização no período da coleta nos dias 30/09, 05/10, 06/10, 07/10 e 08/10, 27/10 e

³⁸ A análise dos conteúdos e estrutura do website foi realizada com base em sua versão disponível online no dia 25 de abril de 2020.

28/10. O regime de publicação, bastante flexível, indica o total de 20 matérias publicadas nos 8 dias de coleta do primeiro turno, e 18 matérias nos 8 dias da coleta do segundo turno.



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Envolverde no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca em quantidade de vezes o termo Brasil, projeto, ambiente, governo, país, sustentabilidade, sistema e desenvolvimento, conforme mostra a nuvem de palavras abaixo.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas do primeiro turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Envolverde.

Na segunda semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca novamente em quantidade de vezes o destaque para o termo Brasil e também para desenvolvimento, país e ambiente. Agora aparece também água e pela primeira vez aparecem os termos presidente e Bolsonaro, conforme mostra a nuvem de palavras abaixo.

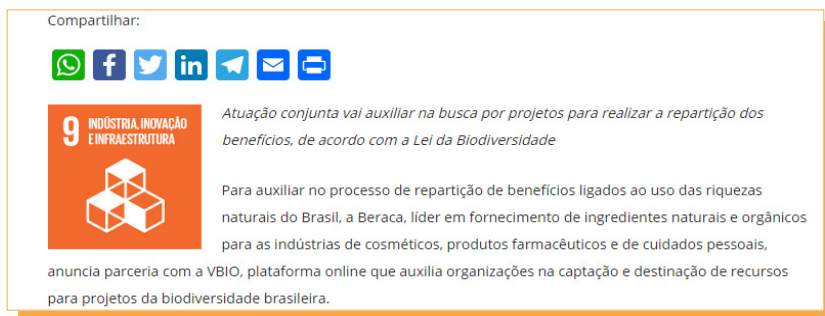
Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Envolverde.

Como parte da instância de circulação/interatividade, a Envolverde adota como estratégia narrativa a associação temática aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ODSs, das Nações Unidas, a partir da vinculação das publicações a cada um dos objetivos. A maior parte das postagens conta com a ilustração oficial da ONU para o objetivo, conforme imagem abaixo.

FIGURA 3



Fonte: <<http://envolverde.cartacapital.com.br/beraca-e-vbio-juntas-para-apoiar-empresas-que-utilizam-materiais-da-biodiversidade-brasileira/>>

QUADRO 1 - Matérias publicadas pela Envolverde em 08/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
IMPOR- TANTE – Eleição para o Conama começa dia 8	Sem autoria	Inde- finido	No- tícia/ Divul- gação	Ministério do Meio Ambien- te abre vagas para OSCs se candidatarem a um assento no CONAMA	Comuni- cado do Ministério do Meio Ambiente	Há uma foto de destaque, a ilustração mostra uma pessoa realizando votação em um computador / Há hiperlinks para direcionar à pági- na de cadastro da votação	não há comentá- rios/ tags; futuro, governança botões para compartilhar nas redes sociais.

<p>Beraca e VBIO juntas para apoiar empresas que utilizam materiais da biodiversidade brasileira</p>	<p>Sem autoria</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Notícia/Release</p>	<p>Empresa Beraca divulga parceria com plataforma VBIO para viabilizar projetos ambientais</p>	<p>Empresa Beraca e VBIO, com aspas de representantes das empresas</p>	<p>Há uma foto de destaque com uma ilustração do mapa do Brasil / Há a imagem de referência à ODS 9 / não há links</p>	<p>não há comentários/ tags: biodiversidade, indústria, inovação / referência a ODS 9</p>
<p>Indiano Manish Jain vem ao Brasil para jornada de aprendizagem colaborativa em novembro</p>	<p>Sem autoria</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Notícia/Divulgação</p>	<p>Divulgação de que o ativista social Manish Jain estará no Brasil para a jornada Re-imaginando a Educação</p>	<p>Informações do evento (Jornada de Aprendizagem Re-imaginando) e aspas de Manish Jain</p>	<p>Há uma foto de destaque com o rosto de Manish Jain e o link para inscrição no evento</p>	<p>não há comentários/ tags: educação / referência a ODS 4 / Marcação ao final: #envolververde</p>
<p>Dia Mundial dos Professores: A educação de qualidade exige professores bem formados</p>	<p>Redação UNESCO</p>	<p>Sim</p>	<p>Artigo</p>	<p>Reflexão sobre a qualidade da educação em referência ao Dia do Professor</p>	<p>Inúmeros dados de relatórios da UNESCO</p>	<p>Há uma foto de destaque genérica de uma sala de aula com lousa, lápis e caderno / Não há links</p>	<p>não há comentários / tags: Cultura, Desigualdade, Educação, Políticas Públicas / Marcação ao final: #envolververde</p>

<p>Especial: 30 anos da Constituição Brasileira, a guardiã do meio ambiente</p>	<p>Sucena Shkrada Resk, especial para o Greenpeace Brasil</p>	<p>Sim</p>	<p>Reportagem especial</p>	<p>Pautar os retrocessos no campo ambiental a partir da relação com o aniversário de 30 anos da constituição brasileira</p>	<p>Fonte: coord. Políticas Públicas Greenpeace Brasil, Márcio Astrini; Sérgio Leitão, diretor executivo do Instituto Escolhas; constituinte Fábio Feldmann; Nilce de Pontes Pereira coordenadora do Conaq / Artigos da constituição</p>	<p>Foto histórica de Ulysses Guimarães acompanhado de outros políticos segurando a constituição brasileira no destaque do banner / 7 fotos compõe o miolo do texto, entre fotos históricas da Constituinte e fotos atuais / links para artigos da constituição / trechos da constituição em destaque</p>	<p>não há comentários / tags: Cidadania, Diversidade, Políticas Públicas. Marcação ao final: Greenpeace/#Envolverde)</p>
<p>IPCC alerta para a urgência de ações contra as Mudanças do Clima</p>	<p>Sem autoria</p>	<p>Indefinido</p>	<p>Notícia</p>	<p>Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) da ONU lança resultados de cenário estudado relativo às mudanças climáticas</p>	<p>Fonte: estrategista internacional de Florestas do Greenpeace, Paulo Adário.</p>	<p>Há uma foto ilustrativa no banner de destaque da notícia de um mapa de satélite da terra mostrando pontos de calor. / Não há links. / Há a referência à ODS 13 da ONU</p>	<p>há 2 comentários - um comentário crítica o post original e o editor do site, Dal Marcondes, responde o comentário. / Tags: Biodiversidade, Clima, IPCC, ONU / Marcação ao final: Greenpeace/#Envolverde)</p>

Chamamento de Projetos Jornalísticos Sobre Florestas Tropicais	Rainforest Journalism Fund	Sim	Notícia	Divulgação de edital de bolsas para jornalistas para produzir reportagens na temática ambiental.	Informações do edital da Pulitzer Center	Há uma imagem no destaque com um texto de convocação ao edital / link externo o edital / Há a referência à ODS 15 da ONU	não há comentários / tags: Amazônia, Florestas, Jornalismo
Livros com temática de direitos humanos são vandalizados na UnB	Caroline Conçalves, da Agência Brasil	Sim	Notícia	Denúncia de livros sobre direitos humanos danificados intencionalmente na UnB	Fonte: diretor da Biblioteca Central da UnB	Há uma ilustração genérica de livros no banner de destaque.	não há comentários /Tags:Ciência, Cultura, Diversidade, Educação

A observação dos títulos das matérias publicadas no dia 08/10 revela que a pauta da eleição presidencial não é abordada. A primeira matéria conta com o termo eleição, contudo refere-se ao processo decisório no Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA). No que diz respeito à autoria e à origem (se a publicação é uma republicação de outro website ou se o conteúdo é próprio), observa-se que metade (4) das publicações é uma repostagem, ou seja, o material é compartilhado de outra fonte. Não conseguimos definir a origem das demais 4 matérias, que foram apontadas como indefinidas tendo em vista que não apresentam autoria.

O gênero prioritário é a notícia, sendo que apenas uma postagem é um artigo e uma é uma reportagem especial – ambas republicações de outros locais e ambas com caráter reflexivo em relação aos temas abordados. Há também a reprodução de *releases* corporativos. Algumas notícias são divulgações de eventos futuros, como a eleição do CONAMA, uma palestra de um ativista internacional e o anúncio de um edital de bolsas. No que diz respeito aos temas, mais da metade (5) aborda diretamente a pauta ambiental, argumento central para a Envolverde; outras duas notícias tratam de educação e uma sobre direitos humanos.

Todas as publicações contam com uma imagem no banner de destaque, tendo em vista o próprio *layout* do site. Não são todas as matérias que contam com *hyperlinks* para ambientes externos.

QUADRO 2 - Matérias publicadas pela Envolverde em 24/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Parque dos Lençóis Maranhenses é candidato a patrimônio mundial	Sem autoria (Por Leticia Verdi no site Ministério do Meio Ambiente)	Sim (mas não é informado)	Notícia	Ministério do Meio Ambiente submete os lençóis maranhenses para aquisição de título de patrimônio mundial	Fonte: Ministro do meio Ambiente / dados sobre o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses	Há uma ilustração dos lençóis maranhenses no banner de destaque da imagem / Há a referência à ODS 17 da ONU	não há comentários / Tags: Governo, Sustentabilidade
Tomra Reforça X-Tract com Tecnologia de Processamento Duplo, Canais Multidensidade e Pacotes de Aplicação	Sem autoria	Sim (mas não é informado)	Notícia / Release	Release da empresa Tomra com anúncio de inovação tecnológica em sistema de reciclagem	Fonte: Valerio Sama, Vice-presidente e Chefe de Gestão de Produto de Reciclagem / Informações do produto e da empresa	Há uma ilustração do software no banner de destaque / Há 4 fotos no miolo da matéria / Há a referência à ODS 9 da ONU.	não há comentários / Tags: Indústria, Inovação, Resíduos, Tecnologia
Programa de voluntariado da Vivo recebe prêmio internacional de prática inspiradora	Sem autoria	Sim (mas não é informado)	Notícia / Release	Divulgação de prêmio conquistado por projeto de jogos da Fundação Telefônica	Fonte: Fundação Telefônica	Há um banner de destaque com o nome do jogo / Referência à ODS 10 da ONU	não há comentários / Tags: ODS, Voluntariado

Com apoio do Senac, SKY lança programa inédito no Brasil de educação audiovisual para atender jovens de escolas públicas	Sem autoria	Sim (mas não é informado)	Notícia / Releasse	Divulgação de parceria entre SKY e Senac para levar projeto de audiovisual para escolas	Fonte: Helena Pedrosa professora do Senac / Informações fornecidas pela SKY	Há um banner de destaque com imagem genérica / há links para o site do senac e da sky / Referência à ODS 4 da ONU	não há comentários / Tags: Educação
“Nasce uma estrela”: remake tem versão bem estrelada por Lady Gaga	Leno Silva	Indefinido	Crítica cinematográfica	Crítica do filme “Nasce uma Estrela”	Fonte: obra filmica	Há um banner de destaque com uma foto de uma sala de cinema.	não há comentários / Tags: cultura

A observação dos títulos das matérias publicadas no dia 24/10 revela que a pauta da eleição presidencial novamente não é abordada. A nuvem de palavras da segunda fase da coleta aponta o destaque para os termos *presidente* e *Bolsonaro*, contudo, especificamente na data selecionada para a análise nenhuma notícia ou reportagem abordou este tema. Nesta data foram publicadas 4 notícias e 1 crítica cinematográfica, que inclusive destoa dos demais conteúdos do portal por não abordar um assunto vinculado aos temas principais como sustentabilidade e responsabilidade social. Dentre as 4 notícias, 2 tratam de assuntos relacionados ao meio ambiente e 2 são *releases* corporativos de projetos sociais de empresas. Observamos que todas as notícias são republicações de outros locais, apesar desta informação não ser anunciada - nós conseguimos levantar este dado a partir de pesquisas em sites de busca.

A análise, de forma geral, corrobora com o levantamento feito na primeira fase da pesquisa, no qual os arranjos foram subdivididos em núcleos a partir da delimitação de mercados jornalísticos. A Envolverde foi classificada no “Núcleo 6 - Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação” e ainda classificado como “jornalismo segmentado - produção de conteúdo segmentado cultural e meio ambiente”. As publicações analisadas, em geral, mantêm-se dentro da proposta temática; não produzem *hard news* e

não abordam de maneira sistemática os fatos do cotidiano. Foi possível observar que os *posts* selecionados ora têm um caráter informativo e ora de divulgação.

Tanto na primeira fase quanto na segunda fase da coleta não ficou claro se algum conteúdo divulgado é de criação própria. O site parece operar como um tipo de agregador de conteúdo vinculado ao tema de meio ambiente, mas também indica a dificuldade de produção própria na medida em que o arranjo não conta com uma equipe de repórteres fixos conforme apontado na primeira fase da pesquisa.

É importante destacar a ausência de autoria em muitas das notícias e o fato de que muitas contam com a hashtag #envolverde no qual podemos supor que remeteria a um conteúdo próprio, contudo em alguns casos a hashtag é utilizada mesmo em conteúdo externo – sendo assim não fica claro o motivo de sua adoção.

Todas as postagens contam com TAGs para referenciar os temas principais e, em geral, são também vinculadas aos ODSs, como indústria, inovação, tecnologia, educação, futuro e governança.

Nas datas analisadas não há nenhuma postagem de caráter político/eleitoral. O agendamento midiático convencional não parece ser um critério de seleção de pauta. Vale destacar que há uma reportagem especial de caráter político republicada do site do Greenpeace, porém o assunto remonta aos retrocessos no campo ambiental a partir da relação com o aniversário de 30 anos da constituição brasileira.

Envolverde nas redes sociais – Facebook³⁹

Nessa rede social, o Envolverde é mais ativo que em seu próprio site, com um volume maior de publicações, o que indica a produção de conteúdos específicos e dirigidos para o público que utiliza o Facebook. Em ambos os períodos de observação, o arranjo veiculou a mesma quantidade de posts, mas isso não indica que haja periodicidade ou que siga um regime de publicação específico. O que se depreende da análise dos dias de publicações é que o arranjo não faz postagens aos finais de semana, uma vez que em ambas as semanas analisadas, do 1º e do 2º turnos, não houve qualquer publicação nesses dias. Nos dias úteis, no entanto, as postagens se alternam e há dias em que nada é veiculado, enquanto em

³⁹ No período analisado o Twitter do Envolverde estava bloqueado e por esse motivo não foi possível analisá-lo.

outros há uma oscilação significativa no número de posts. O número máximo de postagens diárias, considerando ambos os turnos, foi 6 e isso ocorreu nos dias 02/10/18, 22/10/18 e 25/10/18. (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Envolverde

FACEBOOK ENVOLVERDE			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	16	POST PRÓPRIOS	16
01/10/18	0	22/10/18	6
02/10/18	6	23/10/18	1
03/10/18	1	24/10/18	0
04/10/18	3	25/10/18	6
05/10/18	1	26/10/18	2
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	5	29/10/18	1

Fonte: CPCT

No primeiro turno observamos três tipos de postagens nessa rede social e que estão representadas no dia de maior circulação. Há a divulgação de produções relacionadas às questões ambientais e que são veiculadas em outras plataformas (no caso analisado o site de compartilhamento de vídeos Vimeo). Nesse caso é feita apenas uma nota acerca do conteúdo e ela encabeça o post com o link para o conteúdo (categoria shared story), configurando assim o fenômeno de uso da rede como ponto de entrada para o site ou para outra plataforma de conteúdos. Há ainda a adição de fotos em que a imagem de capa da rede social é trocada por cartazes de eventos apoiados ou organizados pela Envolverde (categoria added photos). Dois desses compartilhamentos se referiam ao mesmo evento, um debate com correspondentes internacionais sobre as eleições no Brasil. Há ainda um outro tipo de postagem que é o que remete às produções que são veiculadas pelo site da Envolverde, como é o caso de uma matéria sobre as propostas ambientais dos candidatos ao governo de São Paulo e uma entrevista com uma diretora de filmes de animação. No primeiro caso foi apenas postado o link para a matéria e no segundo foi feita uma nota que encabeçava o link (Figura 1).

Figura 1: Post encabeçado por nota no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do Envolverde, 02/10/2018.

No segundo turno, dois dias tiveram o mesmo volume de publicações, 22 e 25/10/18 e em ambos permaneceu a mesma lógica de composição de conteúdo, ou seja, o compartilhamento de links de conteúdos (notas, matérias ou vídeos) veiculados tanto no site da Envolverde quanto em outras plataformas e a troca da imagem de capa do Facebook para divulgar eventos. Em metade dos compartilhamentos é feito algum comentário acerca do que está sendo postado, mas no dia 22/10 eram apenas frases indicativas. No dia 25, o volume de posts se justificou por conta de um evento que estava sendo promovido pela Envolverde e cada palestrante tinha a sua foto divulgada na rede com uma legenda, tipo de construção que denota a exclusividade do conteúdo para a rede e o uso da plataforma como um canal para divulgação de flashes de notícias factuais. (Figura 2)

Apenas um dos seis posts nesse dia não se referia a isso e era diferente no formato, sendo um link para um evento ambiental. E nesse período não houve qualquer postagem que lembrasse o período eleitoral ou fosse referente à eleição.

Figura 1: Post de imagem encabeçado por legenda no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do Enverde, 25/10/2018.

Jornalistas Livres

(www.jornalistaslivres.org)

O site dos Jornalistas Livres⁴⁰ é funcional, apresenta os ícones de todas as redes sociais onde estão presentes, mas tem um design pouco criativo, as cores são verde, preto e branco. É estruturado em editoriais: Moradia, Política, Direitos Humanos, Cultura, Educação. Há um sistema de busca que permite recuperar as publicações. O site também organiza as matérias por *hashtag* e por categorias, o que permite, ao recuperar uma matéria, ter temas similares como parte da recuperação da informação. As matérias também são organizadas por destaques, mais antigas, próximo *post*, e deixe um comentário/resposta. Tem tradução simultânea para 12 línguas: português, chinês, russo, japonês, francês, inglês, africanês, árabe, alemão, italiano, coreana e espanhol.

No período que estudamos, as datas de maior publicação foram: primeiro turno 3/10/2018; segundo turno 22/ e 29/10/2018. O regime de publicação nessas datas foi de 6 matérias no primeiro turno e de 5 matérias em cada data destacada do segundo turno. Os dias de menor publicação foram 2 e 7/10, 1 matéria cada; e 28/10, nenhuma matéria no segundo turno. O regime de publicação, bastante flexível, indica o total de 24 matérias publicadas nos 8 dias de coleta do primeiro turno, e 22 matérias nos 8 dias da coleta do segundo turno.

GRÁFICO – regime de publicação Jornalistas Livres



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Jornalistas Livres no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

⁴⁰ Todas as referências aqui realizadas são relativas ao período da coleta de nosso estudo (1 a 8/10 e 22 a 29/10/2018).

QUADRO I Matérias publicadas pelos Jornalistas Livres em 03/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI CACÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO
VALTER POMAR: A CATÁSTROFE QUE NOS AMEAÇA	Valter Pomar	Não	Coluna de opinião	A partir dos resultados do Ibope e Data Folha crítica e comenta orientação para as eleições	Há uma foto sem legenda (não há links)	não há comentários/ tags: lutar e resistir; categorias: destaques, direitos humanos; ditadura; eleições
Mulheres pelas lentes das mulheres	Fabiana Ribeiro, Alice Carvalho, Marina Barbim, Natt Fejfar e Paula Rodrigues	Não	Ensaio fotográfico	Seleção de imagens das mulheres em ações pelo #elenão	fotos c/ legenda explicativa; manifestação, individuais; com cartazes, falando	interação entre as fotos, categorias: #elenão; campinas; democracia; direitos sociais; feminismo
Já são 365 dias de dor e indignação contra abusos de poder que mataram cancellier	Moacir Loh e Raquel Wandelli	Não	Reportagem	Ato em memória de ano de morte do reitor da UFSC. Fontes: Padre Vilson Croh; candidato Lédio Rosa de Andrade; estudante Isaac Kofi Medeiros; o trabalhador Marco artins; professor José Isac Pilatti; professor Áureo Moraes.	6 fotos, legendas, 1 link, discurso de Ubaldo Cesar Baltazar.	tags, e categorias
Censura do supremo tribunal federal é inaceitável	Fenaj	Sim	Manifesto/ Nota Oficial	Denúncia contra a censura. Fenaj	Logo Fenaj,	1 comentário. Tags, e categorias
Policiais esturparam meninas durante intervenção militar no rio, aponta relatório.	Arthur Stabile	Sim (DCM)	Reportagem	Ação violenta e criminosa da polícia militar contra moradores da favela e o estupro de meninas, durante intervenção no RJ.Ouvidoria Externa da Defensoria Pública do RJ; ouvidor-geral; moradores; uma jovem vítima	foto(não há links)	não há comentários/ tags, categorias

Derrotar o fascismo, com FERNANDO HADDAD E MANUELA D'ÁVILA!	Jornalistas Livres	Não	Editorial	conclama o voto em Haddad e Manuela Jornalistas Livres	ilustração, #elenão	categorias: AL e mundo; eleições 2018; política
---	--------------------	-----	-----------	---	------------------------	--

Fonte: Pesquisa CPCT/2018.

Os títulos das matérias da coleta da semana que antecede o primeiro turno não trazem a palavra Bolsonaro, ao contrário, o editorial registra os nomes dos candidatos Haddad e Manuela. No entanto, todas as matérias trazem referências a Bolsonaro, seja por suas atitudes de campanha desmerecendo mulheres, a imprensa e os direitos humanos, seja porque a crítica ao então candidato está centrada nas posições dele favoráveis à ditadura e à tortura. No que diz respeito aos gêneros jornalísticos, vemos variedade de gêneros presentes nas publicações da semana: temos duas reportagens, um editorial, um ensaio fotográfico, um manifesto e um artigo de opinião/coluna. Há também diversidade na autoria: somente o editorial leva a assinatura Jornalistas Livres, os demais são colunista, instituição social e jornalistas autores que contribuem com os Jornalistas Livres. Desse modo a função-autor transita entre o jornalista que escreve, a instituição Jornalistas Livres e as vozes de outros colaboradores colunistas.

As instâncias de seleção, composição e circulação são profundamente vinculadas às condições de produção de cada arranjo de jornalistas e emolduradas pelo dispositivo comunicacional que eles criaram. No Jornalistas Livres percebe-se na instância de seleção a temática da política eleitoral, atravessando todas as matérias em diferentes níveis de relevância; há variedade de fontes nas reportagens (desde instituto de pesquisas, a estudantes, profissionais e órgãos públicos) e há multiplicidade de fotógrafos participantes, colunista e a voz de uma instituição. Quanto à instância de composição há um equilibrado uso de fotos, links e audiovisual, e as fontes e o controverso são trazidos para dentro do discurso por meio de *links*, áudios e fotos; quanto à instância de circulação, o site permite uma boa navegação e recuperação de material, hierarquização e relação entre temas por meio das *tags* e das categorias eleitas para classificar e organizar o material publicado. Todo o material do site está relacionado e pode ser circulado por meio dos *links* com os ícones das redes sociais. Chama a atenção o irrelevante número de comentários ao material publicado.

QUADRO II - Matérias publicadas pelos Jornalistas Livres em 22/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI CAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA/ HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
A indústria de mentiras de Bolsonaro não tem limites! Nem a Bíblia Sagrada eles respeitam!	Jornalistas Livres	Não	Notícia/ denúncia	Denuncia roubo de bíblia de Haddad e pede investigação de deputado bolsonarista. Fonte: doador da Bíblia e Haddad	Foto legendaria, com bilhete do doador; vídeo de Haddad.	1 comentário; tag: bíblia roubada, Bolsonaro; Haddad; Categorias: #elenão; calúnia difamação; eleições...
Assassinato de Luiz Eduardo Merlino pela ditadura tem novo julgamento	Jornalistas Livres	Não	Notícia/ denúncia	Informa cancelamento de julgamento sobre tortura e morte de jornalista na ditadura militar. TRF 3. região;	Foto sem legenda; vídeo audiência agente da repressão; links para mais matérias sobre o tema	sem comentário; tags, categorias, mais matérias sobre o tema;
Bolsonaro ameaça prender todos os que discordarem dele	Jornalistas Livres	Não	Notícia comentário	Informa sobre o discurso do candidato para manifestantes e crítica virulência da fala. Fonte: falas de Bolsonaro;	foto legendaria, dois vídeos: um da manifestação outro do Bolsonaro.	Nenhum comentário; categorias: eleição e política.
Democracia dá mais um passo rumo à vitória em Belo Horizonte	Aghata Azevedo	Não	Ensaio fotográfico	registra ato de 30 mil pessoas no #elenão BH. Fotos de manifestantes em Belo Horizonte	portfólio de fotos legendadas com informações sobre manifestação pro Haddad	Sem comentários; tags, categorias
Pobre das Filipinas	Marcos Rolim	Não	Coluna de opinião	Informa e comenta sobre atitudes violentas e fascistas do presidente das Filipinas.	Uma foto, sem link	Sem comentários, tags: Bolsonaro, Trump, Fascismo; Categorias: #elenão; AL Mundo; destaques, ditadura..

QUADRO III - Matérias publicadas pelos Jornalistas Livres em 29/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI CAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO
“Ocupação 9 de julho: o melhor lugar para assistir à eleição de BOLSONARO”	Patrícia Zaidan	Não	Reportagem	Relato sobre o ambiente de emoção da ocupação 9 de julho quando do anúncio da vitória de Bolsonaro. Fonte: Dona Carmem, Preta Ferreira, Jornalistas Livres	2 Fotos com legendas e 1 vídeo.	Tags e categorias, 1 comentário.
O dia que o livro foi traje de gala	Cidinha Silva	Não	Coluna	Artigo em segunda pessoa ressaltando a importância do livro, figura de linguagem para simbolizar o candidato professor. Metaforiza o livro, como professor candidato, direito à educação	linguagem lírica, uma foto	sem comentários, 1 tag, categorias
Futuro incerto para a democracia, o jornalismo e os jornalistas	Fenaj	Sim	Manifesto	Nota de repúdio da Fenaj contra a violência a jornalistas e em defesa da democracia. Fenaj nota oficial	uma foto, logo fenaj	Tags e categorias, 1 comentário.
Deputada eleita do psl faz campanha pela perseguição política de professores em sala	Raquel Wendeli	Não	Reportagem	Reporta a movimentação em Santa Catarina contra a deputada eleita que defende a perseguição de professores. Fontes: Deputada eleita do MBL, Sindicato dos professores, advogada, ex-aluno; petição pública, repúdio da OAB	Fotos, notas de repúdio, log da OAB, panfleto, nota trab. da educação, vídeo da denunciada.	4 comentários, muitas tags, 3 categorias
Como a censura DE FUX A entrevista de LULA constrange o direito	Vinicius Segalla	Não	Artigo	Reporta e comenta a censura exercida pelo ministro Fux, dando palavras a diversos juristas. Fontes: jurista Flávio Leão Bastos, Lenio Luiz Streck, Eloisa Machado	1 foto, vários links de texto dentro da matéria	sem comentários, 4 tags, 3 categorias

Na semana do segundo turno das eleições presidenciais de 2018, o site do Jornalistas Livres teve o regime de publicação intensificado em duas datas: 22 e 29 de outubro, sendo o dia das eleições, dia 28/10 sem qualquer publicação. Nesses dois dias foram publicadas 10 matérias, como mostram os Quadros 2 e 3. Três notícias de 22/10 levam autoria do JL, da redação. O ensaio fotográfico é de autoria da fotografa Aghata Azevedo e a coluna é de autoria de Marcos Rolim. Todas são publicações originais. Na instância de seleção vemos que as fontes estão claramente delineadas, inclusive com falas de Bolsonaro em vídeo, sendo trazidas para dentro da notícia. Esse artifício da interdiscursividade mostrada tem a função hiperbólica de ampliar a crítica ao conteúdo absurdo das falas. Mas é preciso avaliar a validade desse critério para a lógica da circulação dada por *hashtags* e clusters dos rastros dos dados mais citados. Entende-se o esforço do JL de mostrar o contraditório pela voz do próprio enunciador/autor, mas a lógica hipertextualidade pode fazer o usuário navegar para outros lugares de fala e perder o fio condutor da linha editorial do veículo inicialmente acessado, no caso o JL. O contrário também pode acontecer, mas é sempre um risco que a circulação coloca. A multiplicidade de fontes está expressa nas matérias publicadas em 29/10. No contexto de duas reportagens, um artigo, um manifesto e uma coluna tem-se o pós-eleitoral como marca de resistência do movimento popular, denúncia de atos dos eleitos, manifesto contra a censura por parte da Federação dos Jornalistas, sempre presente nos JL; e coluna crítica ao ministro Fux. A instância de composição mostra o recurso a fotos, cartazes, links, vídeos, permitindo o reforço à instância de seleção no que diz respeito a trazer o contraditório para dentro das matérias. Mas é forte a linha editorial, já demarcada pela escolha temática. Quanto à instância da circulação mantiveram-se as *tags*, as categorias e poucos comentários.

De modo geral, observamos que a singularidade do fato sempre vem contextualizada no particular do processo eleitoral de 2018; também faz constantes relações do singular com o período da ditadura militar. O universal é referido claramente como um conjunto de valores democráticos, direitos humanos a que se afilia a linha editorial.

Jornalistas Livres nas redes sociais – Facebook

A coleta feita pelo software Netlytic traz as informações do link da postagem, data e horário, título, autoria, texto ou material postado, vídeo, foto, áudio, quantidade de likes. No primeiro período da coleta, o dia de maior publicação no Facebook foi 6/10. São 75 postagens em dinâmica frenética que em algumas horas do dia são feitos mais de 10 posts. Desse modo, o regime de publicação é como um continuum entre os dias até às madrugadas. Em termos das instâncias a seleção de temas e fontes estão diretamente relacionados à pauta das eleições, mas a pauta do movimento popular de apoio a Hadad, candidato da esquerda. O ponto de vista transita entre olhar de dentro da campanha - daquela fonte militante - e o olhar daquele que faz a cobertura do acontecimento. Esses momentos se misturam muitas vezes. O viés do olhar externo é mais presente quando a temática é tangente às eleições, como por exemplo, quando repercute um fato acontecido na Bahia e informado pelo site Avoador, no dia 6/10/2018.

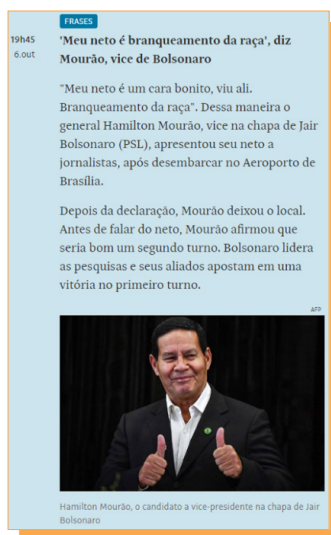
https://www.facebook.com/jornalistaslivres/posts/908230062634205	2018-10-06 21:26:45	Jornalistas Livres	Um professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) foi levado preso à 12ª Delegacia de Polícia, em Salvador, após desentendimento com camelôs que vendiam camisetas do candidato à presidência Jair Messias Bolsonaro (PSL). Cobertura do site Avoador.
---	------------------------	--------------------	--

Fonte:

Também como estratégia de postagem reporta fala de fontes que apoiam a candidatura de Fernando Haddad. A estratégia simula a notícia jornalística, como se vê no destaque abaixo. De toda sorte, há um esforço para mesmo no âmbito do Facebook e da campanha eleitoral, adotada como pauta prioritária, produzir um discurso que se aproxime dos gêneros jornalísticos.

<p>https://www.facebook.com/jornalistaslivres/posts/908224082634803</p>	<p>2018-10-06 20:37:12</p>	<p>Jornalistas Livres</p>	<p>“OS POBRES QUE VOTAREM NESSE BANDIDO VÃO SE ARREPENDER MUITO, VAMOS PASSAR FOME, VÃO TIRAR O NOSSO 13º, TUDO” Ela tem apenas a quinta série, mas mostra uma clareza espantosas sobre a situação política do país. Lurdes Laureana, 76 anos, veio hoje de Ponte Maruim, no município de Palhoça (Santa Catarina) para uma consulta médica em Florianópolis e parou no Terminal de Integração do Centro para dar seu depoimento sobre as eleições. “Vou votar no Haddad porque o Lula foi o melhor presidente do Brasil. Não soltaram Lula porque sabiam que ele ia ganhar”, diz a idosa, com o braço fraturado. “Ladrões são os candidato que falam dele”, afirma. A família toda vai, segundo ela, transferir para Haddad essa gratidão ao ex-presidente pelo apoio aos idosos e aos pobres. E avisa: “Esse bandido do Bolsonaro vai acabar com o Brasil, vai ficar muito pior do que já está”.Raquel Wandelli / Jornalistas Livres</p>
--	--------------------------------	---------------------------	--

Há ainda postagens que repercutem publicações da grande imprensa, exemplo também acontecido no dia 06/10, ao se reproduzir chamadas da Folha de S.Paulo ou do DataFolha. No entanto, esse efeito de citação é para reafirmar o ponto de vista da campanha do candidato Haddad, ou para alertar contra o candidato concorrente, conforme as postagens que seguem, também do dia 06/10. O uso do argumento de autoridade institucional de outros órgãos de imprensa e de institutos é um efeito de sentido importante para a criação de credibilidade usado no jornalismo.



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook dos Jornalistas Livres, 06/10/2018.

As postagens são frenéticas, chegando-se a 212 publicações em 27/10, dia das eleições. Se tomarmos a cobertura das 24 horas do dia, são 8,83 post por hora. É como uma corrida contra o tempo, e alinha de chegada está próxima.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Jornalistas Livres

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Jornº Livres	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Jornº Livres
Post totais	11336	Post totais	26091
Post autor	430	Post autor	973
01/10/18	45	22/10/18	92
02/10/18	60	23/10/18	99
03/10/18	48	24/10/18	106
04/10/18	58	25/10/18	110
05/10/18	58	26/10/18	163
06/10/18	77	27/10/18	212
07/10/18	60	28/10/18	148
08/10/18	24	29/10/18	43

Estamos nos referindo à coleta das postagens de autoria do Jornalistas Livres, porque há postagens de comentários de desafetos, apoiadores e outros colaboradores, chegando-se ao número de 26091 postagens no geral, no segundo período de coleta. O fluxo do regime de publicação é intenso. A instância de circulação é rica em hiperlinks e tags, que remetem a esse montante de interlocuções em likes, comentários e compartilhamentos.

No Twitter a intensidade do regime de publicação se repete. São 463 publicações de 1 a 8/10/2018; e 1162 de 22 a 29/10/2018. Ou seja, efetivamente se construiu uma interlocução entre os que acompanham o Jornalistas Livres e as temáticas por eles abordadas. No primeiro período, o dia 4/10 contou com maior número de tuites, e no segundo período, o de maior publicação foi o dia 25/10. No Twitter a hashtag #elenão ganhou força e movimentou um fluxo nacional e internacional de postagens. No dia 4/10/2018, a tendência das postagens

foi de disseminação dessa hashtag. Como se pode constatar em duas das três seqüências de publicações que seguem.

https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1047849209712533504	2018-10-04 10:01:34	J_LIVRES	Valorização dos professores: por uma Educação de qualidade. Propostas de Fernando Haddad para melhorar a educação https://t.co/pTYASyYjly
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1047860173774249984	2018-10-04 10:45:08	J_LIVRES	#eleNão POR QUE ACHA QUE O TRABALHADOR QUE DEVE PAGAR A CONTA #HaddadSIM #ManuelaSIM https://t.co/l7Z5y0IiS9
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1047881569380311041	2018-10-04 12:10:09	J_LIVRES	#eleNão POR QUE QUER FAZER VOCÊ PAGAR MAIS IMPOSTOS #HaddadSIM #ManuelaSIM https://t.co/tff5XMKZU6

O enunciado chama atenção do leitor problemas e reivindicações que estariam na agenda positiva de Haddad e em uma pauta de ações negativas do ele#não. A estratégia de não nomear o candidato da direita, ajudou no fluxo de rede da campanha opositora. Ele#não traz a objetividade na interlocução que o fluxo de rede com o nome próprio torna dúbio. O volume de ele#não dá volume à campanha que positiva o candidato Haddad. Não nomear o adversário é um ponto positivo para não aumentar o fluxo de rede dele. Essa estratégia é necessária porque os hiperlinks fazem o leitor viajar de página para página, podendo perder o contexto em se situa o enunciado primeiro.

https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055492514206093312	2018-10-25 12:13:20	J_LIVRES	Um texto do caderno Ilustrada publicado na quinta (18) está repercutindo nas redes sociais nas últimas horas por sugerir ação de bots (robôs) nos comentários da publicação da Folha no Twitter. https://t.co/BfamTQYC9n
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055496451256713216	2018-10-25 12:28:58	J_LIVRES	ACORA: A vereadora Mariana Conti e Valério Arcary falam em atividade sobre democracia e eleições em evento promovido pelo DCE/Unicamp https://t.co/xO0MESBDgR

https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055496952761081856	2018-10-25 12:30:58	J_LIVRES	Não adianta pedir desculpas daqui a 50 anos A defesa da democracia está no cerne do jornalismo https://t.co/2qkeVWgPrh
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055506478784802816	2018-10-25 13:08:49	J_LIVRES	Conheça a história de Aparecida das Dores Silva, de Livramento de Nossa Senhora (BA), e saiba como @Haddad_Fernando mudou sua vida como Ministro da Educação. Ela é a primeira de treze irmãos a ingressar no ensino superior. #HaddadÉEducação https://t.co/gRcug8tsow
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055510001178025984	2018-10-25 13:22:49	J_LIVRES	A dança que nos une nos fortalece por Caleidos Cia. de Dança https://t.co/aSDdulbgPF
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055510441882017793	2018-10-25 13:24:34	J_LIVRES	Vamos introduzir uma agenda estratégica de transição ecológica que colocará as políticas ambientais, territoriais, regionais, produtivas, científicas e educacionais como aliadas e instrumentos para construir as bases para um Brasil do futuro mais próspero #HoraDaVirada

Os tuites em destaque, postados no dia 24/10, dia de maior regime de publicação do segundo período de coleta, mostram pautas que vão da denúncia na forma de notícia, nota sobre evento de campanha, nota editorial, depoimento até propostas do programa eleitoral. Mais do que fazer volume de campanha eleitoral, o que se propõe é um engajamento no debate sobre temas fundamentais, em destaque para as questões de cidadania e direitos das minorias, vinculados às decisões eleitorais que enquadrarão o futuro do país e de sua população nos anos seguintes.

Percebe-se a maleabilidade dos editores de Jornalistas Livres em saber gerir as diferentes formas discursivas para o site, o Facebook e o Twitter. Diante das especificidades de cada mídiu, aciona-se um dispositivo comunicacional que demanda certas gêneses discursivas, bem ao que nos traz Bakhtin (1992) quando discute os gêneros dos discursos e a maleabilidade deles dada pelos usos e circulação.

Discurso dos JL remete à urgência da ação transformadora

Como conclusão ainda preliminar, podemos reafirmar que os Jornalistas Livres, categorizados por nossa análise na primeira fase da pesquisa, a partir da autodeclaração, como pertencente ao Núcleo 1, marcadores jornalísticos, independentes e/ou alternativos, do subgrupo 1 identificado como: jornalismo de novo tipo, nascido essencialmente das práticas do movimento social, das mobilizações populares; querem mostrar um outro ponto de vista sobre os acontecimentos. Essa classificação remete a uma formação discursiva/ideológica marcada pela contrariedade aos valores hegemônicos, e busca por meio do jornalismo construir discursos que apontem para a crítica social, a organização dos movimentos sociais e até mesmo dando destaque a abordagens emancipacionistas. Sem, no entanto, deixar de fazer jornalismo. Os Jornalistas Livres mostram esse empenho ao darem tratamento jornalístico aos temas que selecionam da realidade para serem reportados. Esse esforço pode ser medido no trabalho das fontes, na interdiscursividade mostrada, citações diretas remetendo aos contextos de fala da fonte, seja ela portadora do discurso que se quer reiterar ou do que se quer criticar e contestar.

Justificando

(www.justificando.com)

O site do arranjo Justificando tem sua estrutura, ao que parece, formatada a partir do modelo de blog, pois lembra muito o padrão do Wordpress. Tal suposição torna-se mais factível ao realizar pesquisa rápida do código fonte da página, que registra menção ao nome dessa plataforma.

As redes sociais preferenciais, e que aparecem indicadas no canto superior esquerdo da página, são o Facebook, mecanismo pelo qual o compartilhamento é numericamente bem maior, tomando-se como base os textos avaliados nesta fase da pesquisa, e o Twitter. Convém destacar que há ferramentas para compartilhar todos os conteúdos analisados – além dos dois já mencionados, pode-se reproduzir os materiais pelo Messenger e pelo WhatsApp, além de enviá-los por e-mail.

Com o slogan “Mentes inquietas pensam Direito”, o site tem sete itens na lista do *menu* principal: Home (que dá acesso aos subitens Artigos e Notícias); Colunas; Podcast; Livros; Programas (com os subitens Drops, Justificando Entrevista, Jogos de Poder, Explica Aí); Contato (com os subitens Apresentação, Envie seu Artigo) e Pandora (com os subitens O que é Discriminação, O que é Lugar de Fala, Estado de Exceção, A Questão Palestina).

Logo abaixo do *menu*, há um carrossel que traz sete publicações, devidamente com imagens e todas ocupando a extensão horizontal da página. Na sequência, existe um espaço maior, ao centro, em que fica o Destaque, no qual consta uma publicação com imagem maior. Ao lado esquerdo tem-se o Últimas, que são as três publicações mais recentes. Do lado direito tem-se o/a Pandora, espaço para veiculação de material voltado a assinantes (onde consta, por exemplo, na data de 16/4/2020, menção a um curso). Embaixo do Destaque, também centralizado, aparece uma lista de dez publicações, indicadas por horário, sob o título Todos os Conteúdos.

Em uma caixa retangular no pé da página aparecem abas, algumas parecem referenciar inclusive itens já disponíveis no *menu* principal (localizado no topo), divididas em seis colunas: Conteúdo, Mentes Inquietas, Quem Somos, Faça

Parte, Anuncie, Contato. Todas elas apresentam subitens. No caso do contato com a redação, ele é indicado/incentivado a ser realizado por e-mail (redação@justificando.com) e pelas redes sociais Facebook e Twitter.

Tendo como foco basilar o campo jurídico, o Justificando informa ter cerca de 1,5 milhão de visualizações mensais e mais de 175 mil curtidas no Facebook (dados que constam na Home na data de 16/4/2020). Em sua apresentação institucional, disponibilizada no site, o arranjo deixa claro qual é o seu objetivo:

Somos jovens e nosso público é essencialmente jovem. Nossa maior meta a longo prazo é ser a fonte de artigos e notícias jurídicas das gerações que estão chegando agora e das gerações com sede de consumir material questionador, mas que não encontram nada sequer parecido. Queremos influenciar aqueles que amanhã serão os juízes, ministras, promotores, advogadas e professores, como também plantar a semente do questionamento na mente das pessoas que já estão praticando o direito.

Sobre esse aspecto, o logotipo do arranjo remete a uma espécie de inconsciente coletivo que faz lembrar o próprio meio jurídico, com uma ideia/impressão atrelada a um caderno/catálogo de leis. No canto superior direito encontra-se o buscador de conteúdos internos. Não há *hashtags* nem nuvem de palavras na Home e não existe a opção de tradução automática da página para outro idioma.

No que tange aos materiais selecionados para a segunda fase da pesquisa do CPCT, eles são primordialmente conteúdos que foram extraídos, pelo que pudemos aferir, da aba Home (que dá acesso aos subitens Artigos, Notícias) do *menu* principal.

Nesse contexto, as datas de maior publicação no primeiro turno da eleição foram 4/10/2018 (oito conteúdos) e 5/10/2018 (nove). No segundo turno destacam-se as datas de 22/10/2018 (nove conteúdos), 23/10/2018 e 24/10/2018 (com sete cada). No cômputo geral, o regime de publicação, que não teve linearidade quantitativa diária, no primeiro turno foi de 30 textos, patamar quase idêntico ao segundo, com 32 conteúdos, perfazendo assim um total de 62 publicações analisadas.

As datas de menor publicação foram registradas em 1/10/2018 (primeiro turno) e em 25/10/2018 (segundo turno), com dois textos somente. Não houve publicação alguma nas datas de 30/9/2018, 6/10/2018, 7/10/2018 e 8/10/2018 (primeiro turno) e 21/10/2018, 27/10/2018 e 28/10/2018 (segundo turno).

GRÁFICO – regime de publicação Justificando



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Justificando no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Nota-se que na primeira semana de coleta (Imagem 1), representada pelos dias anteriores ao primeiro turno, a contagem das palavras mais citadas pelos conteúdos veiculados traz, com grande ênfase quantitativa, o termo Bolsonaro, seguido por Direito, Estado, Direitos, Brasil e Política, de acordo com a nuvem de palavras. Há menção também ao termo Pandora, que não conseguimos aferir com maior exatidão o motivo por se referir a conteúdos destinados a assinantes.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana que do primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site

Em relação à segunda semana de coleta (Imagem 2), representada pelos dias relacionados ao segundo turno, a nuvem de palavras deixa mais evidente ainda o peso atribuído ao termo Bolsonaro, que aparece com muito mais destaque que os demais. Na comparação com o período anterior analisado, pode-se notar a diminuição de relevância dos termos Democracia, Estado, Direito e até mesmo Brasil.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do *segundo turno* das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Justificando.

A avaliação preliminar das nuvens de palavras nos possibilita inferir que tanto no primeiro quanto no segundo turno o arranjo Justificando acabou tendo seus conteúdos pautados pela campanha de Bolsonaro - dos 62 textos analisados, apenas cinco (8%) não tinham menção alguma ao tema eleitoral. Neles, os assuntos abordados foram o papel do juiz de exceção; a situação do sistema prisional; alteração de artigo do Código Penal; crítica ao judiciário nacional quanto ao julgamento de ações; e aspectos jurídicos vinculados ao sistema de adoção à brasileira.

Cumprir destacar que mesmo tendo uma perspectiva eminentemente crítica, a *agenda setting* do Justificando foi bastante baseada pela lógica de acompanhamento do que era proferido pela campanha bolsonarista, quando não pelo próprio candidato. A análise mais pormenorizada das publicações poderá aferir ou não essa tendência mostrada pela nuvem de palavras.

QUADRO 1 – – Conteúdos coletados na data de 5/10/2018

TÍTULO	AUTORIA	REPUBLIÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
O autoritarismo de Luiz Fux e a vista grossa de Dias Toffoli	Alberto Lopes da Rosa	Não	Artigo	Crítica aos ministros Luiz Fux e Dias Toffoli (STF)	Decisões dos ministros Luiz Fux e Dias Toffoli proibindo entrevista de Lula para a Folha de S.Paulo	Montagem sobre foto de Dias Toffoli (aparece com venda no olho), apenas 1 link interno para conteúdo relacionado ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (222 no Facebook), há várias tags
Advogados criminalistas precisam tomar partido	Djeferson Amadeus	Não	Artigo	Crítica a advogados criminalistas que pretendem votar em Bolsonaro	Referências em Freud, Erich Fromm, Boétie	Foto da Reuters (detentos no Carandiru), 4 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (252 no Facebook), há várias tags
A necessidade do PT em superar as diversas faces do antipetismo	Luri de Oliveira Araujo Soares	Não	Artigo	O antipetismo presente na atual campanha presidencial	Últimas votações do PT para a Presidência da República, pesquisas da corrida eleitoral da campanha atual (em especial o índice de rejeição dos candidatos)	Imagem (que parece ser montagem) de Lula com Haddad, 6 links internos para conteúdos relacionados aos temas	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (90 no Facebook), há várias tags

Quem tem medo da Constituição?	Bruno Camiloto/ Marcus Paulo Barbosa	Não	Artigo	Desafios relacionados à manutenção dos princípios democráticos estabelecidos pela Constituição Federal	Debate público, inclusive nas campanhas, a respeito dos preceitos da Constituição Federal; autores que criticam e outros que defendem a Carta Magna	Montagem com imagem da Constituição Federal, 4 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (1.12 no Facebook), há várias tags
Voto: um direito fundamental também do trabalhador e da trabalhadora	Jorge Luiz Souto Maior	Não	Artigo	Coerção de empregadores sobre trabalhadores em relação à disputa presidencial	Processos na Justiça do Trabalho, Constituição Federal, Reforma Trabalhista, Código Civil	Constituição Federal, decisões da Justiça do Trabalho a respeito de trabalho em dias de votação, Código Civil, análise da Reforma Trabalhista	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (319 compartilhamentos) que aparece no pé do conteúdo, como se fosse uma espécie de pop-up, mas não dá para saber em qual(is) rede(s) ocorreu compartilhamento; há várias tags
Tenho medo das “pessoas comuns” que veem em Bolsonaro um exemplo	Sara Vieira Antunes	Não	Artigo	Ódio às diferenças propagado pela campanha Bolsonaro e o que representa para o Estado democrático de direito	Situação vivida pela autora, posições públicas assumidas pela candidatura Bolsonaro	Montagem sobre foto de Maria do Rosário, 3 links internos com conteúdos que se relacionam ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais, a lista de redes sociais para compartilhamento aparece em um formato diferente, como uma espécie de pop-up no pé da página, há várias tags

<p>A Pseudoinvestigação: o Investigador Fajuto e o Investigador Fingido</p>	<p>Rômulo de Andrade Moreira</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo</p>	<p>Crítica ao Judiciário brasileiro no julgamento de ações/questões relacionadas à esfera pública e política</p>	<p>Artigo de Susan Haack</p>	<p>Montagem feita em imagem inicial, 8 links internos para conteúdos relacionados ao tema</p>	<p>Não há espaço de comentários, há compartilhamento nas redes sociais (49 no Facebook), há várias tags</p>
<p>Acesso à Justiça e os 30 anos da Constituição Federal</p>	<p>Mônica de Melo</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo</p>	<p>30 anos da Constituição Federal</p>	<p>Contexto trazido pela campanha presidencial, em especial, ataques promovidos aos direitos humanos e sociais por parte da campanha Bolsonaro; a situação dos desafios a serem vencidos ainda pelo Estado brasileiro</p>	<p>Não dá para saber se se trata de montagem a ilustração que fica no início do artigo, não há link algum para conteúdo interno relacionado ao tema</p>	<p>Não há espaço de comentários, há compartilhamento para redes sociais (6 no Facebook, número muito abaixo de outros conteúdos analisados), há várias tags</p>
<p>Bolsonaro sofreu um atentado muito grave, mas isso o torna um herói?</p>	<p>Tiago Vinicius A. dos Santos</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo</p>	<p>Como o atentado sofrido por Bolsonaro acaba inculindo uma falsa simetria heróica à sua candidatura</p>	<p>Discussão sobre o conceito jurídico e filosófico de discriminação, opiniões públicas focadas na intolerância emitidas pela candidatura Bolsonaro</p>	<p>Foto de Bolsonaro com crédito da Agência Brasil, 13 links internos com conteúdos relacionados ao tema</p>	<p>Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (271 no Facebook), há várias tags</p>

Apesar de não nominar necessariamente no título o termo Bolsonaro, a grande totalidade dos conteúdos presentes nas datas de maior quantidade de publicações coletadas no primeiro turno (5/10/2018) faz referência, direta ou indiretamente, à campanha eleitoral do candidato.

Passa praticamente incólume a menção a Haddad ou a outro candidato. Há textos relacionados ao movimento “Ele não”, aos 30 anos da Constituição Federal (com menção aos riscos da candidatura Bolsonaro) e à decisão do ministro Luiz Fux, ratificada por Dias Toffoli, em que o Supremo Tribunal Federal proibiu entrevista de Lula ao jornal Folha de S.Paulo. Todos os materiais, sem exceção, são produzidos especificamente para veiculação no Justificando.

Quanto aos gêneros jornalísticos, há exclusivamente artigos opinativos e uma crônica, os quais são normalmente bastante extensos – não parece haver limite restritivo de tamanho. Alguns deles fazem uso de notas de rodapé, sendo redigidos mais próximos ao formato de um texto acadêmico.

Os autores, em sua maioria, são todos vinculados à esfera jurídica – do total das 62 publicações analisadas, apenas seis eram de pessoas que, aparentemente, não têm vínculo direto com a área: Linguística, Antropologia, Economia, Sociologia, Comunicação e História. Convém destacar que aquilo que o arranjo comumente denomina como notícias são, na verdade, artigos. Por sua vez, o que é chamado por colunas está mais, na realidade, para a tradicional divisão que se conhece dos assuntos por editorias jornalísticas.

A instância de seleção é muito pautada pela *agenda setting* eleitoral, especialmente no que se refere à campanha de Bolsonaro. A fonte para a concepção dos artigos é a cobertura da mídia (não dá para ter clareza se os arranjos alternativos e independentes têm presença nesse espectro ou se tudo vem, realmente, da imprensa hegemônica), declarações públicas da campanha de Bolsonaro e do próprio candidato, além de referências a autores dos mais diversos campos científicos.

No que se refere à composição, normalmente se tem uma foto ou montagem (geralmente sempre com a atribuição do devido crédito) no início do artigo e links para outros conteúdos internos (artigos) vinculados ao tema tratado. Não há espaço destinado a comentários, mas há várias *tags*, as quais auxiliam a classificar e a organizar os materiais. Existe ainda mecanismo disponível para

compartilhamento dos conteúdos por redes sociais – Facebook (que é a forma mais utilizada), Twitter, WhatsApp e Messenger – e também por e-mail.

Sobre a ênfase verificada no Facebook, convém chamarmos atenção à explicação dada pelo diretor de redação do arranjo, que é formado em Direito pelo Mackenzie, na entrevista aprofundada concedida por ocasião da primeira etapa da pesquisa do CPCT: “(...) a gente não responde mensagens internas de Facebook muitas vezes (...) O que chega no e-mail, com certeza é respondido ou pelo menos lido (...)”

QUADRO 2 – Conteúdos coletados na data de 22/10/2018

TÍTULO	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO SIM OU NÃO	CÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Os erros de Mailson da Nóbrega	Carlos Frederico Alverga	Não	Artigo	Esclarecimentos sobre informações erradas passadas por Mailson da Nóbrega sobre funcionalismo público e empresas estatais	Artigo de Mailson da Nóbrega, com incorreções, sobre os 30 anos da Constituição Federal, publicado na revista Veja	Parece se tratar de montagem sobre foto de Mailson de Nóbrega tendo ao fundo o prédio do Ministério da Fazenda	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (29 no Facebook), há várias tags
STF preso amanhã	Fuad Faraj	Não	Artigo (em estilo de crônica)	O que esperar da posição antidemocrática de Bolsonaro às instituições democráticas do país, inclusive o STF	Declaração pública de Eduardo Bolsonaro pelo fechamento do STF, perfil da trajetória militar e parlamentar de Bolsonaro	Montagem sobre imagem de Bolsonaro, 7 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (259 no Facebook e 2 pelo Twitter), há várias tags

Técnica Jurídica: Princípio Democrático contra as fake news	Gustavo Borges Mariano	Não	Artigo	Disseminação de fake news pela campanha Bolsonaro	Reportagem da Folha de S.Paulo sobre pagamento a empresas de impulsionamento de mensagens pela campanha Bolsonaro, denúncia do caso pelo PT ao TSE	Montagem sobre estátua da Justiça, 9 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (70 no Facebook), há várias tags
O Brasil tem instituições fortes, mas a serviço de quem?	Felipe Araújo Castro	Não	Artigo	Crítica às posições assumidas e defendidas pelo STF	Histórico de posicionamentos do STF, posições corporativistas e de aproximação a Bolsonaro por parte de Dias Toffoli	Montagem (sem identificação clara de que se trata de uma), 4 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (450), mas não é possível se saber por quais, já que essa informação aparece de forma diferente, como se fosse um pop-up no final da página; há várias tags
O cerceamento jornalístico nos casos de violência eleitoral	Emerson Erivan de Araújo Ramos	Não	Artigo	Homofobia induzida pela campanha eleitoral de Bolsonaro	Relato particular de caso real próximo	Montagem sobre foto de Bolsonaro e bandeira nacional, 8 links internos para conteúdos relacionados ao tema, fac-símile de boletim de ocorrência	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (72 no Facebook), há várias tags
Não existe combate à corrupção com tribunal fechado	Leandro Miti-dier	Não	Artigo	Combate à corrupção só se dá com imprensa livre e instituições fortes em um Estado democrático de direito	Fundamentação teórica a partir de estudiosos, história do Brasil e mundial	Montagem com imagem de pato da Fiesp e avenida Paulista ao fundo; 7 links internos para conteúdos relacionados ao tema	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (1,1K no Facebook), há várias tags

<p>Lema de Bolsonaro, também usado no Nazismo, vai contra nossa “Era dos Direitos”</p>	<p>Paulo Roberto Iotti Vecchiatti</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo (bastante longo)</p>	<p>O artigo, extrema e longamente analítico, mostra os graves riscos contidos na eleição de Bolsonaro nas esferas social, econômica e política e ao próprio Estado democrático de direito</p>	<p>Posições públicas da campanha Bolsonaro, do candidato, do seu vice e de seus apoiadores/eleitores; grande referência bibliográfica pautada em diversos estudiosos</p>	<p>Foto, sem crédito, que mostra manifestação de trabalhadores (talvez nos Estados Unidos), 4 links internos para conteúdos relacionados ao tema</p>	<p>Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (913), mas não é possível saber em quais redes, já que esta lista aparece em um formato diferente, como uma espécie de pop-up no pé da página; há várias tags</p>
<p>Que tipo de jurista vota em Bolsonaro</p>	<p>Bruno Baghim</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo</p>	<p>Questiona como juristas podem votar em Bolsonaro, usando para isso o próprio ordenamento jurídico violado pelo candidato</p>	<p>Posições públicas da campanha Bolsonaro (controle do STF, uso de fake news, intolerância a minorias)</p>	<p>Montagem sobre foto histórica de agentes nazistas, 16 links internos com conteúdos relacionados ao tema e há um hiperlink específico, no meio do texto, para artigo anterior do autor, algo que não é usado como forma de edição pelo arranjo</p>	<p>Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (9,5K no Facebook), há várias tags</p>
<p>O Brasil, mais do que nunca, precisará de sua corte constitucional</p>	<p>Marcus Vinícius Siqueira Dezem</p>	<p>Não</p>	<p>Artigo</p>	<p>Crítica ao papel do STF nos últimos anos e perigo de proposta de Bolsonaro de aumentar o número de ministros (maioria em seu governo)</p>	<p>Posicionamentos públicos da campanha Bolsonaro (contra STF, polarização extrema, discurso do ódio)</p>	<p>Montagem com Bolsonaro e ao fundo o Palácio do Planalto, 7 links internos para conteúdos relacionados ao tema</p>	<p>Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (6 no Facebook), há várias tags</p>

Conforme comentamos inicialmente, o regime de publicações do Justificando se mostrou, quantitativamente, o mesmo nos dois momentos de coleta - 30 conteúdos no primeiro turno e 32 no segundo. Em relação ao último período, ao observar as datas com maior publicação (22/10/2018 com nove textos e 23/10/2018 e 24/10/2018 com sete cada), verifica-se pelos títulos um clima de preocupação em virtude de uma iminente vitória de Bolsonaro, o que se espria em menções críticas ao candidato, à sua campanha e à lógica neoliberal defendida pelo candidato - um artigo, especificamente, discorre a respeito das ideias errôneas e clichês que prevalecem majoritariamente no imaginário social e da mídia hegemônica a respeito do funcionalismo público e das empresas estatais.

Prevalece a lógica de publicação de artigos opinativos, predominando autores da esfera jurídica, com argumentações longas e no geral bem fundamentadas. Novamente, a *agenda setting* que comanda esse período, no arranjo Justificando, é a campanha de Bolsonaro, cujo ideário é comparado dessa vez a regimes totalitários e fascistas - há associações da figura dele diretamente à de Adolf Hitler e a do ex-primeiro ministro italiano Silvio Berlusconi.

O relato da imprensa (e muito provavelmente aquela ancorada na mídia hegemônica) também ganha corpo nessa fase, servindo de ingrediente para alguns dos temas tratados como, por exemplo, a contratação por empresas simpatizantes à candidatura de Bolsonaro de serviço de disparo em massa de *fake news*, transformadas em mensagens instantâneas.

A mecânica de composição do texto permanece idêntica, o mesmo valendo para a ausência de comentários (continua não existindo espaço para isso), a vigência de muitas *tags* e a possibilidade de compartilhamento por redes sociais, com a manutenção do Facebook como meio primordial de circulação das informações/artigos.

Dessa maneira, observando-se os dois períodos de coleta, podemos inferir, numa avaliação mais geral, que a singularidade dos fatos/episódios retratados aparece contextualizada pelas particularidades advindas do processo eleitoral em questão. Talvez até mesmo por se tratar de um veículo destinado primordialmente ao meio jurídico, a perspectiva universal é referenciada com base na defesa do Estado democrático de direito.

A linha editorial tem um posicionamento muito claro, como se depreende da fala do próprio diretor de redação na entrevista dada na primeira fase da pesquisa do CPCT:

(...) o Justificando tem uma linha editorial muito clara. Então, a gente baseia tudo que a gente faz no antipositivismo, na luta no feminismo, no feminismo negro, a gente pauta o que a gente faz, qual a outra bandeira que a gente... antiproibicionismo. Então, a marca do nosso editorial é uma marca compromissada com os direitos humanos. Logo, têm certas pautas que a gente certamente vai dar de uma forma crítica, entendeu, porque a gente é compromissado intelectualmente com a solidez da nossa linha editorial.

Preliminarmente, pelo que aferimos em nossa análise, pode-se reafirmar o arranjo Justificando dentro da lógica em que foi categorizado na primeira fase da pesquisa, pertencendo assim ao Núcleo 3 (autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/sem outra identificação). Dentro dessa nucleação, ele se encaixa, de fato, no subgrupo 1: “Conteúdo de temas da cidadania. Jornalismo voltado para prestar serviços a diferentes públicos, comprometidos de alguma maneira com os direitos humanos (em amplo leque de aspectos: jurídico, cidade, educação, migração etc).”⁴¹

Tal classificação reforça a ideia da formação ideológica do arranjo, que é contrária à visão generalista hegemônica, que se traduz em um discurso, na óptica jornalística, voltado a uma crítica social e à busca de valores pautados na defesa dos direitos humanos na sua mais ampla perspectiva, como mencionado anteriormente na fala do diretor de redação.

Além disso, acreditamos ser possível, sim, encaixar o Justificando como um arranjo produtor de jornalismo, em que pese o aspecto opinativo de seus conteúdos, traduzido no formato de artigos. Para isso, vale a explicação dada pelo diretor de redação acerca da própria iniciativa: “(...) sem dúvida nenhuma é um jornalismo, jornalismo crítico que é opinativo, né, que traz uma visão progressista das questões de direitos humanos e jurídicos.”

Mesmo sem formação em Jornalismo, o diretor tem uma concepção muito clara da esfera e até da *práxis* jornalística – lembramos que ele é advogado com

⁴¹FICARO, Roseli (org.). As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: ECA-USP, 2018, p. 48.

habilitação concedida por uma universidade particular. Tal caráter perpassa pela maneira como os conteúdos são veiculados no arranjo a partir de uma análise crítica da conjuntura nacional, aprofundando discussões e assuntos que, por muitas vezes, não são alvo de um fazer jornalístico que se queira objetivo e capaz de contextualizar os fatos do cotidiano.

Justificando nas redes sociais – Facebook

A presença do Justificando nas redes sociais faz dele um dos quatro maiores publicadores nessa rede social entre os arranjos estudados. Foram 114 postagens na semana do 1º turno, com maior volume no dia 06/10/18 (40 posts) e 71 postagens na semana do 2º turno, com maior volume no dia 27/10/18 (19 posts). (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Justificando

FACEBOOK JUSTIFICANDO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	114	POST PRÓPRIOS	71
01/10/18	1	22/10/18	9
02/10/18	6	23/10/18	9
03/10/18	15	24/10/18	8
04/10/18	20	25/10/18	10
05/10/18	12	26/10/18	7
06/10/18	40	27/10/18	19
07/10/18	14	28/10/18	0
08/10/18	6	29/10/18	9

Fonte: CPCT

O arranjo não se mostra alheio ao processo eleitoral, pelo contrário, se posiciona em termos de produção e divulgação de conteúdo em favor das questões democráticas e do respeito às instituições e traz conteúdos relacionados às questões de direitos e legalidades, ao mesmo tempo que aborda as questões eleitorais. Observa-se que apesar de não ter periodicidade definida o arranjo busca fazer publicações diariamente, inclusive aos finais de semana. Nesse regime de publicação, aparentemente se tenta publicar a cada hora ou a cada meia hora e,

em casos excepcionais como no dia 06/10/18 que teve 40 postagens, a cada 15 minutos. Nota-se que se busca um intervalo temporal regular entre os posts. Não há horário definido para o início das postagens, mas elas podem começar em torno das 7h e ir até depois das 22h.

No dia 06/10/18 elas iniciaram às 7h02 e foram até 21h02 com intervalos que variavam de 15 a 30 minutos entre elas. Nesse dia e no dia seguinte (07/10/10, dia do pleito) todas as postagens eram antecedidas da expressão #Eleições2018, mesmo em post que não tinham a eleição como assunto principal ou se relacionavam muito tangencialmente a ela como a questão do consumo de drogas.

A composição dos posts no Facebook é bastante similar. Normalmente se retira um trecho do artigo ou notícia que se está repercutindo e coloca-se como descrição do post que traz uma imagem e o título do artigo ou notícia original e que ao clicar nele o leitor é remetido para o site do Justificando. No entanto, devemos observar que, conforme análise do site desse arranjo, não houve 40 novos conteúdos veiculados no dia 06/10/18 no site desse arranjo. A estratégia deles para fazer as postagens no Facebook foi requestrar materiais já publicados, ou seja, os posts eram dessa data, mas os textos originais já tinham sido divulgados pelo site em dias anteriores. (Figuras 1 e 2)

Figura 1: Post veiculado no Facebook do Justificando com notícia de pesquisa



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do Justificando, 06/10/2018.

Figura 2: Notícia veiculada no site do Justificando



Fonte: Arquivo CPCT/ Site do Justificando, 24/07/2018.

Justificando no Twitter

O Twitter é menos utilizado pelo Justificando. As publicações foram, respectivamente três e quatro vezes menores nesta rede do que no Facebook nos mesmos períodos. Na semana do 1º turno foram 35 tuítes com pico no dia 04/10/18 quando o arranjo tuitou 14 vezes e no 2º turno foram 18 tuítes com pico no dia 22/10/18 com apenas 5 tuítes ao longo do dia. (Tabela 2)

Tabela 2: Regime de publicações no Twitter do Justificando

TWITTER JUSTIFICANDO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	35	POST PRÓPRIOS	18
01/10/18	1	22/10/18	5
02/10/18	2	23/10/18	4
03/10/18	13	24/10/18	2
04/10/18	14	25/10/18	4
05/10/18	3	26/10/18	1
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	2	29/10/18	2

Fonte: CPCT

O Twitter também funciona como um instrumento de divulgação das notícias e artigos veiculadas no site do Justificando. Essa divulgação obedece à seguinte lógica: as notícias produzidas pelo arranjo trazem um texto que encima a imagem com o link para a página do site, já os artigos são veiculados apenas com a imagem do link, sem textos criados pelo arranjo. Observamos que também não é comum para este arranjo a prática de retuitar outros participantes do Twitter.

No segundo turno houve uma mudança na postura do arranjo e ele passou a tuitar apenas os links para as notícias e artigos no site sem qualquer texto que encimasse essas publicações. Isso demonstra também que o canal de circulação de seu conteúdo é o site, tendo as redes sociais papéis acessórios para estimular a visita ao site.

Figura 1: Tuíte veiculado no 1º turno com texto de apresentação.

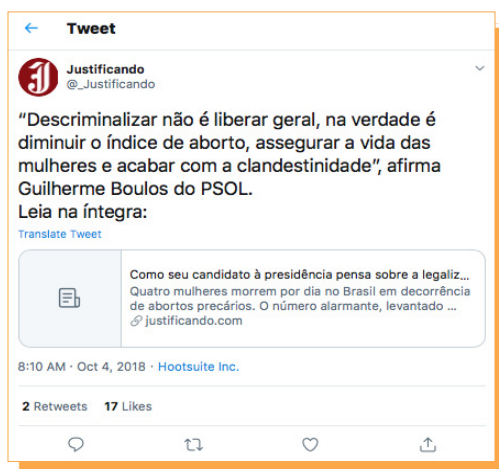


Figura 2: Tuíte veiculado no 2º. Turno, Sem texto de apresentação.



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter, 2018.

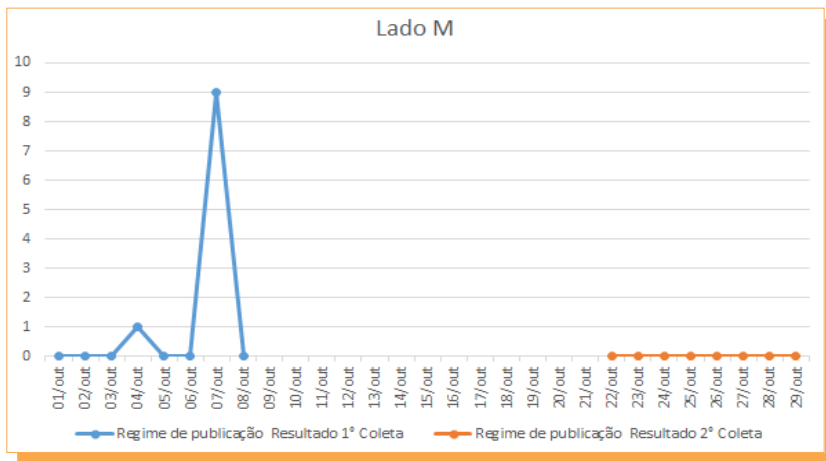
Lado M

(<https://medium.com/lado-m>)

O site Lado M é hospedado na plataforma *Medium* e possui um design bastante simples, com uma logomarca disposta no topo da *homepage* (com fonte similar a usada pela própria plataforma), editorias distribuídas em seis abas (feminismo, mulheres reais, comportamento, saúde, cultura e cotidiano) botões para suas contas no *Facebook* e *Twitter* e um conjunto de links para matérias dispostos em guia vertical com critério de composição baseado exclusivamente na data de publicação (possivelmente em decorrência das próprias limitações técnicas da plataforma *Medium*). Diante de cada link consta uma fotografia da matéria, o título e subtítulo do texto e os créditos de autoria. Percebe-se que o regime de publicação, em linhas gerais, é bastante flexível e fragmentário, com um número reduzido de textos publicados a cada mês. As únicas marcas próprias ao *design* da página, isto é, que não decorrem dos padrões gráficos da plataforma *Medium*, são a imagem da logo e o fundo em vermelho das abas superiores e inferiores da *homepage*. Devido ao fato de estar hospedado em uma plataforma de compartilhamento de textos com regras de publicação próprias, não há nenhum tipo de anúncio publicitário no site, o que o torna, apesar de visualmente simples, acessível em termos gráficos.

No período determinado para coleta o Lado M só recebeu atualização em duas circunstâncias, ambas na primeira fase da coleta (entre 01/08/2018 e 08/08/2018). O site recebeu uma contribuição em 04/02/2018 (matéria voltada a promover a votação em candidatas com pautas feministas nas eleições presidenciais de 2018) e nove resenhas críticas, todas publicadas em 07/08/2018 (que serão, portanto, objeto de análise neste estudo). A descontinuidade no regime de publicação reflete o caráter voluntário e não lucrativo do portal, conforme destacado ainda na primeira fase da pesquisa. As autoras e sócias da iniciativa atuam em outros projetos (como realização de palestras, por exemplo) e, por esta razão, se dedicam esporadicamente à alimentação do Lado M.

GRÁFICO – regime de publicação Lado M



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Lado M no período da coleta semanal do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta (única a retornar resultados para análise), a contagem das palavras mais citadas pelas resenhas críticas de literatura e filme publicadas conferiu destaque aos seguintes termos: mulheres, livro, mulher, vida, história, histórias, cartas e amor.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Lado M.

Os resultados quantitativos da nuvem de palavras indicam que a temática das eleições não recebeu qualquer cobertura do Lado M no dia delimitado para a análise. O motivo deste resultado é que as nove publicações identificadas no dia 07/08 são de resenhas críticas de obras literárias e filme com temática feminista, escritas por colaboradoras do portal. Ademais, apesar de os produtos culturais selecionados para crítica jornalística retratarem temas de interesse ao Lado M (predominantemente o empoderamento feminino e a história de mulheres vítimas do patriarcado), nenhum deles se articula ou suscita questões que pudessem motivar um diálogo com o período eleitoral.

QUADRO I - Matérias publicadas pelo Lado M em 07/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Nunca houve um castelo, ou a história contemporânea da cidade maravilhosa	Cris Chaim	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	50 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Brasil; Cultura Lado M; Livros; Resenha, Críticas.
Cartas secretas jamais enviadas nos faz pensar nas principais questões humanas	Marina Morais Caporrino	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	51 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Brasil; Cultura Lado M; Livros; Resenha, Crítica.
Conheça mulheres incríveis com o livro ousadas, de Pénélope Bagieu	Carolina Carretin	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	61 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Feminismo; Livros; Resenha.
Carotas mortas e o descaso da sociedade	Thais Lombardi	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	54 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Resenha; Livros; Femicídio.
Craça e fúria é sobre sororidade e força	Cabrielle M.	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	50 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Livros; Resenha; Críticas

Livro de Liudmila Petruchévskaja reúne folclore russo e crítica ao regime soviético	Carolina Carretin	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	111 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Livros; Resenha; Críticas
O peso de ser mulher retratado em cinco graças	Graciela Paciência	Não	Crítica de cinema	Não há fontes	Há uma foto do filme sem legenda. Não há links.	72 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Filmes; Resenha; Críticas
Os números do amor e o autismo feminino	Thaís Lombardi	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	55 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Autismo; Livros; Resenha.
Queria que você me visse é muito mais do que apenas um romance de verão	Marina Moraes Caporrino	Não	Crítica literária	Não há fontes	Há uma foto do livro sem legenda. Não há links.	50 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Brasil; Cultura Lado M; Livros; Resenha, Críticas.

O único gênero jornalístico presente no dia da coleta é a crítica literária/de cinema, com autoria distribuída entre seis colaboradoras do Lado M (Thaís Lombardi, Marina Moraes Caporrino, Graciela Paciência, Carolina Carretin, Gabrielle M. e Cris Chaim). As instâncias de seleção e composição refletem o teor dos textos. Por se tratarem de breves críticas de romances e filmes escritos e dirigidos por mulheres (que dialogam com questões feministas e de gênero), não há fontes entrevistadas em nenhum dos textos e as únicas imagens são das capas dos livros (em suas edições em português) e de uma cena do filme “Cinco Graças”, ficção da diretora turca Deniz Gamze Ergüven^o. Já no que diz respeito à instância de circulação, há um modesto engajamento em todas as publicações (em média 50 reações), retratado pelos botões de aprovação disponíveis na plataforma *Medium* ao final de cada matéria (os *claps*) que se assemelham aos *likes* do *Facebook*. Apesar disso, não há comentários em nenhuma das publicações. Por fim, cada conteúdo é identificado por *tags* genéricas que permitem o seu rastreamento temático e por editoria no site.

Em linhas gerais, o regime pouco expressivo de publicação do site Lado M no período eleitoral resulta de seu caráter voluntário e não lucrativo, de modo que as publicações no dia analisado são de temas que exigem pouca apuração jornalística e retratam muito mais as preferências literárias e cinematográficas

cas das autoras do que assuntos de relevância pública. Nenhum livro ou filme analisado dialoga com o contexto eleitoral ou com as questões feministas que vieram à tona no período, sobretudo como reações às declarações misóginas do então candidato à presidência Jair Bolsonaro. A participação no portal soa, pela análise feita, como um *hobby* para as autoras, que escrevem sobre temas de interesse pessoal (gravitando por temáticas feministas) quando dispõem de tempo livre para tal. O pertencimento ao Núcleo 3 a partir da autodeclaração, isto é, como um veículo que se vale de ao menos um critério jornalístico ou não possui outros marcadores de identificação, aproximando-se aqui de uma segmentação por gênero e com conteúdo de viés feminista que retrata o empoderamento das mulheres (vinculado a autoestima e ao desenvolvimento de competências) é em certo sentido pertinente, uma vez que todas as nove obras que receberam resenha crítica no site foram escritas por mulheres engajadas em questões feministas e de gênero. Não obstante, a falta de articulação com a pauta eleitoral no dia analisado (o tema só recebera atenção em matéria veiculada em 04/08/2018, que não compôs o corpus de pesquisa) transparece uma insuficiência de compromisso com o interesse público, haja vista que o site poderia ter se dedicado a escrever matérias sobre o período eleitoral mesmo não dispondo de recursos financeiros para uma cobertura dedicada. Uma alternativa viável seria, por exemplo, enfocar-se em colunas de opinião sobre questões alinhadas à pauta política.

Lado M nas redes sociais – Facebook

Não é possível identificar um regime de publicação também nas redes sociais do Lado M. Nas duas semanas da análise foram feitos 22 posts ao longo da primeira e apenas 3 na segunda, no último dia. Mesmo afirmar que não são feitas postagens nos finais de semana é arriscado pois apesar disso acontecer no Facebook, não se repete no Twitter. Três dias concentraram o maior volume de publicações no primeiro turno no Facebook (01, 04 e 08/10/18) com cinco postagens. No segundo turno houve apenas três postagens no dia 29/10/18. (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do portal Lado M

FACEBOOK LADO M			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	22	POST PRÓPRIOS	3
01/10/18	5	22/10/18	0
02/10/18	3	23/10/18	0
03/10/18	4	24/10/18	0
04/10/18	5	25/10/18	0
05/10/18	0	26/10/18	0
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	5	29/10/18	3

Fonte: CPCT

As postagens do Lado M não guardam uma relação síncrona com as publicações no site. Em 90% dos posts a relação é assíncrona, ou seja, o texto original no site, para qual o post remete, é de uma outra época. Na primeira semana, por exemplo, a maior parte deles havia sido produzido em 2015. No entanto o portal teve postagem própria para a rede social (apenas uma) e também postagem síncrona (uma também), que foram veiculadas no Facebook na mesma data que no site. As postagens normalmente trazem um texto que encima a imagem do link para o site e não é um texto jornalístico. O modo mais comum de expressão é ele ser um excerto do texto original colocado entre aspas. As três postagens realizadas no segundo turno são semelhantes à maioria dos posts da semana analisada no primeiro turno: assíncronas (duas de 2015 e uma de 2018), com excertos encimando as imagens dos links e sem referência direta à questão eleitoral. (Figuras 1 e 2)

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do portal Lado M, 08/10/2018.

Figura 2: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do portal Lado M, 18/12/2015.

Lado M no Twitter

No Twitter o Lado M teve um volume muito superior de publicações, tanto em relação ao site quanto em relação ao Facebook. Foram 46 na primeira semana de análise, com pico de 15 postagens no dia 01/10/18 e 87 na segunda semana, mas com a grande maioria concentrada em apenas um dia: foram 58 tuítes em 29/10/18. Da mesma forma que ocorre no site e no Facebook, percebe-se que não há um regime de publicação constante e regular, apesar de quase todos os dias serem feitos tuítes, inclusive nos finais de semana. (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Twitter do portal Lado M

TWITTER LADO M			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	46	POST PRÓPRIOS	87
01/10/18	15	22/10/18	4
02/10/18	4	23/10/18	4
03/10/18	10	24/10/18	8
04/10/18	4	25/10/18	4
05/10/18	1	26/10/18	1
06/10/18	0	27/10/18	5
07/10/18	3	28/10/18	3
08/10/18	9	29/10/18	58

Fonte: CPCT

A partir da observação do dia com maior volume de tuítes no primeiro turno observa-se que a estratégia para esta rede social é semelhante à adotada para o Facebook. São feitas postagens com excertos de textos que foram veiculados no site em um período anterior. Neste dia há ainda um outro elemento a ser destacado. A maior parte das matérias referem-se a questões de raça e veicula a #MeuRacistaSecreto, enquanto outros tuítes reprisam o que foi feito no Facebook. No segundo turno houve um tuíte em que a autoria não é atribuída ao @SiteLadoM, mas a @jessblee e não conseguimos identificar o motivo, uma vez que só aconteceu neste arranjo. Além disso há uma variedade maior de postagens, mas nada jornalístico. Além dos excertos com links para textos do site, há frases de personalidades e um grande volume de retuítes, o que justifica o grande número de postagens no dia 29/10/18. Também neste segundo turno

percebe-se um volume maior de postagens acerca da eleição para presidente, o que não ocorreu no turno anterior e nem no Facebook. (Figuras 3 e 4)

Figura 3: Tuíte com outra identificação e computado como sendo do LadoM



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter do portal Lado M, 27/10/2018.

Figura 4: Retuites comuns do LadoM no dia de maior veiculação no 2º turno



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter do portal Lado M, 29/10/2018.

Mães de Peito

(www.maesdepeito.com.br)

O site Mães de Peito possui um design majoritariamente imagético e remissivo, com links para matérias já publicadas organizadas em categorias gerais (como comportamento; pós-parto; parto; direitos das mulheres; amamentação; gravidez; cuidado com os filhos; maternidade real e violência obstétrica). Cada link é acompanhado por fotografias, o que torna a *homepage* relativamente poluída. Além disso, na página inicial ainda constam links *embed* para o canal do site no *Youtube*, com vídeos de autoria da responsável pela página, a jornalista Giovanna Balogh. O site também possui diversos anúncios publicitários do *Google Ads*, que agravam a sensação de poluição visual causada pela *homepage*. Nas abas superiores há um sistema de busca para recuperar publicações do canal e um conjunto de abas com categorias e subcategorias de publicações (não necessariamente coincidentes com as categorias indicadas nas publicações listadas na *homepage*). São elas: Gravidez; parto (cesárea; parto normal; plano de parto; pós-parto); violência obstétrica (o que é; como denunciar; envie seu relato); amamentação (como fazer a pega correta; quais as posições para amamentar; ordenha e cuidados; doe leite materno); cuidados com os filhos (bebês; alimentação; criação com apego; infância); maternidade real (direitos das mulheres; história de mãe; empreendedorismo materno; comportamento; minhas viagens) e loja (que permite a aquisição de um livro escrito pela criadora do site, intitulado “O Mamá é da mamãe”). Na página inicial há ainda uma aba lateral com uma foto da autora e um mini currículo, indicando suas experiências profissionais como jornalista e suas motivações pessoais para elaboração do site. As cores da logomarca da página (laranja e vermelho) são também as mesmas que aparecem nas abas dos posts recentes elencados na *homepage*.

Ao longo de todo o período de coleta, o site só recebeu uma atualização em 2/10/2018, ainda no primeiro turno das eleições. Ademais, a coleta só retornou uma matéria deste dia, correspondente à primeira fase do período de análise. O regime de publicação pouco expressivo reflete, visivelmente, o caráter autoral do Mães de Peito, conduzido por uma única jornalista - que ainda divide suas funções no canal com cursos e palestras sobre maternidade e aleitamento, ins-

Os resultados quantitativos da nuvem de palavras indicam que a temática das eleições não recebeu qualquer cobertura do site Mães de Peito. A explicação para este resultado pode ser encontrada no próprio perfil editorial do site, focado exclusivamente em questões referentes à maternidade. Todavia, também é visível que não houve por parte da autora um esforço em propor matérias que articulassem temas que surgiram na eleição e que dialogam com o viés editorial do site, a exemplo das pautas sobre políticas públicas ligadas à maternidade e à infância. A maternidade é abordada no site como uma experiência essencialmente feminina e que não se conecta com a agenda política institucional ou com reivindicações críticas por justiça, provenientes de pautas do movimento feminista.

QUADRO I - Matérias publicadas pelo Mães de Peito em 02/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Como lidar com o luto gestacional e perinatal; livros ajudam mães e profissionais da saúde	Giovanna Balogh	Não	Reportagem	Fontes: Três mulheres que sofreram perdas gestacionais ou perinatais (1 anônima; Perta Cristina Machado; Camila Coytacaz) e uma especialista, a psicóloga Heloísa Salgado.	Há uma foto de uma das mulheres que sofreu uma perda gestacional e um vídeo embed do YouTube com a autora da matéria oferecendo conselhos para mulheres e profissionais da saúde lidarem com a perda gestacional e neonatal.	Não há comentários ou curtidas. Categorias: Histórias maternidade real. As tags são: destaque; dstq-maternidade; manchete; maternidade ativa.

O único gênero jornalístico presente no dia da coleta é a reportagem, e a única autora é a própria jornalista que edita a página. As instâncias de seleção e composição são diretamente atreladas à reportagem publicada, com fontes, vídeo *embed* e uma fotografia sobre o tema da matéria (de autoria de Giovanna Balogh), que trata do sofrimento experimentado por mulheres que sofrem perdas gestacionais ou perinatais e da ausência de um protocolo por parte dos profissionais da saúde que atendem estas mulheres nos hospitais brasileiros. Por fim, no que concerne à instância de circulação, percebe-se um baixo en-

gajamento com o conteúdo, pois o texto não suscitou curtidas ou comentários, apesar de estimular este tipo de participação dos leitores e possuir botões para compartilhamento da reportagem em mídias sociais.

Em caráter conclusivo, percebe-se que o baixo regime de publicação do site Mães de Peito reflete a dificuldade de sustentação financeira do site (elemento destacado em entrevista com Giovana Balogh ainda na primeira fase da pesquisa) e o seu caráter predominantemente promocional visando divulgar outros serviços prestados pela jornalista. O pertencimento ao Núcleo 3 a partir da autodeclaração, isto é, como um veículo que se vale de ao menos um critério jornalístico ou não possui outros marcadores de identificação, aproximando-se aqui de uma segmentação por gênero e com conteúdo de viés feminista que retrata o empoderamento das mulheres (vinculado a autoestima e ao desenvolvimento de competências) é em certo sentido pertinente na medida em que a matéria analisada visa conchamar a atenção para o sofrimento silenciado de mulheres que são vitimadas por perdas gestacionais ou perinatais, indicando os responsáveis por agravarem seus sofrimentos (a sociedade e as equipes médicas que não as acolhem devidamente nestas circunstâncias) e reivindicando políticas públicas e de atendimento voltadas ao cuidado das gestantes. Todavia, a carência de articulação com a pauta eleitoral em um período em que as questões feministas sobressaíam, dada a presença de um político misógino na disputa (Jair Bolsonaro), reflete uma deficiência no engajamento com o interesse público - que poderia ter se vertido em reportagens de cunho feminista sobre as eleições e as consequências do voto em candidatos com propostas anti-humanistas e deletérias para as mulheres.

Mães de Peito nas redes sociais - Facebook

No Facebook o Mães de Peito tem maior regularidade do que no site. No primeiro turno a média foi de uma postagem por dia, mas dos oito dias investigados em dois não foi postado nada (sendo um dele o domingo) e no dia 01/10/18 houve duas postagens. No segundo turno, por sua vez, foram feitas postagens em apenas três dias e em dois deles foram feitas duas postagens. (Tabela 1).

Nos textos desta rede social percebe-se um tom mais intimista que jornalístico nas postagens. Elas são feitas como se a autora conversasse com seus leitores. Ela divulga os eventos dos quais participa e faz posts relacionados à

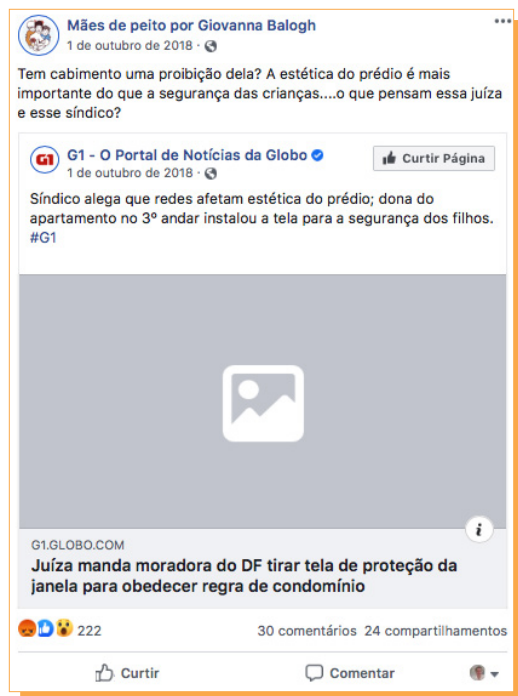
maternidade e amamentação infantil, mesmo quando fala de política é esse o gancho da abordagem. Os posts também servem de link para reportagens que são compartilhadas a partir de outros veículos de comunicação. (Figura 1) Dos cinco posts coletados na segunda semana, dois deles são de divulgação da atividade da jornalista como palestrante, um é a publicação de uma imagem de uma noiva amamentando, um é o compartilhamento de uma notícia sobre um acidente em cesariana e apenas um é algo mais próximo do que podemos dizer ser jornalismo. O Mães de Peito pesquisou as propostas dos dois candidatos para as questões relacionadas à maternidade, mas o resultado foi um post com frases a esse respeito e não uma matéria.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook da Mães de Peito

FACEBOOK MÃES DE PEITO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	7	POST PRÓPRIOS	5
01/10/18	2	22/10/18	2
02/10/18	1	23/10/18	0
03/10/18	1	24/10/18	0
04/10/18	1	25/10/18	0
05/10/18	0	26/10/18	2
06/10/18	1	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	1	29/10/18	1

Fonte: CPCT

Figura 1: Post do Facebook que remete a uma matéria veiculada em portal noticioso



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Mães de Peito, 01/10/2018.

Mães de Peito no Twitter

No primeiro turno o maior volume de postagens foi nesta rede social com 24 postagens, sendo que o dia 03/10/18 registrou o maior volume de tuítes (7). No segundo turno houve apenas 5 tuítes e o dia 28/10/18 teve dois, que foi o número máximo por dia nesse período de coleta (Tabela 2). Ao analisarmos as postagens nesta rede social percebemos que ela é usada como um instrumento de comunicação e divulgação pessoal, inclusive com um vocabulário não comum à linguagem jornalística, estabelecendo relação mais direta com seus seguidores. Nesta rede a Mães de Peito ressalta as suas convicções políticas, o que não é expresso tão explicitamente em outros canais. Além disso também são feitas postagens com links para assuntos relacionados à linha editorial do arranjo. No segundo turno há mais retuitagens que no primeiro, proporcionalmente.

Tabela 1: Regime de publicações no Twitter da Mães de Peito

TWITTER MÃES DE PEITO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	24	POST PRÓPRIOS	5
01/10/18	6	22/10/18	1
02/10/18	3	23/10/18	0
03/10/18	7	24/10/18	1
04/10/18	1	25/10/18	0
05/10/18	4	26/10/18	0
06/10/18	0	27/10/18	1
07/10/18	1	28/10/18	2
08/10/18	2	29/10/18	0

Fonte: CPCT

Mídia Ninja

(<https://midianinja.org/>)

O site do Mídia Ninja foi alterado no curso da pesquisa. No momento da coleta, na semana anterior ao dia da votação do primeiro turno (de 1 de outubro a 8 de outubro) e do segundo turno (22 a 29 de outubro de 2018) o site era secundário na produção desse grupo de mídia. Os veículos priorizados eram o Facebook e o Twitter. O site estava voltado para colunistas e opinião.

O site no momento da primeira coleta contava com destaque no menu superior para notícias e opinião. É esse dado que será levado em conta na análise das matérias selecionadas pelo regime de publicação. Entretanto, na atualidade, outros foram adicionados. Em 2020, as notícias têm duas editoriais em destaque na home, meio ambiente e educação. A seção de opinião tem novos articulistas e foi adicionada uma só para organizar as publicações da Copa Femininja, com notícias da competição dos jogos femininos Panamericanos (que não é atualizado desde Agosto de 2019).

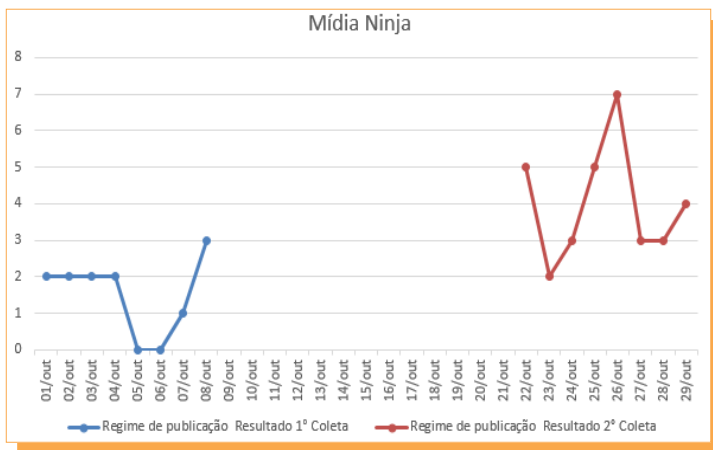
No menu, na apresentação de Quem Somos também foram feitas mudanças no texto de apresentação e nas perguntas frequentes (FaQ) que atualmente (2020) busca atender pesquisadores sobre o arranjo.

A mudança na conjuntura política do país certamente atuou na orientação da renovação do site do Mídia Ninja, tornando-o um lugar de reportagens e de mobilização, visto que trata-se de mídia ativista.

Ainda na página principal há o destaque também para um formulário de contato (google form), link para a loja, para pedido de financiamento (Financie) e contato.

No período de coleta da pesquisa, as datas com mais publicações foram nos dias 8 de outubro, três matérias e no dia 26 de outubro, sete matérias. Não há traço de regularidade no regime de publicação, conforme pode ser visto no Gráfico que segue. Nos dias 2 e 7 de outubro não houve publicação; na segunda fase da coleta o número de publicações vai de duas (no dia 22) até sete (no dia 26 de outubro).

GRÁFICO – regime de publicação Mídia Ninja



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Mídia Ninja no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca em quantidade de vezes o termo Bolsonaro, depois Brasil, Mulheres e candidato e democracia, conforme mostra a nuvem de palavra da coleta de 1 a 8/10/2018, abaixo.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana que antecede o primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Mídia Ninja.

Na segunda semana de coleta, a nuvem de palavras continua indicando Bolsonaro como o termo mais utilizado na redação das matérias, conforme a nuvem de palavras abaixo. Bolsonaro, bloco, Brasil, democracia, Belo Horizonte e Haddad.

composição e circulação. Os Quadros também recuperam o título e a autoria da postagem.

QUADRO I - Matérias publicadas pela Mídia Ninja, no dia 8 de outubro, data de maior publicação no site.

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Anielle Franco: É só pararem de nos matar!	Anielle Franco	Sim	Relato/ Artigo de Opinião	Eleição presidencial. Relato da irmã de Marielle Franco descreve uma agressão que sofreu	Página do Facebook da Anielle Franco.	Foto de Anielle, botões para compartilhamento em site de redes sociais, imagem pedindo doação, caixa para comentário do Facebook.	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Boaventura de Sousa Santos: Democratas brasileiros, uni-vos!	Boaventura de Sousa Santos:	Não	Artigo	Eleição presidencial. O autor destaca que é preciso a unidade de democratas brasileiros	O autor é sociólogo e professor da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra	Foto do autor com link, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Mídia Internacional alerta sobre o risco de Bolsonaro para o Brasil e América Latina	Mídia Ninja	Não	Notícia	Eleição presidencial. Matéria a repercussão internacional sobre riscos da vitória de Bolsonaro	Links dos veículos de imprensa internacionais	Arte gráfica com os nomes de alguns dos veículos (33 ao todo). botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais

As matérias publicadas no dia 8 de outubro, um dia depois da eleição do primeiro turno, são dois artigos de opinião e uma matéria com a lista de links de matérias

publicadas em jornais de fora do Brasil sobre o risco, para o Continente, de uma eventual gestão de Bolsonaro. Além dos links, a matéria é composta por *lead*, sem entrar nas matérias relacionadas.

Quanto aos artigos, em outubro de 2018, a seção Opinião era destaque do site com dezenas de articulistas, entre eles Boaventura de Sousa Santos que escreve para o site do Mídia Ninja. O outro artigo é uma republicação de texto compartilhado no perfil do Facebook de Anielle Franco, irmã da vereadora assassinada no Rio de Janeiro, no ano da eleição, o que evidencia o trato do arranjo com as fontes, neste caso a página de um site de rede social e não diretamente da fonte primária.

Há a diversidade de fontes no conjunto das matérias selecionadas quanto aos articulistas, entretanto, a autora predominante é Mídia Ninja em um método o qual arranjo classifica como autoria coletiva porque julgam que:

[...] nenhuma produção de imagem, vídeo ou qualquer outro conteúdo é fruto da criação de somente um indivíduo. Ela está ligada a um processo muito mais amplo que vai desde a concepção coletiva de uma peça até a difusão final de seus resultados por dezenas de pessoas. (Site Mídia Ninja, 01/05/2020)

Embora haja a clara definição da concepção da função-autor, o veículo é sensível à escolha individual do colaborador e, quando solicitado, é dado o crédito ao autor/a.

No primeiro período da coleta, na instância de seleção, a eleição presidencial é o tema das três matérias do primeiro turno. A eleição é pautada a partir de um relato de violência sofrida pela autora expressa no título “É só pararem de nos matar”; do chamado à unidade dos democratas para impedir a vitória do candidato Bolsonaro; e da repercussão internacional das possíveis ações de Bolsonaro no Continente.

O site permite uma ampla circulação para as redes sociais, comentários. As matérias em destaque no dia 8/10 têm links para as fontes e outras mídias, permitindo o trânsito do leitor para diferentes línguas e universos editoriais. Essa possibilidade de movimentação pode levar a contar a mesmo relato de

pontos de vista diferentes, em um mesmo tempo e em um mesmo *locus* (site) pode-se ver o tema em discussão por diferentes aspectos. Essa junção de tempo e espaço faz expandir o universo da informação jornalística e trazer para o leitor elementos mais consistentes para a formação de sua opinião.

QUADRO II - Matérias publicadas pela Mídia Ninja em 26/10/2018, data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA/HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Às vésperas da eleição, universidades públicas são censuradas	Mídia Ninja	Não	Notícia	Censura nas universidades poucos dias antes da eleição no segundo turno.	Intercept, Brasil de Fato, Andes	Links nos portais fontes da matéria, foto de fachada da Faculdade de Direito da UFRJ com faixa “censurada” acima do nome da instituição, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Manifesto de jornalistas de Mato Grosso pela democracia	Mídia Ninja	Sim	Notícia	Apoio de jornalistas do Mato Grosso a Fernando Haddad	Manifesto de jornalistas de Mato Grosso, cidade onde nasceu o Fora do Eixo	Foto de Fernando Haddad com punho levantado ao sair de carro de equipe da campanha rodeado por pessoas, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais

Sonia Guajajara: Democracia pela mãe terra	Sonia Guajajara	Não	Artigo	Defende a preservação ambiental e reafirma ideias da candidata a vice na chapa do PSOL	A autora foi candidata a vice candidata à presidência da República na chapa do PSOL e é liderança de movimentos indígenas	Foto de área queimada em formato de coração em meio a mata, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Pela Democracia: 325 Blocos de Carnaval de todo país lançam manifesto	Mídia Ninja	Sim	Notícia	Apoio de 325 blocos de carnaval a Fernando Haddad e Manuela Dávilla.	Manifesto dos blocos de carnaval	Foto de bloco de carnaval com dois fantasiados em destaque (um deles usa arco com chifres), botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Caetano Veloso entrevista Roger Water	Mídia Ninja	Não	Coluna	Entrevista de Caetano Veloso com cantor e ativista Roger Waters	Roger Waters	Foto com link e nome de Caetano Veloso, embed do Youtube com a entrevista em vídeo, link para outros columnistas, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
Um apelo aos pastores brasileiros: Até quando coxearemos entre dois pensamentos?	Vitor Queiroz de Medeiros	Não	Artigo	Voltado para público evangélico, o artigo fala sobre os riscos da eleição de Bolsonaro	Grande apoio de evangélicos ao Bolsonaro, o artigo busca falar para este público	Foto de uma pessoa que segura um cartaz que cobre o seu rosto em que consta "Jesus é amor. Ele não". Na outra mão, a pessoa segura uma vela. botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais
A arte da virada: artistas viram voto em todo o país	Mídia Ninja	Não	Notícia	Notícia a participação de artistas em campanha para influenciar na eleição	A ação coordenada de artistas para influenciar no voto pró Haddad e Manuela chamada #viravoto	Fotos de artistas praticando a ação em locais públicos, links embedados de postagens dos artistas, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira	Links de postagens incorporadas à matéria, caixa de comentário do Facebook, não há comentários, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais

No segundo período da coleta, a eleição também foi o assunto principal das matérias, dois artigos e cinco matérias com autoria coletiva. Um dos artigos é assinado por uma candidata, a vice-presidente na chapa do PSOL no primeiro turno, Sonia Guajajara, que faz a defesa do meio ambiente como componente para influenciar no voto dos leitores. O outro busca diálogo com evangélicos, base identificada com o atual presidente da república.

Entre sete matérias, três falam de segmentos (jornalistas do Mato Grosso, artistas e blocos de carnaval) que declararam apoio ao então candidato Fernando Haddad. As outras duas são sobre o crescimento da censura nas universidades públicas e uma entrevista em vídeo do cantor Caetano Veloso (colunista do arranjo) com o cantor do grupo norte-americano Pinky Floyd, Roger Waters. A multiplicidade de vozes - artistas, jornalistas, políticos, especialistas - tratam do tema eleição na perspectiva da crítica ao candidato com maior intenção de votos. A perspectiva editorial, portanto, não abre e é correta nisso, espaço para discursos conservadores, alinhados à direita. O leque de vozes enunciadas no discurso na página da Mídia Ninja é do campo democrático de centro-esquerda.

A instância de composição das matérias traz os links dos portais fontes, como o caso do Intercept, do Brasil, de Fato e da Andes; fotos dos autores da matéria com fundo - geralmente coloridos - como forma de demarcação estética. Essa forma de edição, condiz como o depoimento dos responsáveis, na primeira fase da pesquisa, oportunidade em que afirmaram ser uma das linguagens que buscam desenvolver para diferenciar até de estéticas do próprio campo progressistas em que está inserindo. Ou seja, são despojados, gostam de mostrarem-se como dinâmicos e inventivos, abertos a mudanças e sempre comprometidos com a horizontalidade das posições de poder.

Assim como em outros sites, a instância de composição muitas vezes se confunde com a instância de interatividade. Os botões para compartilhamento estão em diferentes locais na página da matéria. Podemos observar que a própria coluna de Caetano Veloso está originalmente em outro site, no Youtube, ou seja, para assisti-la é preciso sair do site e ir para o perfil do coletivo na plataforma de *streaming*.

Em outra matéria, como a que trata da censura nas universidades públicas, nos primeiros parágrafos o leitor pode ir para sites jornalísticos fontes na publicação.

A hipertextualidade é estimulada por buscadores como o Google, chamado de Search Engine Optimization, técnicas de otimização para aparecer na lista dos próprios buscadores de notícias.

De fato, os interesses das plataformas governam as formas de distribuição e circulação do conteúdo, principalmente dos sites que dependem cada vez mais de empresas de plataformas para criarem sites e redes sociais, por isso, os botões de compartilhamento estão em diferentes posições da página.

As matérias dialogam com a linha editorial do veículo que “defende o interesse público, a diversidade cultural e o direito à informação, visibilizando pautas de comunicação, causas identitárias, cultura, meio ambiente, juventude”, entre outras.

A parcialidade é tratada como princípio do trabalho coletivo, visto que, de acordo com o coletivo, não é possível ser imparcial porque o olho do jornalista que elabora a matéria está imerso no “acúmulo de todas as experiências anteriores e de visões de mundo” (site do Mídia Ninja)

No primeiro turno da eleição, parte do coletivo Mídia Ninja participou de projetos eleitorais como o apoio ao então candidato Guilherme Boulos e no projeto Campanha de Mulher que serviu de apoio para candidaturas femininas aos legislativos estaduais. A participação em outros projetos auxilia a compreensão das condições de produção noticiosa do site.

Já no segundo turno, as matérias com maior capacidade de produção, sendo mais que o dobro de publicações do primeiro turno.

O regime de publicação na primeira fase da coleta tem mais postagens no dia 8, data após a eleição, e as matérias buscam chamar a atenção para um risco eminente com a eleição de Bolsonaro provocando a reflexão e ação.

Na segunda fase da coleta, o regime de publicação foi mais acentuado no dia 26 de outubro, com matérias que já demonstravam iniciativas de apoio a Haddad, como forma de evitar o risco apontado nas matérias do dia 8 de outubro.

Dessa forma, para além do jornalismo liberal, que se afirma imparcial, o Mídia Ninja é engajado de forma transparente, explica suas concepções de produção do olhar e de recorte da realidade.

Mídia Ninja no Facebook e no Twitter

As postagens no Facebook do Mídia Ninja mostram um regime de publicação bastante intenso. Tanto por parte do coletivo, quanto a presença de outros seguidores, comentadores que somam, em uma semana, 9352 mensagens na primeira coleta; e 30252, na semana da segunda coleta.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Mídia Ninja

FACEBOOK 1° TUR- NO 01/10 A 08/10	MÍDIA NINJA	FACEBOOK 2° TUR- NO 22/10 A 29/10	MÍDIA NINJA
Post totais	9352	Post totais	30252
POST AUTOR	344	POST AUTOR	901
01/10/18	69	22/10/18	104
02/10/18	29	23/10/18	99
03/10/18	45	24/10/18	133
04/10/18	37	25/10/18	155
05/10/18	29	26/10/18	147
06/10/18	37	27/10/18	134
07/10/18	55	28/10/18	100
08/10/18	43	29/10/18	29

O fluxo de rede é intenso. A interlocução atinge uma gama de apoiadores e detratores. As mensagens autorais, ou seja, do Mídia Ninja, somam respectivamente 344 e 901, conforme mostra o quadro. Os dias 1 de outubro e 25 de outubro são aqueles em que o ritmo de postagens aumentou. Os números para um mesmo dia denotam uma participação intensa e coletiva de membros que assinam Mídia Ninja e podem narrar de diferentes lugares e horários do dia, contando a mesma história, ou seja, o desenvolvimento da campanha eleitoral. É a esse movimento e forma de construir a narrativa que estamos denominando

de cronotopo, apropriando-nos de conceito dos estudos literários de Bakhtin, conforme discutimos no capítulo 1.

A tabela abaixo, traz um recorte aleatório das mensagens postadas no dia 1/10, de maior fluxo da primeira coleta, observa-se o ritmo de postagens entre manhã e tarde, sobre temas que circundam o tema geral eleições. Mesmo as denúncias têm como intertexto a opção eleitoral.

A instância da composição revela uma multiplicidade de linguagens: verbal e o não-verbal em termos de sinais @#, vídeos, fotos, links. Os likes atendem a apelos diferentes; as mensagens que mais conseguem curtidas são as mais genéricas e curtas.

DATA DA POSTAGEM	TEXTO DA MENSAGEM	TIPO	LIKES
2018-10-01 09:26:44	#AoVivo mais uma edição do Café com Boulos sobre voto útil e comenta o debate de ontem na RecordTV. Acompanhe e interaja!	video	21
2018-10-01 10:10:58	A lista de cidades que aderiram ao #elenao não para de crescer! As mulheres são a força dessas eleições e não vão deixar o retrocesso avançar no país.	video	130
2018-10-01 10:18:43	A demissão em massa sem acordo coletivo ainda é inconstitucional, afirma a juíza Noêmia PortoVia Brasil de Fato	link	53
2018-10-01 10:54:51	Somos milhões! #EleNão	link	655
2018-10-01 10:58:55	Juntas somos gigantes! Brasília foi às ruas no sábado, 29, gritar #EleNão. vídeo: Joy Ballard / Cobertura Colaborativa	video	111
2018-10-01 13:02:16	As mulheres se uniram para defender o país do fascismo. Leia mais sobre o que elas acham do candidato que as considera frutos de uma "fraquejada", e porque #EleNão.	link	60
2018-10-01 14:21:22	É PELA VIDA DAS MULHERES! O Movimento de Mulheres Olga Benário realizou, pela segunda vez na cidade de Mauá, a ocupação para a inauguração de um centro de referência para mulheres na região: a Casa Helenira Preta!	link	12
2018-10-01 15:11:34	Racismo não é piada!#MeuRacistaSecreto	photo	177
2018-10-01 15:45:53	Em Pouso Alegre, no interior de Minas Gerais, também teve ato #elenao	photo	152
2018-10-01 17:24:32	#AoVivo #DiaB Comício de Guilherme Boulos e Sonia Guajajara em Porto Alegre! #VoteNoQueAcredita	video	20
2018-10-01 17:26:09	Cada uma recebe o que merece	photo	24
2018-10-01 17:31:32	Aracaju, sua linda, representando muito na luta contra o ódio e fascismo! As ruas da capital sergipana ecoaram #EleNão! Foto: Melissa Warwick	photo	141

2018-10-01 17:42:38	BASTA DE MASSACRES NO CAMPO! O relatório anual, “Conflitos no Campo Brasil 2017” chega a sua 33ª edição e destaca: 2017 foi o ano com o maior número de assassinatos em conflitos no campo dos últimos 14 anos, 71 assassinatos – 10 a mais que no ano anterior, quando foram registrados 61 assassinatos. 31 destes assassinatos ocorreram em 5 massacres, o que corresponde a 44% do total. Além do aumento no número de mortes, houve aumento em outras violências. Tentativas de assassinatos subiram 63% e ameaças de morte 13%. Lembrando também que: a cada seis dias, um ativista que lutava por terra ou defesa do meio ambiente foi assassinado, em média, no Brasil, em 2017.	photo	28
2018-10-01 17:59:34	#AoVivo Boa noite Presidente Lula, direto de Curitiba.	video	46

Observamos o ritmo das postagens, elas se iniciaram às 00:49:11 e foram até às 21:30:27 do dia 2018-10-01. No período do recorte aleatório no quadro anterior, temos chamadas para o debate ao vivo, notícia denúncia de massacre no campo, notícia sobre demissão em massa, apoio ao ato ele#, notícia de inauguração de casa de apoio à luta da mulher. Ou seja, a estrutura discursiva permite identificar formas do gênero notícia, nada diferente de outras mídias. O que se torna excepcional aos olhos do jornalismo hegemônico é a escolha da pauta, ou seja, os temas. Tratar do massacre no campo não é um valor notícia para a grande mídia. Os critérios a que se submeteria o fato para denomina-lo de ‘massacre’ passaria pelo critério de fontes institucionais, muitas vezes causadoras, em suas políticas do massacre. Desse viés, a notícia não poderia ser denominada em seu título de massacre. Aí está o viés do jornalismo liberal. O conjunto de valores que pautam a notícia para os veículos hegemônicos não servem para os demais veículos. Assim sendo, esses critérios de noticiabilidade não conseguem alcançar os processos jornalísticos desses arranjos alternativos.



Exemplo, é a notícia postada no Facebook do Mídia Ninja, no dia 1/10/2018, às 14h21:22, trata da abertura de um Centro de referência para mulheres vítimas da violência. A casa Helenira Preta, aberta em Mauá, grande São Paulo, região proletária, leva o nome da revolucionária do Araguaia Helenira Nazaré. Esse ato singular não tem espaço na grande imprensa.

A discussão de quem pratica jornalismo fica prejudicada se o critério for pela seleção de temas e de fontes. Com relação, aos gêneros, vê-se que, mesmo com a presença de slogans e de opinião, o Mídia Ninja contempla as formas da notícia e da nota.

Mídia Ninja no Twitter

As postagens no Twitter no período coletado alcançaram números bem expressos: 276 na semana da primeira coleta, e 497 na semana da segunda coleta. Sem dúvida, o esforço de quase dobrar o número de mensagens tem a ver com o processo eleitoral e o incremento da atividade em torno da campanha contra Bolsonaro. Os dias de maior regime de publicação foram 7/10, com 67 posts, e o 25/10, com 82 posts, o ritmo do regime de publicação é intenso. Se pensarmos nas 24 horas do dia, teríamos, respectivamente 2,7 posts por hora e 3,4post por hora.

Esse fluxo frenético de mensagens está conectado em hiperlinks que remetem a agentes institucionais, personalidades e outros órgãos de imprensa, como por exemplo as mensagens do dia 25/10/2018.

“Uma diferença de 5 pontos deixa a eleição indefinida e entre os indecisos parece haver uma inclinação pela candidatura de Haddad”, disse à Fórum, Marcos Coimbra, diretor do Vox Populi
Via @revistaforum <https://t.co/ETI3cjOTyQ> (Twitter, Mídia Ninja, 25/10/2018, 10h26:54).

‘Folha’ é ameaçada no Twitter por Bolsonaro horas depois de pedir investigação de “ação orquestrada com tentativa de constranger a liberdade de imprensa”
Via @elpais_brasil <https://t.co/OkDou7M8rf> (Twitter, Mídia Ninja, 25/10/2018, 10h30:02).

A ação foi feita pelos torcedores do Bahia ontem, 24, na Fonte Nova, em Salvador, na partida entre o Bahia e o Atlético-PR. O Atlético-PR foi o único time a se posicionar oficialmente a favor de Bolsonaro. <https://t.co/WDNVqZ9LE4> (Twitter, Mídia Ninja, 25/10/2018, 10h38:52).

“Teocracia bota a cara na janela.”
@Pitty critica políticos que fazem uso da teocracia para conquistar eleitores
<https://t.co/2vrBeZ6BZe> (Twitter, Mídia Ninja, 25/10/2018, 11h51:39)

Fonte: Arquivo de coleta Twitter Mídia Ninja, Pesquisa do CPCT.

A escrita hipertextual já é ambiente normativo natural na veiculação de conteúdo via Facebook e Twitter. El País, Pitty, Esporte Clube Bahia, revista Fórum são fontes primárias ou secundárias na forma de retuites, cujas marcas estão nos links e tags. Notas informativas relacionadas aos temas das disputas ideológicas que a campanha eleitoral suscitou e trouxe à tona, mostrando como forças sociais antidemocráticas usaram de todos os subterfúgios para chegar ao poder, como de fato chegaram.

Para concluir, pode-se afirmar que o material empírico da coleta nos revela uma Mídia Ninja vocacionada para o debate público, engajado, utilizando as formas e gêneros jornalístico explicitando seu ponto de vista e engajamento. A linguagem solta e informal, além de atender a lógica do midium, sobretudo no Facebook e no Twitter, não deixa de lado a seriedade dos temas a serem debatidos. No processo de engajamento eleitoral de 2018, muito mais do que vincular-se ao candidato Haddad, o que se viu, no período de coleta, foi a mobilização contrária ao candidato hegemônico.

Migramundo

(<https://www.migramundo.com/>)

O site do arranjo Migramundo tem um aspecto funcional, de fácil navegação, apresenta um *layout* sério e tem o verde como cor principal. O primeiro quadrante da página de entrada do site apresenta um conjunto de “chamadas” composto por fotos com títulos em tamanhos atrativos para o leitor. Essa construção denota uma hierarquização dos conteúdos, indicando que a produção noticiosa destacada é a mais relevante naquele momento e a mais atual. No cabeçalho do site estão dispostas cinco categorias: Opinião, Refugiados, Cultura, Internacional e Colunistas. Essas categorias, equivalentes à ideia de editoriais do jornalismo impresso, também funcionam como indexadores internos do site, sendo usados como cartolas ou chapéus (para usar termos do jornalismo impresso), mas com função de *linkagem* com a memória do site.

A aba de busca do site, de acesso a essa memória, pode ser feita pela digitação de um ou mais termos. O retorno da pesquisa, contudo, não segue um padrão cronológico. Como não é possível refinar a busca por datas, matérias antigas misturam-se às mais recentes em uma disposição que pode se tornar confusa para o leitor ou demandar muito tempo até que ele encontre o conteúdo desejado.

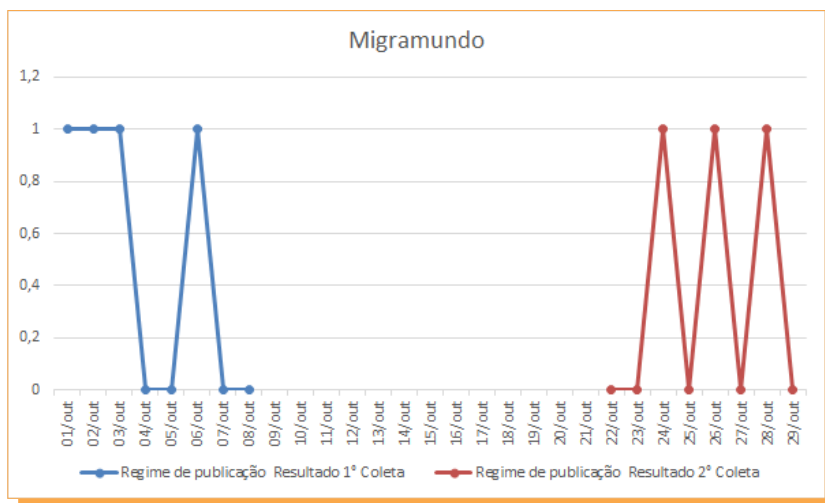
Tanto na capa do site como nas páginas internas são poucos os anúncios publicitários. É possível observar alguns *banners* de grandes varejistas online como Submarino e Lojas Americanas.

Nas páginas internas do site não há uma variação de *layout*. As matérias são dispostas da mesma maneira, iniciando com título, subtítulo, assinatura do repórter, texto com leitura vertical, com uso de fotos acompanhadas de legendas ao longo do texto. Vale destacar que algumas matérias são extensas, enquadrando-se na definição de texto *longform*. Nestes casos, elas recebem intertítulos para dinamizar a leitura e não contam com muitos recursos multimídia, a exemplo de vídeos ou áudios acompanhando as matérias. O texto verbal, portanto, é o modo semiótico predominante para o arranjo.

Durante o período de coleta, nas semanas que antecederam o primeiro e o segundo turnos eleitorais, o arranjo teve um regime de publicação de baixa intensidade, com quatro matérias publicadas no primeiro período (de 01 a

08/10) e três no segundo (de 22 a 29/10), totalizando sete matérias. O regime de publicação, portanto, já dá pistas sobre as condições de produção do arranjo e se entrelaça com as decisões editoriais relativas às instâncias de seleção.

Gráfico 1 - Regime de publicação do Migramundo



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Migramundo no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Durante a primeira fase da coleta, abrangendo a semana antecedente ao primeiro turno das eleições 2018, observamos a recorrência do seguinte conjunto de palavras: refugiados, imigrantes, migrantes, direitos, Brasil. Isoladamente, nenhuma delas faz referência ao campo semântico das eleições, porém todas versam sobre as principais temáticas trabalhadas pelo arranjo. No entanto, as palavras candidato, candidatas, política têm relativo destaque, insinuando o tema da pauta eleitoral.

A nuvem de palavras do segundo turno revela que o arranjo foi pautado pela agenda política vigente e, assim como outras organizações midiáticas corporativas e independentes e/ou alternativas, o discurso jornalístico do Migramundo versou com mais frequência sobre o candidato Bolsonaro. Tanto que seu maior opositor na disputa, o candidato do PT, Fernando Haddad, aparece na nuvem de forma tímida, o que nos leva a concluir que ele figurou em poucas matérias.

Contudo, essa análise quantitativa não nos favorece perceber qual a abordagem que o arranjo destinou para esses personagens da cena política-eleitoral. Para tanto, vamos olhar de forma mais atenta para quatro matérias, publicadas respectivamente nos dias 01, 02, 06 e 24 de outubro.

Quadro 1 - matérias publicadas no site Migramundo nos dias 01, 02 e 06 de outubro

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	CÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTE	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/
Entidades lançam carta-compromisso para candidatos sobre direitos dos migrantes	Rodrigo Veronezi	Não	Notícia	Entidades ligadas à questão migratório divulgam carta que pede compromisso dos candidatos com a questão	Foto com legenda. Links internos para outras matérias sobre imigrantes Venezuelanos. Indexação no site pelas categorias Mobilizações, Políticas migratórias e Políticas públicas	Sem comentários. Botões Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest, LinkedIn, Email e Telegram. Uso das tags: Carlos Bezerra Junior, carta-compromisso, Cheila Olalla, Dirceu Dresch, direitos dos imigrantes, Eduardo Suplicy, imigrantes no Brasil, Mara Cabrilli e Patrícia Bezerra.

Migrantes recorrem ao empreendedorismo contra falta de oportunidades	Pâmela Vespoli	Não	Reportagem	Como os imigrantes se tornam empreendedores no Brasil/Cursos, plataformas e start ups que podem ajudar os imigrantes com seus negócios	Fotos com legendas. Nove links externos para sites e páginas em redes sociais de negócios de empreendedores imigrantes; para projetos voltados a esse público com a temática do empreendedorismo e da economia criativa e para pesquisa do Ipea sobre condições sócio-demográficas dos imigrantes no Brasil. Indexação interna do site pela categoria Trabalho Empreendedorismo	Um comentário. Botões Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest, LinkedIn, Email e Telegram. Uso das tags: Bab Sharkí CDHIC DAPP/ FGV, empreendedorismo imigrantes Migrafix Open Taste refugiado Renabes Artes Tentaciones de Venezuela
Você sabe o que o seu candidato a presidente propõe sobre imigrantes?	Pâmela Vespoli	Não	Reportagem	Propostas de campanhas de candidatos sobre o tema imigração	Fotos com legendas. Dois links, um interno para matéria do próprio arranjo sobre lei de imigração e o externo para notícia da revista Exame sobre Bolsonaro chamar imigrantes de escória do mundo. Indexação interna do site pelas categorias políticas migratórias e políticas públicas.	Sem comentários. Botões para Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest, LinkedIn, Email e Telegram. Uso das tags: eleições 2018 Fernando Haddad Guilherme Boulos Jair Bolsonaro propostas sobre migração Vera Lúcia candidatos a presidente

Das três matérias destacadas, duas tratam do tema factual eleições, mesmo não apresentando em seus títulos a menção a candidatos em particular. A pauta da agenda política nacional é o mote para discussões relativas ao tema principal do arranjo: migração. É interessante destacar que dentre as três publicações, duas são reportagens e uma trata-se de notícia. As duas reportagens são assinadas pela mesma profissional, o que nos possibilita pensar que o arranjo não conta com uma ampla equipe, conseqüentemente, não apresenta variabilidade de gêneros e formatos jornalísticos nem um regime de publicação intenso.

Contudo, a valorização da reportagem, gênero jornalístico que implica na multiplicidade de fontes, de pontos de vista, na contextualização do fato social e

uma abordagem com mais camadas informativas que a da notícia, pressupõe o investimento do arranjo na qualidade em detrimento da quantidade. Pois, há preferência pela realização de uma produção jornalística que requer mais tempo e é original (não sendo republicação), o que pode ser motivo para que o arranjo prefira não realizar atualizações diárias com notícias e sim atualizações mais esporádicas com conteúdo mais denso.

Essas condições e decisões são determinantes para a operação das instâncias de seleção, composição e circulação. Na instância de seleção, o tema migração é o ponto de partida para a idealização das pautas. A disputa eleitoral, portanto, é tratada sob o recorte da migração. E, nessa perspectiva, o arranjo produz uma notícia e uma reportagem que versam, respectivamente, sobre uma carta realizada por entidades vinculadas à causa migratória que pede compromisso dos candidatos com o tema; e sobre como a questão migratória aparece nos planos de governos dos candidatos à presidência.

A seleção de fontes para a notícia não apresenta uma grande diversidade de sujeitos entrevistados, já a reportagem vale-se de documentos (planos de governos dos candidatos e Constituição Federal) e ainda de imigrantes que opinam sobre as eleições e demonstram desejo em votar. Sendo assim, a reportagem vale-se de fontes oficiais e de personagens anônimos para compor seu recorte informativo.

Na instância de composição, observamos que o arranjo não recorre a uma diversidade multimidiática. Os formatos mais comuns são fotos com legendas e textos. A hipertextualidade é explorada como uma ancoragem que direciona o leitor para outros pontos de vista e para a contextualização histórica dos fatos sociais em destaque. Como na reportagem sobre a questão da imigração nos planos de governos dos candidatos, em que se observa um link externo que direciona o leitor para uma notícia do ano de 2015, veiculada no site da revista Exame, sobre uma declaração xenófoba do então deputado Jair Bolsonaro, o qual enunciou que os imigrantes “são a escória do mundo”.

Esse *link* tem, portanto, uma função de ativação da memória discursiva sobre um candidato à presidência, ou seja, é uma ação de interdiscursividade. Esse fato singular sobre a opinião de Bolsonaro em relação aos imigrantes é enunciado no texto da reportagem, junto com outros fatos que constroem um esboço particular do presidenciável como alguém avesso à acolhida de imigrantes

pelo Brasil. A reportagem tenta, assim, por meio de links externos e internos, da memória do próprio site e do arquivamento da internet, de um modo geral, mostrar o contraditório sobre o candidato Bolsonaro, o que não é feito com os outros candidatos citados na mesma reportagem. Diante disso, há uma leve demonstração do posicionamento político do arranjo, que mesmo não sendo enunciado no texto jornalístico, fica visível na composição do conteúdo.

Na instância de circulação, o arranjo não obteve nenhum comentário, e vale-se de *hashtags* e botões para compartilhamento das matérias nas plataformas de redes sociais, e-mail e aplicativos de troca de mensagens. É interessante mencionar que não há botão de compartilhamento direto para o aplicativo WhatsApp, um dos mais usados no Brasil para troca de mensagens.

Quadro 2 - Matéria publicada no site Migramundo no dia 28 de outubro

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Migrantes no Brasil se dividem entre temor e indiferença com eleição	Antonella Pulcinelli, Pâmela Vespoli e Rodrigo Veronezi	Não	Reportagem	Imigrantes	Apenas uma foto com legenda. Sem links externos ou internos. Indexação interna do site pelas categorias Participação política e políticas.	Sem comentários. Botões para as redes sociais Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest, LinkedIn, Email e Telegram. Uso das tags: Eleições 2018 Fernando Haddad imigrantes em São Paulo, Imigrantes Brasil, Jair Bolsonaro, participação política.

Neste dia, o arranjo tratou do tema eleitoral mais uma vez sob a perspectiva da migração. A reportagem realizada por uma equipe de profissionais é extensa e procurou tensionar a polarização política junto aos imigrantes que vivem no Brasil. A polarização foi o pano de fundo de toda a crise político que envolve o Brasil desde o impeachment da presidenta Dilma Rouseff (PT), portanto, ao acionar a discussão desse tema junto a um público específico, o Migramundo

realiza um movimento rumo a uma particularidade do fato social eleições por meio da singularidade das opiniões dos imigrantes, público que dificilmente é ouvido em reportagens provenientes de grandes organizações de mídia tradicionais para opinar sobre política.

Diante disso, a instância de seleção das fontes é operada exclusivamente com personagens anônimos, sujeitos que também são agentes políticos e cujas vidas serão afetadas pela escolha feita nas urnas pelos demais cidadãos brasileiros.

A instância de composição também não apresenta uma variabilidade de formatos. A matéria conta apenas com uma foto com legenda, e isso talvez se deva pelo fato de os personagens não serem identificados nominalmente nem imageticamente no decorrer da matéria. A reportagem, portanto, tem o texto verbal como principal código semiótico e também não lança mão da hipertextualidade para explorar outros aspectos do fato social. Nesse caso, o contexto histórico ou a indexação temática ficam por conta da memória do próprio site por meio das categorias “participação política” e “políticas”.

A opção pelo texto verbal como linguagem dominante e a autoria de três profissionais assinando a reportagem nos dizem ainda que o investimento do trabalho jornalístico centrou-se na coleta de informantes, de personagens para a reportagem. Apesar de ter havido uma busca de imigrantes pró-Bolsonaro, pró-Haddad e outros que optam em se manter distantes da cena política, o candidato Bolsonaro é de fato o centro da discussão da reportagem, o que pode ter colaborado para que o seu nome figurasse como uma das palavras mais recorrentes no período analisado.

Na instância de circulação, a reportagem, assim como as demais já analisadas, não obteve comentários. As hashtags usadas foram: “Eleições 2018; Fernando Haddad; imigrantes em São Paulo; Imigrantes Brasil; Jair Bolsonaro; participação política”. Elas denotam bem o campo semântico em que o arranjo se situou em relação à cobertura da agenda política brasileira, com destaque para a tag #participaçãopolítica que mais do que um referente para a busca de matérias relacionadas no site é um indicador da linha editorial, do tipo de jornalismo buscado pelo arranjo.

Identificado na primeira etapa da pesquisa como integrante do Núcleo 3, composto por arranjos que apresentam em sua autodeclaração um critério jornalístico

e nenhuma outra identificação, o Migramundo integra ainda um subgrupo de arranjos cujos conteúdos versam sobre cidadania, direitos humanos e prestação de serviço público. As análises das nuvens de palavras já dão pistas sobre o tipo de jornalismo do arranjo, com a recorrência da palavra direito, por exemplo.

Das quatro matérias analisadas, três versam sobre os direitos dos imigrantes a partir da particularidade do contexto político, o que revela a universalidade em que o arranjo se ancora para a realização do trabalho jornalístico: a dos direitos humanos. Essa rubrica ideológica e discursiva comporta diferentes posturas que podem preencher os valores jornalísticos engendrados para o trabalho do arranjo, como o respeito aos migrantes e, conseqüentemente, o combate à xenofobia.

Essa filiação ideológica e discursiva pode ser identificada no espectro jornalístico como uma declaração de ativismo de uma causa social. A construção de um discurso jornalístico, que privilegia em seu processo de seleção os protagonistas anônimos, ou seja, os próprios imigrantes, dando voz autônoma para eles e não os considerando meros casos ilustrativos, pode ser lida como um esforço de diferenciação da abordagem jornalística hegemônica realizada por outros veículos. Conseqüentemente, o uso dos gêneros jornalísticos convencionais, da interdiscursividade acionada pela hipertextualidade, da organização dos conteúdos, do layout, da circulação e da indexação temática aos moldes de veículos tradicionais, que se situam também na web, é uma estratégia de legitimação enunciativa do jornalismo ativista do Migramundo perante o grande público.

Migramundo nas redes sociais - Facebook

No Facebook o Migramundo é um pouco mais ativo que no site. Foram seis postagens na primeira semana analisada, sendo o dia 02/10/18 o de maior publicação com dois posts. E no segundo turno foram 5 postagens ao todo com o dia 26/10/18 também tendo dois posts. (Tabela 1) Não se identifica qualquer regime de publicação mais constante e/ou regrado.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Migramundo

FACEBOOK MIGRAMUNDO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	6	POST PRÓPRIOS	5
01/10/18	1	22/10/18	0
02/10/18	2	23/10/18	0
03/10/18	1	24/10/18	1
04/10/18	0	25/10/18	0
05/10/18	1	26/10/18	2
06/10/18	1	27/10/18	1
07/10/18	0	28/10/18	1
08/10/18	0	29/10/18	0

Fonte: CPCT

Neste arranjo as postagens são síncronas entre site e Facebook, isto é, o post na rede social remete para uma notícia do site que foi inserida naquele mesmo dia. Excepcionalmente apenas uma postagem, que era uma live especialmente para o Facebook, as demais postagens do primeiro turno são reportagens do site compartilhadas na rede social. Os assuntos são referentes aos migrantes e quando se menciona a política nacional é sob esse viés. Os textos que encimam os posts podem ser tanto originais quanto retirados do texto original. Essa dinâmica se repete no segundo turno, com posts de transmissões ao vivo, compartilhamento de cartazes de eventos relacionados aos migrantes e de reportagens do site Migramundo.

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Revista Migramundo, 02/10/2018.

O Migramundo no Twitter

No Twitter o Migramundo teve o mesmo número de postagens em ambos os períodos de coleta (4). Não há nenhum dia com qualquer destaque, uma vez que foram feitas uma postagem em cada dia de ambos os turnos (Tabela 2). A lógica é praticamente a mesma do Facebook, só que sem produções próprias para esta rede. Basicamente ela funciona como caixa de ressonância do que é produzido no site e a política entra a reboque da pauta dos migrantes. Quando há coincidência de postagem no Facebook e no Twitter as postagens são distintas, tanto nas imagens quanto nos textos e nas datas de veiculação. (Figura 2)

Tabela 1: Regime de publicações no Twitter do Migramundo

TWITTER MIGRAMUNDO			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	4	POST PRÓPRIOS	4
01/10/18	1	22/10/18	1
02/10/18	0	23/10/18	0
03/10/18	1	24/10/18	1
04/10/18	0	25/10/18	0
05/10/18	1	26/10/18	0
06/10/18	1	27/10/18	1
07/10/18	0	28/10/18	1
08/10/18	0	29/10/18	0

Fonte: CPCT

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do Migramundo, 03/10/2018.

Mobilize Brasil⁴²

(<https://www.mobilize.org.br/>)

O site Mobilize Brasil, arranjo jornalístico com foco em mobilidade urbana sustentável, conta com uma *homepage* carregada de imagens e texto e um *layout* que remete ao mapa das estações de metrô. No topo da página a barra de menu apresenta as categorias: “notícias”, “estudos”, “estatísticas”, “fotos”, “vídeos”, “mapas”, “links”, “agenda”, “blogs”, “mobilize-se” e “campanhas”.

Abaixo do menu ao lado esquerdo há um banner rotativo que apresenta os últimos destaques com uma fotografia, um título e uma chamada para cada reportagem. Em seguida as postagens são apresentadas na própria *home* subdivididas por algumas das mesmas categorias apresentadas no menu, com a adição do item “destaques mobilize”.

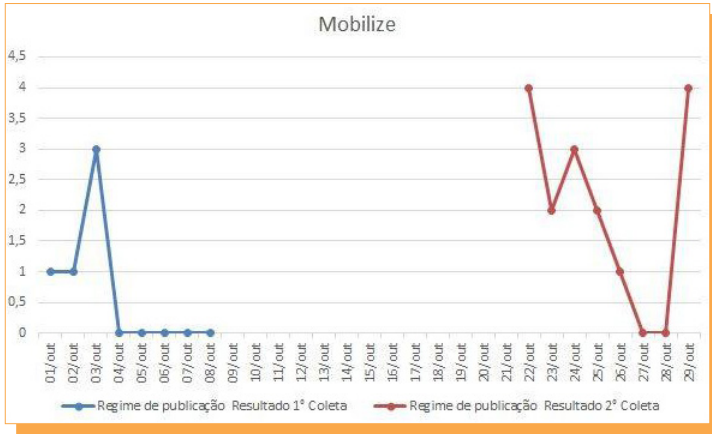
Ao final da página há uma chamada de *links* para as redes sociais do portal, para inscrição em sua *newsletter* e também *links embed* para a galeria de fotos e vídeos.

No rodapé da página há o logotipo de “realização” da Associação Abaporu, organização da sociedade civil que mantém o portal.

As datas de maior publicação foram: primeiro turno 3/10/2018; segundo turno 22 e 29/10/2018. O regime de publicação nessas datas foi de 3 matérias no primeiro turno e de 4 matérias em cada uma das datas selecionadas no segundo turno. Os dias de menor publicação contaram com apenas 1 post. O website não contou com atualização no período da coleta nos dias 04/10, 05/10, 06/10, 07/10 e 08/10, 27/10 e 28/10. O regime de publicação, bastante flexível, indica o total de 5 matérias publicadas nos 8 dias de coleta do primeiro turno, e 16 matérias nos 8 dias da coleta do segundo turno.

^{42A} análise dos conteúdos e estrutura do website foi realizada com base em sua versão disponível online no dia 16 de maio de 2020.

GRÁFICO – regime de publicação Mobilize Brasil



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Mobilize Brasil no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca em quantidade de vezes o termo trânsito, Brasil, calçadas, cidade, mortes, ciclistas, mobilidade, bicicleta, transporte e 2018 conforme mostra a nuvem de palavras abaixo.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas da semana do primeiro turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Mobilize Brasil

MPF recomenda que DNIT faça ciclofaixa na BR-101 em Natal	OP9	Sim	Notícia	Recomendação do MPF do RN ao DNIT para que o órgão procure incluir um plano cicloviário na reforma da BR-101 Sul	MPF com aspas do procurador Fernando Rocha / Lei nº 12.587/12 / Secretaria de Mobilidade Urbana de Natal (STTU)	1 foto do banner da notícia / 1 hipertink para acessar a lei 12.587	0 comentários / não há o uso de hastags
---	-----	-----	---------	--	---	---	---

A partir da análise do título das publicações é possível aferir que a temática da mobilidade é central em todas elas, com um foco em acontecimento em cidades brasileiras em duas delas. As 3 foram categorizadas como notícias e uma delas é de autoria própria do Mobilize Brasil. Uma das notícias não é uma republicação de outro site, contudo é um texto que foi reescrito a partir das informações do portal de notícias da Prefeitura de Curitiba, e a fonte é citada.

QUADRO 2 - Matérias publicadas pelo Mobilize Brasil em 22/10/2018, primeira data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI CAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUN- TO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DECOMPOSIÇÃO	CIRCULAÇÃO
Crianças do 5º ano estudam mobilidade urbana em SP	Da Redação/ Mobilize Brasil	Não	Notícia	O Mobilize Brasil fez uma palestra em uma escola e, partir disso, construíram a notícia com base nas atividades realizadas na palestra com as crianças	Informações da palestra	1 foto no banner da notícia / 1 foto no corpo da notícia / ao fim da notícia há uma galeria de fotos da palestra	0 comentários / não há o uso de hastags

Túnel de alta velocidade de Elon Musk será aberto dia 10 nos EUA	Tecmundo	Não, mas é reescrito a partir de outra reportagem do Tecmundo	Notícia	Bilionário Elon Musk financia túnel de alta velocidade em Los Angeles	Informações do Tecmundo	1 foto no banner da notícia	0 comentários / não há o uso de hastags
Obras paradas do metrô criam quarteirões fantasmas na zona leste de SP	Luciano Cavenagui (Valor / Folha-press)	Sim	Notícia / denúncia	Atraso nas obras do metrô tem impacto na formação de ruas esvaziadas e terrenos baldios em SP	Fontes: Moradores / Secretaria de Transportes Metropolitanos	1 foto no banner da notícia	0 comentários / não há o uso de hastags
Linha 5 Lilás do metrô de São Paulo	Sem autoria	Não	Galeria de fotos	Inauguração de novas estações de metrô	-	Fotografias das novas estações do metrô	Visualizações: 1690 / Sem comentários

No dia 22/10 foram feitas 5 postagens, contudo apenas 4 são notícias e 1 é apenas a atualização da galeria de fotos. Todas novamente são relacionadas a temática da mobilidade urbana. Uma notícia tem uma característica peculiar de ter sido montada a partir de uma palestra que a equipe do próprio site fez em uma escola e, a partir disso, construíram o texto com base nas atividades realizadas junto às crianças.

Um dos textos é uma republicação e outro foi reescrito a partir de outra fonte. Em um dos casos a autoria é atribuída ao TecMundo, contudo o texto foi reescrito a partir do original e, portanto, tem outra autoria. Neste caso, ainda, notamos que a notícia apresenta informações confusas e/ou incompletas quando comparada a original.

QUADRO 3 - Matérias publicadas pelo Mobilize Brasil em 29/10/2018, segunda data de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI CAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO AS-SUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO	CIRCULAÇÃO	OBSERVAÇÃO
Aberta a estação São Paulo-Mo-rumbi do Metrô/ SP	Mobilize Brasil	Não	Notícia	Inauguração de nova estação de metrô em SP	Apresenta dados sobre a quantidade de estações na cidade, quilometragem, mas não apresenta fontes	1 foto no banner da notícia com créditos para Via Trolebus	0 comentários / não há o uso de hastags	Ao final há “leia mais” assim como “noticias relacionadas”
Yellow já oferece patinetes elétricos em SP	Marcos de Sousa (Yellow)	Sim	Notícia / divulgação	Empresa Yellow instala patinetes elétricos em SP	Fonte: Yellow	1 ilustração e 1 mapa / 1 hiperlink	0 comentários / não há o uso de hastags	Parece uma divulgação retirada diretamente do site da Yellow
Agente de trânsito faz show na rua para sensibilizar motoristas	Ronan Tardin/TV Globo	Sim	Notícia	Reportagem da Globo com agente de trânsito que chama atenção por fazer seu trabalho de forma irreverente	Fonte: O personagem, destaque da notícia / Rede Globo	1 foto no banner da notícia / 1 hiperlink para o vídeo original	0 comentários / não há o uso de hastags	Os autores mudaram o título em relação a reportagem original, mas o conteúdo foi reproduzido na íntegra
Pedalar e-bikes também é bom para a saúde	Christoph Höchsmann	Não está claro	Notícia	Publicação de estudo científico sobre os impactos das bicicletas elétricas na saúde	Fonte: Estudo científico e autor do trabalho	1 foto no banner da notícia / 1 hiperlink para o estudo científico	0 comentários / não há o uso de hastags	O site coloca a autoria da notícia ao qual foi retirada a fonte de informações, e não a autoria da reportagem

A última data de análise da segunda coleta, 29/10, contam com 4 postagens, tendo sido todas classificadas como notícias. Novamente todas tratam do tema da mobilidade, sendo que 3 delas são focadas em cidades. 2 são republicações externas, 1 é de autoria própria e 1 foi classificada como indefinido.

As páginas contam com uma área para comentários de leitores, contudo em nenhuma das notícias vemos o espaço ser de fato utilizado. Não há o uso de *hashtags* nos *posts*. Todas as postagens contam com uma foto no *banner*, conforme o próprio *layout* da página reproduz em todas as páginas.

Todas as notícias contam, ao final, com uma indicação para “leia também” assim como “notícias relacionadas”. Não fica claro qual o critério de diferenciação entre estes dois campos, tendo em vista que ambos parecem direcionar o leitor para outras postagens com assuntos similares ao referido *post*.

Vale destacar que as fontes originais sempre são citadas, tanto quando uma reportagem é reproduzida na íntegra quanto quando ela é adaptada. Inclusive é curioso notar que, em alguns casos, a autoria da notícia é atribuída a uma fonte externa mesmo quando o texto foi reescrito pela equipe do arranjo.

Não houve nenhuma publicação relacionada às eleições presidenciais. Em geral as pautas são atuais, mas cobrem diretamente informações relacionadas ao tema no contexto das cidades em todo o país, como inauguração de estação de metrô, lançamento de novas tecnologias ou questões político/legais locais. Não há reportagens de rua e, em geral, não há entrevistas com fontes.

A análise, de forma geral, corrobora com o levantamento feito na primeira fase da pesquisa, no qual os arranjos foram subdivididos em núcleos a partir da delimitação de mercados jornalísticos. O Mobilize foi classificado no “Núcleo 6 - Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação” com foco em cidades e mobilidade.

O MobilizeBR nas redes sociais - Facebook

Aparentemente as redes sociais têm mais apelo ao Mobilize BR que o seu site, pois as postagens em ambas as redes são mais volumosas. No Facebook foram feitos 18 posts na semana de análise do primeiro turno e 22 na do segundo turno, mas não há regularidade nas postagens. Em ambos os períodos os dias

com maior volume de publicações (08, 22 e 29/10/18) tiveram seis postagens. Não há periodicidade nas postagens, mas observa-se que o arranjo não costuma publicar aos finais de semana. (Tabela 1)

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do MobilizeBR

FACEBOOK MOBILIZEBR			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	18	POST PRÓPRIOS	22
01/10/18	4	22/10/18	6
02/10/18	3	23/10/18	2
03/10/18	3	24/10/18	3
04/10/18	0	25/10/18	3
05/10/18	2	26/10/18	2
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	6	29/10/18	6

Fonte: CPCT

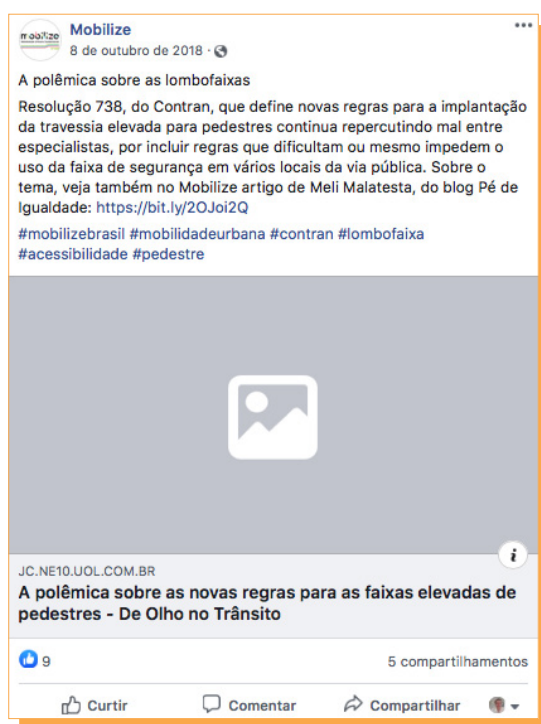
Na primeira semana não foi registrado nenhum post com referência às eleições, apenas questões ligadas à mobilidade. No dia de maior volume de postagens (08/10/18) havia um post exclusivo para o Facebook, que era uma imagem de um evento, e os demais eram post que remetiam a reportagens veiculadas no site do MobilizeBR. Desses conteúdos um era em vídeo, um era reportagem própria e os demais eram de outras fontes que foram republicadas ou traduzidas e postadas no site. Os textos que encimam os posts são originais e tem a função de resumir e apresentar o conteúdo que é tratado no texto que está no site.

Nos dois dias com mais postagens no segundo turno (22 e 29/10/18) não houve diferença em termos de formatos ou tipos dos posts com relação ao primeiro turno. No dia 22/10 foram postados uma imagem de uma campanha publicitária de mobilidade, e links para conteúdo no site que eram um vídeo, duas matérias próprias e duas republicações de outros veículos de imprensa. Os textos que encimam esses posts também são similares aos que mencionamos anteriormente. No dia 29/10/18 todos os posts remetiam a conteúdos no site:

um vídeo e uma matéria do próprio MobilizeBR, a divulgação de um evento e os demais eram matérias de outras fontes.

Em apenas uma postagem no Facebook no período analisado houve uma menção à eleição, mas dizendo que a mobilidade deveria se tornar pauta eleitoral, o que causa estranhamento uma vez que a eleição envolvia os cargos nos poderes executivos e legislativos federal e estaduais.

Figura 1: Post que remete a matéria do MobilizeBR veiculada no site



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do MobilizeBR, 08/10/2018.

MobilizeBR no Twitter

No Twitter o MobilizeBR manteve o mesmo número de postagens em ambas as semanas pesquisadas. No entanto, não dá para especificar um regime de publicação regular, apesar de ele ser constante nesse período, incluindo os finais

de semana. O dia de maior postagem no primeiro turno foi 03/10/18, com 5 tuítes e o dia 29/10/18, no segundo turno, também com cinco tuítes. (Tabela 2)

Tabela 2: Regime de publicações no Twitter do MobilizeBR

TWITTER MOBILIZEBR			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	17	POST PRÓPRIOS	17
01/10/18	4	22/10/18	4
02/10/18	3	23/10/18	2
03/10/18	5	24/10/18	3
04/10/18	0	25/10/18	2
05/10/18	4	26/10/18	1
06/10/18	1	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	0	29/10/18	5

Fonte: CPCT

O Twitter é utilizado principalmente como meio de divulgação dos conteúdos veiculados no site do MobilizeBR. A estratégia de divulgação é copiar o título das matérias e colocar o link para redirecionar o leitor para o site (Figura 2). Na semana de segundo turno, todos os tuítes eram referentes aos mesmos conteúdos divulgados no Facebook no mesmo dia, mas mantendo as características dessa rede social de copiar o título e colocar o link para a matéria no site.

Figura 2: Tuíte com título da matéria veiculada no site e link



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook do MobilizeBR, 03/10/2018.

Nexo

(<https://www.nexojornal.com.br>)

O cabeçalho do site do Nexo é composto, do lado direito, pelos traços que remetem, quando clicado, à lista das editorias e em cada editoria aparecem três matérias de interesse do editor. Nesse lado há também o nome do veículo. Do lado esquerdo, há a lupa de busca e os símbolos dos sites das redes sociais às quais o veículo está associado.

Na parte do conteúdo há sempre duas matérias principais logo abaixo do cabeçalho que ocupam cada uma metade da página. Esses conteúdos são compostos, cada um, por uma foto e abaixo dela o nome da editoria, o título e, abaixo dele, o nome do autor do texto. Essas manchetes não seguem a linha tradicional de redação de títulos da grande imprensa, podendo ser citações ou trazerem uma expressão seguida de dois pontos para depois explicar/justificar essa expressão.

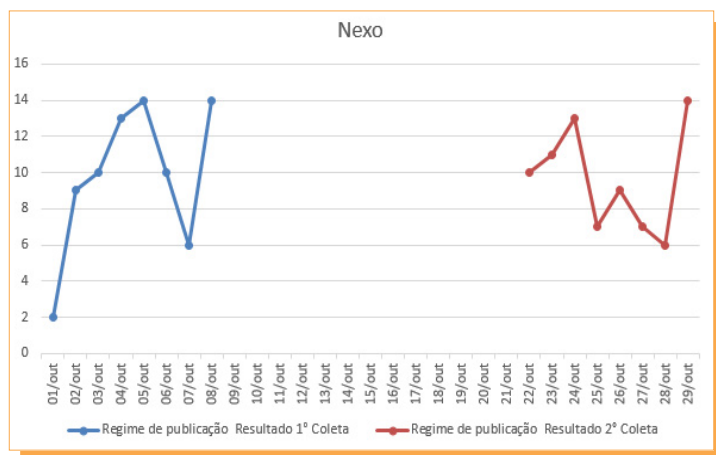
Abaixo dela há chamadas menores, que seguem o mesmo estilo das manchetes, em três colunas e uma outra coluna com diversas listas: de matérias recomendadas, de matérias mais recentes, de colunistas do veículo ou de sugestões de textos acadêmicos. Esse padrão é composto ainda por destaques que ocupam as quatro colunas com assuntos de interesse mais geral ou quando concentram toda uma área do veículo (Gráfico ou Vídeo).

As chamadas não são separadas por editoria, mas a prevalente na *frontpage* é a Expresso, com 19 das 28 chamadas do dia analisado. As editorias, segundo o próprio site, são: Expresso, Explicado, Gráfico, Vídeo, Interativo, Entrevista, Serviço, Ensaio, Podcast, Estante, Especial, Externo, Acadêmico, Profissões, Léxico e Colunistas. No entanto, no site há chapéus com outras designações como Debate, Entrevista e Tribuna, para as chamadas, o que não permite identificar quais são as editorias do veículo ou se ele tem editorias fixas.

Os dias com maior veiculação de notícias do primeiro turno foram 05/10 e 08/10 de 2018, com 14 matérias cada dia, dominando a semana que teve 89 publicações no total. No segundo turno, o dia de maior veiculação foi 29/10/2018, com 14 matérias. Ao todo esta semana teve 81 matérias, 9% a menos que na semana final do primeiro turno.

Gráfico das publicações por dia em ambos os turnos.

Gráfico regime de publicação Nexo Jornal



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Nexo Jornal no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

O gráfico demonstra que ambas as semanas que antecedem o dia da votação começam com um volume semelhante de publicações (10). Mas, no primeiro turno há inicialmente um recuo no volume e depois as publicações ganham volume até o meio da semana (05/10), atingindo o pico de 14 publicações e daí caem novamente até atingirem o menor nível da semana no dia da eleição (seis publicações em 07/10) para novamente atingir o pico no dia posterior à votação.

No segundo turno, a semana começa com o número de publicações em ascensão por três dias e depois cai e oscila até atingir o menor nível da semana também no dia da eleição, que é um domingo, (seis publicações em 28/10), atingindo o pico no dia seguinte ao segundo turno. Como se constata pelo gráfico do regime de publicação a periodicidade do Nexo também é intermitente. Há publicação todos os dias, e em nenhum dos dias analisados na coleta houve menos de seis publicações. Portanto, esse arranjo apresenta condições de produção mais estabilizadas, o que está em conformidade com o declarado pela diretora do Nexo, na primeira fase da pesquisa. Existe uma sede, um número expressivo de jornalistas, os editores e até uma secretaria.

Quadro 1: Matérias publicadas no Nexa em 05/10/2018

TÍTULO	AUTORIA	REPUBLIÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA PRODUÇÃO/TEMA	INSTÂNCIA PRODUÇÃO/FONTE	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO
30 anos: o quanto a Constituição preserva de seu texto original	Rodolfo Almeida e Gabriel Zanlorenssi	Não	Gráficos	Texto linha fina chama atenção para o gráfico que esclarece alterações na constituição em 30 anos de sua promulgação.	Fonte: Constituição Federal (www.planalto.gov) e colaboração Claudio Couto FGV-SP	Vários quadros ilustrados com as mudanças realizadas em diferentes períodos e governos. Também traz alterações por temas: judiciário, previdência. Trabalho	Vários quadros ilustrados com as mudanças realizadas em diferentes períodos e governos. Também traz alterações por temas: judiciário, previdência. Trabalho
Ana C. Lourenço: do que o Brasil precisa e o que farei por isso	Produção Mariana Vick	Não	Entrevista	Entrevista pingue-pongue com cientista social, jovem negra, que organiza projetos com mulheres pela cidadania.	Fonte: Entrevistada Ana Carolina Lourenço. A entrevista tem duas perguntas: o que o Brasil precisa para os próximos 4 anos? E o que você vai fazer para isso?	Foto grande da entrevistada. Muito bonita.	Foto grande da entrevistada. Muito bonita.
Bolsonaro é alvo. Haddad é atacado e ataca no debate da Globo	João Paulo Charleaux e Mariana Vick	Não	Nota sobre último debate na Globo antes do primeiro turno	Linha fina, legenda de foto dos candidatos no último debate antes do primeiro turno na Globo	Não há matéria, só a chamada	Foto grande dos candidatos presentes ao debate	Foto grande dos candidatos presentes ao debate

Branco, nulo e abstenção: como eles influenciam a eleição	José Roberto Castro, Ricardo Monteiro, Rodolfo Almeida e Thiago Quadros	Não	Título e linha fina. Parte de uma série de notas sobre aspectos do voto.	Quem não escolhe um candidato deixa a decisão para quem o faz. Entenda as consequências de não votar tanto para o eleitor como para o resultado das urnas.	Sem fonte	Chamada e linha fina	Chamada e linha fina
Como é a guerra nos países dos premiados com o Nobel da Paz	Murilo Roncolato	Não	Expresso /reportagem	Dois ganhadores do Premio Nobel da Paz por atuação contra a guerra sexual, proteção às mulheres	Fonte: Berit Reiss-Andersen, Presidente do Comitê Norueguês do Nobel, discurso dos premiados; links para artigos do Nexo.	Três fotos, Reuters, legendas, dois áudios. Texto com aspas para as falas dos premiados e do diretor do prêmio.	Três fotos, Reuters, legendas, dois áudios. Texto com aspas para as falas dos premiados e do diretor do prêmio.
Debate na Clobro, as declarações de Dias Toffoli: você entendeu a semana?	Fernanda Sucupira	Não	Nexo Edu Enquete/ Interativo	Seção Interativo/ Quiz com perguntas sobre o debate entre os candidatos e acontecimentos da semana.	5 perguntas com o resultado das respostas.	Quadro interativo para digitar as respostas e depois ver o resultado. Link para o Nexo Edu; Política; redes sociais; Mais recentes, em alta.	
Eleições 2018: o que é preciso saber sobre a votação	Lilian Venturini	Não	Notícia/ Serviço/ Política	Esclarecimentos sobre como votar. Indicações sobre local, como votar, resultados, documentos etc.	Fonte TSE; link para o modelo de preenchimento de cédula.	Foto legendada de uma, ilustração do modelo de cédula, legendas, links internos à matéria, lista de candidatos.	links internos levam ao TSE, listas de candidatos. Link leva aos partidos; links para as redes, Temas, links mais recentes e em alta.

<p>Bolsonaro em alta. A entrevista proibida de Lula. E mais Resumo de notícias</p>	<p>João Paulo Charleaux</p>	<p>Não</p>	<p>Vídeo notícias / extras da semana</p>	<p>Vídeo de 5 minutos com resumo das notícias políticas sobre as eleições.</p>	<p>Várias fontes, matérias do próprio Nexo, outras reportagens.</p>	<p>Apresentador João Paulo Charleaux, fala em tom claro e objetivo as notícias da semana. Há trilha sonora de fundo. A redação e a logo do Nexo são o cenário. Aparecem no vídeo as imagens principais relativas a cada notícia.</p>	<p>link no YouTube</p>
<p>Financiamento da educação básica: prioridade de fato?</p>	<p>Ursula Dias Peres</p>	<p>Não</p>	<p>Ensaio</p>	<p>Tema vem na linha fina: É preciso permitir que todos os jovens tenham acesso a uma educação de qualidade; agendas de candidatos não podem se furtar a essa discussão</p>	<p>A autora busca comentar os programas dos candidatos as propostas sobre financiamento para a educação. Cita a constituição e a emenda de Temer que contingenciou os recursos de educação e saúde</p>	<p>Segue texto, abaixo declaração de responsabilidade dos autores para a seção.</p>	<p>links para redes sociais.</p>
<p>Os trabalhos de reconstrução do Museu Nacional</p>	<p>Camilo Rocha</p>	<p>Não</p>	<p>Expresso/entrevista</p>	<p>A entrevistada fala do incêndio, das perdas e do processo de recuperação, doações e o esquecimento do governo</p>	<p>Regina Dantas, historiadora do Museu Nacional</p>	<p>Foto do Museu Nacional. Links redes sociais, últimas notícias, e em alta.</p>	<p>Veja também: links de outras matérias sobre o tema.</p>

<p>Presiden- ciáveis: qual a diferença dos planos econômicos liberais</p>	<p>José Roberto Castro</p>	<p>Não</p>	<p>Expresso/ reportagem</p>	<p>Longa reportagem destacando as propostas econômicas dos candida- tos. Compara e entrevista eco- nomistas para tratar dos três candidatos neoliberais.</p>	<p>Programas dos candi- datos, Bolsonaro, Meirelles, economis- tas Persio Arida e José Marcio Camargo.</p>	<p>Fotos dos candidatos Bolsonaro e Meirelles juntos. Fotos individuais de Persio Arida e José Marcio Camargo. Legenda e credito das fotos.</p>	<p>links redes sociais, e veja também, matérias relacionadas.</p>
<p>Sete semanas e meia de campanha: incerteza, violência e boato</p>	<p>Conrado Corsalete</p>	<p>Não</p>	<p>News- Letter da eleição</p>	<p>Síntese das sete semanas de campanha eleitoral, acompanhada de fotos e texto</p>	<p>Fontes são matérias já publicadas, gráficos, todos referidos ao final do texto.</p>	<p>Muitas fotos de episódios da campanha, organizadas por semana. Cada semana abre um título e subtítulo orientador.</p>	<p>links redes sociais, e veja também, matérias relacionadas.</p>
<p>‘É coisa de garoto ado- lescente’: uma breve história</p>	<p>Autoria: Ashwini Tambe Tradução: Camilo Rocha</p>	<p>Sim</p>	<p>Artigo estran- geiro/ Externo</p>	<p>Artigo autoral que comenta atos de adolescentes que foram ba- nalizados por Trump. Discute conceito de adolescência e rebeldia. Au- tora professora universidade dos EUA Estu- dos feministas.</p>	<p>Fontes de artigos científicos, acadê- micos da área de psicologia entre ou- tros. Difere comporta- mento de meninos dos de meninas.</p>	<p>foto de divul- gação.</p>	<p>links redes sociais.</p>

Quadro 2: Matérias publicadas no Nexa em 08/10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLI-CAÇÃO	CÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COM-POSIÇÃO/MULTIMÍ-DIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO /INTERATIVIDADE
A recon-figuração do jogo de forças do Congresso Nacional	Conrado Corsalette	Não	Podcast -político do Nexa	Texto chama para os gráficos com dados sobre o novo congresso eleito em 7 de outubro; composição do congresso, quadro dos partidos eleitos; dica de livro sobre política, registro de fotos de 2012, eleições nos EUA	música rapper Preta Rara; fonte: acadêmico Danilo Buscatto Medeiros, cientista político, pesquisador da Universidade de Virginia, Estados Unidos, e do Cebrap. Daigo Oliva, editor de imagem da FSP.	narrador (repórter), fonte (ex-plica), música na voz da rapper Preta Rara. Daigo Oliva, fala do livro de fotos.	É um site de podcast, há uma estrutura de menu, dados sobre acesso; logotipo próprio. Há dados sobre visitas e comentários.
Como o Brasil votou para presidente, em mapas	Rodolfo Almeida, Gabriel Zanlorenssi e Gabriel Maia	Não	Seção gráfico	Texto que remete aos mapas do Brasil com a distribuição de votos por candidatos mais votados.	Mapa do Brasil, com demonstração de votos de Ciro, Haddad e Bolsonaro; seguido de mapas do Brasil com resultado por candidato.	Mapa ilustrado e colorido, com legenda votos e candidato. Fonte TSE.	Mapas com resultados eleitorais. Acesso só aos assinantes. Links para twitter, facebook, instagram, youtube spotify

<p>Eleições 2018: como fica a composição da Câmara, em 11 gráficos</p>	<p>Gabriel Zanlorenssi, Gabriel Maia, Ibrahim Souza e Rodolfo Almeida</p>	<p>Não</p>	<p>Seção gráfico</p>	<p>Texto que remete ao gráfico e dá detalhes:- Confira os deputados federais eleitos por partido, gênero, raça/cor, entre outros recortes</p>	<p>TSE, resultados 99%; depois atualizado no final da apuração. Gráficos coloridos, legenda muito pequenas, em números absolutos.</p>	<p>Diversos gráficos coloridos, em números absolutos, apontando resultados numéricos das eleições dos deputados federais por partido, por patrimônio declarado, cor, profissão, gênero, idade. Ao final, um quadro interativo que o leitor pode colocar o estado e ver os deputados eleitos.</p>	<p>Ao final dos gráficos, o leitor pode escolher o Estado e ver os deputados eleitos.</p>
<p>Eleições 2018: como ficam as assembleias estaduais</p>	<p>Gabriel Zanlorenssi, Gabriel Maia, Ibrahim Souza e Rodolfo Almeida</p>	<p>Não</p>	<p>Seção gráfico</p>	<p>Texto remete aos gráficos com dados sobre deputados estaduais por partido.</p>	<p>Fonte TSE</p>	<p>Gráfico em cor azul com a distribuição numérica de eleitos por partido.</p>	<p>Ao final dos gráficos, o leitor pode escolher o Estado e ver os deputados eleitos. Links para outros gráficos da temática eleições.</p>

<p>Eleições 2018: nova composição do Senado Federal, em gráficos</p>	<p>Thiago Quadros, Cabriel Zanlorenssi, Rodolfo Almeida e Cabriel Maia</p>	<p>Não</p>	<p>Seção gráfico</p>	<p>Texto remete a quadros coloridos com a composição de eleitos por partido, por região, por estado.</p>	<p>Fonte: TSE</p>	<p>Quadros bem coloridos trazendo sigla dos partidos e dos estados com o número de senadores eleitos. Quadro por estado, por região, total de senadores eleitos por partido, diferença entre a legislatura anterior.</p>	<p>Ao final dos quadros, há link para outros gráficos com resultados eleitorais. A página traz os ícones redes sociais para acesso</p>
<p>Esta artista cria pinturas 2D em pessoas reais</p>	<p>Anita Abdalla</p>	<p>Não</p>	<p>Seção Expresso, notícia, com fotos.</p>	<p>Notícia da existência da obra da artista Alexa Meade que pinta pessoas em contexto e depois as fotografa reproduzindo como se fosse tela.</p>	<p>Fonte é a TED que a artista apresentou. Notícia usa excertos da apresentação entre aspas para fazer a 'fala' da artista.</p>	<p>A notícia usa estratégia de atualização. A valorização da matéria se dá pelas várias imagens das telas da artista. Muito coloridas, links para as obras, ted e museu</p>	<p>A notícia permite ao leitor passear pela obra a partir dos links fornecidos e que remetem à artista e sua obra.</p>

<p>O dia seguinte à votação. E a ressaca eleitoral brasileira</p>	<p>Conrado Corsalette, José Orenstein e Olívia Fraga. Com colaboração de Laila Mouallem e Laura Capehuchnik</p>	<p>Não</p>	<p>Pdcast Durma com Essa</p>	<p>Podcast introduzido por lide que informa o leitor o pós eleitoral desde 1989. Áudio de 10min22</p>	<p>Fonte: Gravações históricas dos candidatos e leitura de aspas em jornal impreso: 1989, 1994,1998, 2002, 2010, 2014.</p>	<p>Introdução musical, abre as falas dos apresentadores; voz feminina e voz masculina. Em revezamento, apresentam a abertura do podcast, apresentação de falas históricas dos candidatos sobre as eleições, aspas de jornais impressos, mediados pelas falas dos apresentadores.</p>	<p>lnks para redes sociais, acesso aberto.</p>
<p>O perigo da bolsonarização da vida</p>	<p>Esther Solano, socióloga</p>	<p>Não</p>	<p>Ensaio (artigo comenta pesquisa)</p>	<p>Socióloga em artigo comenta pesquisa sobre eleitor de bolsonaro: discurso de ódio, negação da política, antipetismo, militarização: perigo para a democracia.</p>	<p>Fonte: pesquisa acadêmica realizada pela socióloga embasa o artigo. Autora do livro O ódio como política.</p>	<p>A autora relata em paráfrases as declarações dos pesquisados ouvidos. O artigo esta organizado em um lide e 4 intertítulos consoantes ao texto da linha fina. É um texto claro, simples e didático. Uma foto de duas moças com camisa amarela, no meio está Bolsonaro, durante carreata de campanha (rua, carros).</p>	<p>link para redes sociais; matéria só para assinantes.</p>

<p>O resultado das eleições para governador no 1º turno</p>	<p>Rodolfo Almeida, Gabriel Zanlorenssi, Gabriel Maia e Thiago Quadros</p>	<p>Não</p>	<p>Seção gráfico</p>	<p>Resultado eleitoral para governadores por estado, os eleitos no primeiro turno, os que vão para segundo turno; quadro histórico dos governadores eleitos desde 1982.</p>	<p>Fonte TSE</p>	<p>Quadros com legendas coloridas, distribuindo o resultado eleitoral por partido e por estado. Dados dos eleitos em primeiro turno, dados dos estados que terão segundo turno; proporção de votos; tudo colorido, muito didático. Panorâmico.</p>	<p>não tem comentários, links para redes sociais do Nexo, link ao final remetendo a outros gráficos.</p>
<p>Os figurões que saíram. E os novos nomes do senado</p>	<p>Ricardo Chapola</p>	<p>Não</p>	<p>Ex-preso/ Análise</p>	<p>Renovação das 81 cadeiras do senado federal. Balanço de não reeleitos, noticia os eleitos.</p>	<p>Não cita fonte.</p>	<p>Foto do ex-senador Romero Jucá, líder de Temer no Congresso, com a legenda e comentário no texto de não reeleição. Intertítulos não reeleitos por partido. Tucanos alvo de operações; Petistas do impeachment; peemedebistas da Lava jato.</p>	<p>Não há comentários. Link para redes sociais. Link ao pé da página remetendo a matérias de mesmo tema.</p>

<p>PSDB: por que um dos maiores partidos do Brasil derreteu</p>	<p>Matheus Pimentel</p>	<p>Não</p>	<p>Expresso / Análise</p>	<p>A derrota do PSDB nas eleições presidenciais, com o candidato Alckmin recebendo a pior votação desde sua fundação em 1989. A análise argumenta com dados ao longo do tempo, mostrando também os diferentes resultados para cargos executivos para governador e prefeitos (20160</p>	<p>A análise é toda construída a partir de dados publicados (links) na mídia, origens bem diferentes: exame, UOL, El País, Globo, G1, Nexô.; tem uma aspas de Alckmin no discurso pós-eleições.</p>	<p>Uma foto do governador Alckmin durante o processo eleitoral, fonte Reuters. Dois gráficos em azul, mostrando a votação período histórico, e os votos de Alckmin na disputa para presidência.</p>	<p>Não há comentários. Links para as redes sociais. Ao final da matéria link para assuntos correlatos, e outras matérias do Expresso.</p>
<p>PT terá de ceder se quiser baixar a rejeição'</p>	<p>João Paulo Charleaux</p>	<p>Não</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Entrevista ping-pongue com o cientista político Carlos Melo, do Insuper, sobre a rejeição eleitoral ao PT e como atafolha no segundo turno das eleições presidenciais. Há um texto de abertura em que é citada a fonte pesquisa atafolha publicada no Globo sobre índices de rejeição.</p>	<p>Fonte: Carlos Melo, Insuper, DataFolha/Globo; nexô; são usadas matérias dessas fontes para referir certas afirmações.</p>	<p>Foto colorida de manifestantes pró-Haddad, em primeiro plano aparece cartaz de Lula. Fonte: Reuters. Entrevista com especialista para tratar do tema.</p>	<p>Não há comentários, links para redes sociais. Link ao final da entrevistas para outras entrevistas da seção e matérias correlatas.</p>

'Uma extrema direita forte nunca é algo positivo'	João Paulo Charleaux	Não	Entrevista	Entrevista ping-pongue com a cientista política e professora titular da USP Maria Herminia Tavares de Almeida, sobre o risco de uma extrema direita forte no poder com a passagem de Bolsonaro para o segundo turno das eleições	Fonte: Maria Herminia Tavares de Almeida. Foto Reuters.	Título, texto de abertura, não há links para outras matérias usadas como fonte e citação. Há uma foto grande e bem colorida, em primeiro plano o boneco de Mourão, na av Paulista, vestido de militar. A foto é da ag. Reuters, sempre com o nome do fotografo/a. Nesse caso, UESLEI MARCELINO.	Não há comentários, links para redes sociais. Link ao final da entrevistas para outras entrevistas da seção e matérias correlatas.
Eleições 2018: como ficam as assembleias estaduais	Gabriel Zanlorenssi, Gabriel Maia, Ibrahim Souza e Rodolfo Almeida	Não	Gráficos	Linha fina chama a atenção para o leitor observar o gráfico. Segue texto que trata do objetivo do gráfico mostrar os eleitos por estado à assembleias legislativas.	Fonte: TSE	Um único gráfico em azul, com legenda por partido, na ordem dos que mais elegeram.	Links para redes sociais. Ao final, o leitor pode ter acesso por meio de busca a resultado de seu estado. Links para outros gráficos.

O Nexso fez a cobertura do processo eleitoral. Os dados da primeira coleta, de 1 a 8 de outubro de 2018, mostram matérias que acompanham o dia a dia da campanha, embora pautem assuntos relevantes para o país e que devem estar contemplados nos programas dos candidatos. No dia 5/10, uma das datas de maior regime de publicação, temos duas matérias sobre temas relevantes para o país: financiamento para a educação; e planos econômicos dos candidatos. Na

Ao analisar a nuvem de palavras do segundo turno, observa-se que a palavra Bolsonaro ganha um destaque muito maior do que as demais, com grande diferença para as que seriam as mais próximas como Haddad, Brasil e ‘candidato’. Depois aparecem substantivos comuns como ‘campanha’, ‘presidente’ e ‘governo’. Na árvore de palavras é possível visualizar com a mesma nitidez a relevância dada a palavra ‘Bolsonaro’ em detrimento dos demais termos. Isso se deve ao fato de que ela foi utilizada 830 vezes ao longo da segunda coleta, enquanto Haddad foi citado 320, Brasil 291 e ‘candidato’, termo que serve para ambos os postulantes ao cargo de presidente, apareceu 284 vezes. Os demais substantivos comuns ficaram com 237 (campanha), 235 (presidente) e 214 (governo), os demais tiveram menos que 200 menções ao longo do segundo turno.

Isso se nota primeiramente a partir da análise dos títulos do dia 29/10/2018, escolhido para a produção jornalística. Nesse dia foram veiculadas sete matérias, uma entrevista em grupo, duas entrevistas individuais, um artigo, dois podcasts e uma série de gráficos totalizando 14 produções. Todos esses materiais tinham títulos e dos 14 títulos, cinco mencionavam ‘Bolsonaro’, três apresentaram as palavras ‘militar’ ou ‘militares’. Os outros dois políticos que apareceram nos títulos foram ‘Lula’ e ‘João Dória’, cada um com uma menção. Das 14 publicações apenas uma (sobre saúde e visita a museus) não se refere à eleição.

Quadro 3: Matérias publicadas no Nexa em 29/10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Este museu oferece visitas como tratamento de saúde	André Cabette Fábio	Não	Notícia	Museu dará ingressos para médicos entregarem a seus pacientes, associando arte e saúde (saúde e arte)	Relatório de parlamento britânico + release de museu canadense	Foto de agência (reuters) e links para os documentos que pautam a notícia; ao fim da matéria há link para outra matéria complementar	Há links para os temas abordados: “ciência e saúde”, “sociedade” e “cultura”. Não há tags, hashtags ou comentários

O discurso de Bolsonaro em 6 eixos. E o que eles sinalizam	Matheus Pimentel	Não	Notícia analítica	As três primeiras falas do presidente eleito (política)	Manifestações do presidente em sites de redes sociais e entrevistas a veículos de comunicação	Foto de agência (reuters) e links para as redes sociais e portais de notícias; Há hipertinks no texto p/ outros conteúdos do próprio arranjo; há link para matéria complementar	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
A força e os limites de Lula. E seu papel na política agora	Ricardo Chapola	Não	Análise com entrevistas	Análise de como fica a figura de Lula após o fim da eleição (política)	Portal de notícias e da imprensa tradicional. Entrevistas com Fábio Vasconcelos, Rodrigo González e Sérgio Praça, todos professores de ciência política (Uerj/ESPM; UFRGS, FGV-Rio).	Foto de agência (reuters) e links para matérias que explicam o que está sendo afirmado; Usa destaque de frases (olho) do presidente; Ao fim da matéria há link para outra matéria complementar.	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
A representatividade feminina depois das eleições de 2018	Juliana Domingos de Lima	Não	Notícia analítica	Participação e percentual das mulheres eleitas no pleito (política)	Imprensa tradicional, agência de notícias governo e documentos oficiais. Entrevista com Beatriz Rodríguez Sanchez, USP, e Flávia Biroli, profa. UnB.	Foto de agência (senado) e destaques do texto (olhos)	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários

As forças no Congresso. E como fica a oposição a Bolsonaro	José Roberto Castro	Não	Notícia analítica	O rearranjo de forças no poder legislativo e a reorganização das forças políticas (política)	há matérias de agências, da imprensa tradicional e de sites de entidades da sociedade civil	Foto de agência (reuters); Há hiperlinks p/ outros conteúdos de sites noticiosos, do próprio arranjo e da soc. civil cujo obj. é explicar.	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
Como fica o PSDB após a vitória de João Dória em São Paulo	Ricardo Chapola	Não	Notícia analítica	A situação do PSDB com a eleição de João Dória (política)	Portais de notícias, da imprensa tradicional e entrevista com Marco Antonio Carvalho Teixeira, prof. FGV-SP.	Foto de agência (reuters); Há hiperlinks no texto p/ conteúdos de sites noticiosos, do próprio arranjo e da soc. civil; há link para um podcast.	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
Como líderes estrangeiros reagem à vitória de Bolsonaro	Matheus Pimentel	Não	Repercussão	A opinião de outros líderes sobre a eleição brasileira. (política e internacional)	Manifestações oficiais, via sites de redes sociais ou institucionais de alguns líderes mundiais, especialmente dos EUA, Europa, Israel, Argentina e Venezuela.	Foto de agência (reuters) e notas; Ao fim da matéria há link para um gráfico que complementa o conteúdo	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política" e "internacional". Não há tags, hashtags ou comentários

Qual o papel dos militares na democracia brasileira	João Paulo Charleaux	Não	Notícia com retrancas	Mostra o papel dos militares na democracia brasileira e o que se pode esperar a partir da eleição	Ministério da Defesa, o prof. da escola do exército Carlos F. Coelho, e pesquisador Gunther Rudzit (ESPM) e documentos oficiais (planalto) e sites institucionais (defesa). Fontes alternativas, o site Jota e Eduarda Passarelli Hamann, do Instituto Igarapé.	Fotos de agências, do STF e do Exército e várias retrancas sobre o mesmo tema	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
E agora, o que tem de novo na palavra resistência?	Giovana Xavier	Não	opinião - artigo	Faz uma reflexão sobre o momento para as minorias, negros e periféricos	Giovana Xavier, professora UFRJ	Foto da autora, indicação que é coluna	Entre o título e o texto há links: "política" e "sociedade". Não há tags, hashtags ou comentários
Vitória de Bolsonaro faz soar um alarme mundial'	João Paulo Charleaux	Não	Opinião - entrevista com José Miguel Vivanco	Analisa os riscos para os direitos humanos com a eleição do Bolsonaro	José Miguel Vivanco, diretor da Human Rights Watch	Foto de agência do entrevistado	Ao lado da entrevista há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários
Convivência entre militares e liberais desafia novo governo'	João Paulo Charleaux	Não	Opinião - entrevista com Angela Alonso	Fala da convivência entre militares e liberais no novo governo	Angela Alonso, professora da USP e presidente do Cebrap	Foto de agência de manifestantes pró-bolsonaro, junto com policiais	Ao lado da entrevista há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários

Eleição presidencial: ao vencedor, um tuíte no dia seguinte	José Orenstein e Olívia Fraga - Laura Capelchuk e Conrado Corsalette	Não	Podcast - Análise	Fala da mensagem do candidato derrotado, via Twitter, ao presidente eleito.	Os autores lêem um texto inicial e trechos de outras produções de outros veículos.	Não há fotos	Ao lado do podcast há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários.
A eleição de Jair Bolsonaro: um militar volta à Presidência	José Orenstein Conrado Corsalette - Laura Capelchuk e João P. Charleaux	Não	Podcast - Análise	Fala da chegada de um militar à presidência da república.	Os autores leem um texto e conversam sobre tema incluindo trechos de outras produções de outros veículos	Não há fotos	Ao lado do podcast há link para o tema abordado: "política". Não há tags, hashtags ou comentários. Mas há pedido para assinatura do podcast
Como o Brasil votou no segundo turno para presidente, em mapas	Rodolfo Almeida e Gabriel Zanlorenzi	Não	Notícia - infográfico	Resultado das eleições	TSE resultado das votações	Mapas do Brasil ilustrados com a distribuição de votos, gráficos com as porcentagens de votos e migrações de votos por candidato.	Os gráficos e mapas não são interativos, não há tags, comentários, além dos rotineiros da home page

O que observamos no material do Nexó é que, primeiramente, eles prezam pela produção de conteúdos originais ao invés de trabalharem com republicações. No entanto, eles não fazem a cobertura dos fatos diretamente, mas produzem a partir de fontes secundárias (veículos de imprensa, portais noticiosos, sites institucionais e suas áreas de imprensa e releases). Tendo a notícia original sido obtida especialmente a partir de veículos e portais de notícias hegemônicos (G1, Folha de S Paulo, O Globo etc.) eles retratam essa informação de modo mais analítico e sem o contraditório. Quando ouvem alguém diretamente, essas fontes são normalmente professores/pesquisadores de instituições de ensino renomadas que buscam contextualizar os fatos compilados pelo autor da matéria.

A composição dos textos é muito semelhante. Normalmente há o título e uma imagem principal de agências de notícias. Em apenas uma notícia foi inserida mais de uma imagem e que também não era de autoria do veículo, mas obtidas de instituições ou agências.

Em termos de gêneros jornalísticos, eles trabalham com a produção de notícias, artigos e entrevistas. Percebemos também que o veículo busca variar a sua produção para além do texto, incluindo *podcasts* e gráficos.

Eles também referenciam as informações que produzem, sendo bastante comum haver *hiperlinks* para as fontes originais nas quais são baseadas a produção do conteúdo. Esses *links* são representados por um sublinhado azul embaixo de palavras ou expressões. Não há *tags*, *hashtags*, palavras-chaves ou comentários ao final das matérias, mas ao lado delas há algumas expressões que indicam os assuntos/temas aos quais elas se referem e onde o leitor pode encontrar outras matérias com esse mesmo tema.

O Nexo prima por um jornalismo distanciado, calcado em fontes especializadas e aprimorado pelo sistema de representação dos dados em gráficos ilustrado, pelos áudios e podcasts. Inova ao propor para o leitor ‘pílulas’ de notícias, de três, cinco ou mais minutos. Tudo isso sem sair da redação. É um jornalismo contido, racional e asséptico.

O Nexo nas redes sociais Facebook e Twitter

No Facebook e no Twitter o Nexo apresenta-se com regime de publicação bem expressivo. No primeiro período de coleta, de 1 a 8 de outubro, a página do Facebook teve uma movimentação bastante grande: 1210 mensagens, entre autoria, seguidores, comentários etc. Os posts autorais somaram 106, distribuídos durante a semana, sendo o dia de maior publicação autoral, 15 postagens, no dia 5/10. Ainda no primeiro período de coleta, no Twitter, o Nexo postou 150 mensagens, uma média de 18,7 mensagens por dia. No segundo período de coleta, de 22 a 29 de outubro, foram 1324 postagens na página do Facebook, sendo 106 de autoria do nexo. Ou seja, houve uma regularidade de postagens no Facebook entre o primeiro e o segundo turnos da eleição, sobretudo no período de coleta da pesquisa. No Twitter, na segunda etapa da coleta, baixaram o número de tuítes, somando no período 123 mensagens.

Nexo no Facebook

O regime de publicação do Nexo na página do Facebook, 106 mensagens autorais, foi bem distribuído durante a semana, sendo o dia 5/10, o de maior publicação, 15 posts. Na semana antes do segundo turno da eleição, a coleta mostra que se manteve o número de 106 posts, com o dia 26/10, aglutinando 16 mensagens.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook do Nexo Jornal

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Nexo	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Nexo
Post totais	1210	Post totais	1324
Post autor	106	Post autor	106
01/10/18	14	22/10/18	14
02/10/18	13	23/10/18	15
03/10/18	13	24/10/18	12
04/10/18	14	25/10/18	15
05/10/18	15	26/10/18	16
06/10/18	13	27/10/18	11
07/10/18	11	28/10/18	10
08/10/18	13	29/10/18	13

Fonte: Arquivo da pesquisa CPCT

As postagens do dia 5/10, como é a prática do Nexo, remetem a matérias publicadas no site do arranjo. A página do Facebook tem um texto próprio, adequado à linguagem do midium, mas remetem a produções já realizadas e publicadas no site. São notas que chamam para o aprofundamento da leitura. As retransmissões, tradicionais organizadores dos assuntos no jornal impresso, estão aqui no Facebook: [1-3-5] são as pílulas noticiosas; opinião, marca o artigo, estante é a seção de resenhas e trechos de obras publicadas; o novo é a hashtag (#) democracia, para tratar das eleições, entre outras. No mais, as notas remetem ao site. O enunciado obedece a norma clássica do jornalismo, quem fala é sempre a fonte, o Nexo, ou o autor/a do artigo de opinião.

Quadro das postagens do dia 5/10/2018, na página do Nexo no Facebook

2018-10-05 07:01:05	[1-3-5] Último encontro antes do primeiro turno tem críticas pela ausência do líder nas pesquisas e também ao PT. Leia resumo neste modelo de navegação que vai tomar um, três ou cinco minutos de seu tempo
2018-10-05 08:01:00	Em vez do terceiro domingo de outubro, como de costume, horário de verão em 2018 deve começar na segunda quinzena de novembro.
2018-10-05 08:59:08	[opinião] 'É no Poder Judiciário que deveríamos ter a maior neutralidade possível para que o Estado de direito e a democracia prevaleçam. Esse não tem sido o caso.' Leia na coluna de Claudio Ferraz.
2018-10-05 10:30:14	Número de pretos e pardos na disputa eleitoral cresce, mas ainda é sub-representado. O 'Nexo' falou sobre o tema com Luiz Augusto Campos, estudioso da questão racial na política brasileira.
2018-10-05 11:30:34	[estante] O 'Nexo' publica trecho do novo livro do escritor pernambucano Marcelino Freire que reúne pequenas narrativas entremeadas por comentários.
2018-10-05 12:30:14	#SobreDemocracia Na reta final do 1º turno das eleições, o 'Nexo' recupera em suas redes sociais conteúdos que trazem dados e discussões sobre questões fundamentais do país.
2018-10-05 13:30:26	Tema pouco aparece em declarações e debates presidenciais. Neste texto, o 'Nexo' reúne os planos dos 13 postulantes à Presidência.
2018-10-05 14:33:30	[gráfico] Lei mais importante do país completa três décadas de sua promulgação. Veja um histórico das emendas feitas a ela ao longo do tempo.
2018-10-05 15:39:29	Quem não escolhe um candidato deixa a decisão para quem o faz. Entenda as consequências de não votar tanto para o eleitor como para o resultado das urnas:
2018-10-05 16:31:08	[opinião] 'Com sentimento antissistema, eleitor abandonou a direita moderada e agora se dirige às urnas para punir as elites políticas tradicionais.' Leia no texto de Fernando Guarnieri e Felipe Munhoz de Albuquerque.
2018-10-05 17:31:09	Economistas responsáveis pelos planos do PSDB e do MDB falaram ao 'Nexo' sobre programas. Campanhas de Bolsonaro e do Novo não responderam às perguntas.
2018-10-05 18:52:20	O crescimento de Bolsonaro e a proibição de entrevistas com Lula. A delação de Antonio Palocci, a influência do Whatsapp e dos rumores nas eleições e outras coisas mais. Assista:
2018-10-05 19:29:00	O 'Nexo' tem como principal motivação produzir um jornalismo que contribua para um debate público qualificado e plural, capaz de fortalecer a democracia brasileira. E, nestas eleições, nada é mais importante do que informação de qualidade. Desde o início da campanha, o 'Nexo' ficou gratuito durante a propaganda eleitoral na TV. Neste fim de semana, o jornal desliga completamente o seu paywall. Acesso: https://www.nexojornal.com.br
2018-10-05 20:10:34	#SobreDemocracia Na reta final do 1º turno das eleições, o 'Nexo' recupera em suas redes sociais conteúdos que trazem dados e discussões sobre questões fundamentais do país.
2018-10-05 20:49:58	Jovem iraquiana e médico ginecologista congolês foram escolhidos por suas militâncias contra práticas de violência sexual em locais de conflito ou guerra.

Fonte: Arquivo pesquisa CPCT/2018.

Vê-se ainda que o regime de publicação ocupou todo o dia: das 7 horas da manhã até às 20h49 manteve-se atuante, cobrindo um período de mais de 13 horas de cobertura. Além das notas, há um post bem ao estilo Nexo de um minuto saber dos temas principais, exemplo é a chamada acompanhada da ordem/ indicação: assista. “O crescimento de Bolsonaro e a proibição de entrevistas com Lula. A delação de Antonio Palocci, a influência do Whatsapp e dos rumores nas eleições e outras coisas mais. Assista:” (5/10/2018). Com isso, possibilita que o leitor visite o site e assista a análise do dia.

No período da segunda coleta na página do Nexo no Facebook, o dia 26/10 obteve o maior número de publicações: foram 16 posts. O regime de publicação é bem equilibrado entre os dias, mesmo entre as semanas observadas.

Quadro das postagens do dia 26/10/2018, na página do Nexo no Facebook

2018-10-26 07:00:28	Com vantagem no segundo turno, candidato do PSL cancela participação em eventos. Na primeira etapa, indefinição da candidatura petista e atentado ao capitão reformado impossibilitaram encontro.
2018-10-26 08:00:57	[opinião] 'Bolsonaro não seria a minha escolha primeira mas foi o que restou de decência e pudor ao povo brasileiro, diante do que ficou.' Leia no ensaio da ex-ministra do STJ Eliana Calmon ⁹
2018-10-26 09:00:32	Vistoria surpresa realizada pelo Tribunal de Contas do Estado revela condições precárias de infraestrutura e de risco à segurança das crianças.
2018-10-26 11:01:10	[opinião] 'A liderança de Jair Bolsonaro não só foi fundamental para reconfigurar a Câmara dos Deputados, como impactou assembleias estaduais.' Leia no texto de Rodolfo Carrioux e Carolina de Paula.
2018-10-26 11:04:46	Distância entre o líder do PSL e o petista era de 18 pontos percentuais. Agora, é de 12. O 'Nexo' entrevistou dois cientistas políticos para entender esse movimento.
2018-10-26 12:25:42	Nestas eleições, nada é mais importante do que a informação de qualidade. A partir desta sexta (26) até o final do domingo (28), o paywall do 'Nexo' ficará desligado. Confira nossa página especial e acompanhe a cobertura do resultado das urnas: nexojornal.com.br/eleicoes/2018
2018-10-26 13:00:54	[podcast] Esta edição do 'Escuta' conta, com faixas comentadas, a história do disco de 1968 dos Beatles que marcou época.
2018-10-26 14:00:40	A pesquisadora Isabela Oliveira Kalil entrevistou simpatizantes de Bolsonaro e traçou os principais perfis dos seus apoiadores.
2018-10-26 15:00:59	[estante] O 'Nexo' publica trecho da peça do dramaturgo e ator Felipe Haiut, que questiona as fronteiras entre posicionamentos políticos opostos.
2018-10-26 16:00:24	Para o mundo, o comunismo ruiu há 27 anos. Mas para Bolsonaro e Doria, é uma das maiores ameaças ao Brasil.
2018-10-26 17:04:32	[opinião] 'O otimismo do mercado com Bolsonaro é completamente infundado'. Leia mais no ensaio dos economistas Caio Carbone e Marcelo Cazzano.

2018-10-26 17:59:42	[gráfico] Veja que grupos apoiaram mais ou menos cada candidato entre a pesquisa de 18 de outubro e a de ontem.
2018-10-26 18:49:38	Associação profissional fez reivindicações aos candidatos à Presidência. Entre elas, uma reforma da segurança pública que garanta o respeito aos direitos humanos aos policiais.
2018-10-26 19:30:35	Associação nacional que representa praças das Polícias e dos Bombeiros Militares estaduais reivindica uma reforma da segurança pública que garanta seus direitos humanos.
2018-10-26 20:14:03	A queda na diferença entre Bolsonaro e Haddad às vésperas da votação. A proibição de manifestações em prédios públicos pela Justiça Eleitoral. As ameaças de bomba nos EUA e mais. Assista:
2018-10-26 20:55:49	#SobreDemocracia Na reta final das eleições, o 'Nexo' recupera em suas redes sociais conteúdos que trazem dados e discussões sobre questões fundamentais do país.

Fonte: Arquivo da pesquisa CPCT/2018.

As mensagens do dia 26/10 repetem as retrancas das seções e as hashtags. Faz a síntese das principais notícias e remete para um vídeo. Mas notícias fora do tema das eleições também são pauta dos posts. As reivindicações da polícia e dos bombeiros, vistoria do Tribunal de Contas e até um áudio dos Beatles de 1968. Ou seja, sem sair da pauta principal das eleições presidenciais, há espaço para temas relevantes de outras áreas.

Sem dúvida, a estratégia da campanha de Bolsonaro foi vitoriosa porque soube acionar as redes sociais e suas lógicas de likes e monetização a seu favor. Os fluxos de rede com os rastros dos usuários mostraram como o nome Bolsonaro ficou no top em todo o período eleitoral. Essa lógica, dificulta o debate de ideias e dá vantagem ao embate, como em um ringue. O Nexo, mesmo sendo pautado pela campanha direitista, manteve, sobretudo no segundo turno, uma linha editorial comprometida com a democracia e as forças progressistas.

O Nexo no Twitter

No período da coleta, o Nexo postou 150 tuítes na primeira semana, e 123, na segunda semana. No dia 4/10, foram 20 tuítes e no dia 26/10, 24 tuítes. As postagens começam em torno das 7 horas da manhã e vão até às quase 21 horas. Nos dias de maior postagens, há uma intensificação entre uma hora e outra, o que coloca em destaque a necessidade de um conjunto muito articulado de jornalistas para tratar do site, do Twitter e do Facebook. Produzir áudio e vídeo além dos infográficos bastante recorrentes nas edições do Nexo.

No dia 4/10, intensifica-se a discussão sobre as eleições. O Twitter é um espaço privilegiado para o debate e sua lógica corresponde a isso. Nesses termos, os enunciados do Nexo são ainda mais elaborados. Textos claros, remetendo ao centro da questão que trata o artigo, sempre remetendo ao site.

O mesmo acontece no dia 26/10, reta final da campanha, os dois candidatos no embate e a pauta é pela defesa da democracia. Esse eixo está bem posicionado nas matérias do Nexo. Não há tergiversação como aconteceu na grande mídia. Os especialistas pautados para discutir o embate eleitoral marcam essa linha editorial. Os temas diversidade, constituição, propostas econômicas também corroboram a linha editorial que trata a eleição pelo eixo da defesa da democracia e da cidadania, mesmo que Haddad e o PT sejam as alternativas.

O último tuíte do dia 28/10, é uma chamada para o podcast 'Durma com essa'. Dê fato, o chiste popular durma com essa caiu muito bem, depois da vitória de Bolsonaro.



Fonte: Página do Twitter do nexo Jornal, 28/10/2018.

Nós, Mulheres da Periferia

(<http://nosmulheresdaperiferia.com.br/>)

O site do arranjo Nós, Mulheres da Periferia apresenta um design simples, que proporciona uma navegação fácil. O site conta com duas cores predominantes, o roxo e o laranja; a primeira página está organizada no sentido horizontal, dividida em quatro blocos de informações horizontalizados. No primeiro bloco, estão o que podemos considerar as manchetes, compostas por fotos quadradas com os títulos dispostos dentro das imagens. As mesmas fotos são links para as matérias.

Nas páginas internas, o mesmo design se repete independentemente da temática ou do gênero jornalístico trabalhado. As matérias têm início com uma foto horizontalizada no topo. As variações no desenho da página são mínimas, às vezes, com o título e subtítulo da matéria dentro da foto ou somente o título. Esse tipo de padronização facilita a realização das postagens pelos próprios realizadores, dispensando assim a necessidade de um designer que configure um *layout* de página diferente para cada conteúdo jornalístico. O texto segue o padrão de leitura vertical e, muitas vezes, o estilo *long form*, com uma extensão mais longa e vários intertítulos orientando a leitura.

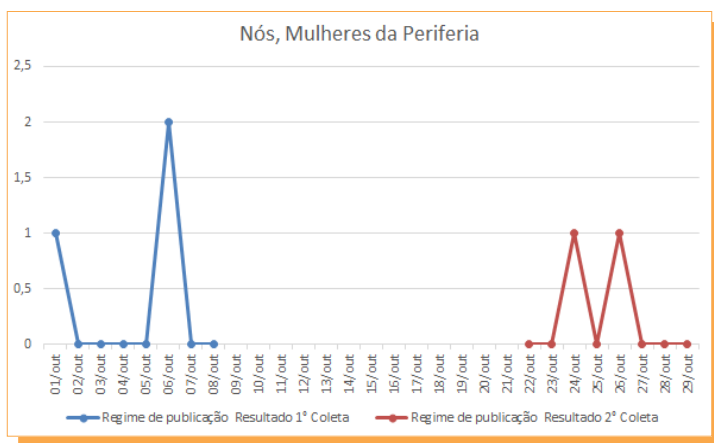
O site se divide em quatro seções: Notícias, Nossas Vozes, Agenda e Serviços. Além do ícone para a busca no próprio site. A busca pode ser realizada pela digitação de um ou mais termos. Não há ferramentas para refinar os termos de pesquisa. O resultado mostra matérias que trazem o termo pesquisado ou matérias relacionadas, mas elas não são dispostas em ordem cronológica, resultando em conteúdos de períodos diversos, cujas datas só podem ser verificadas se o leitor entrar na página da matéria, o que torna a busca cansativa, caso se esteja procurando uma matéria de um período específico.

Além das seções, há 13 categorias temáticas, equivalentes às editorias do jornalismo impresso. São elas: Cultura, Direitos, Economia, Educação, Empreendedorismo, Gênero, Identidade, Idosas, Infância, Literatura, Mobilidade, Raça e Saúde. As mesmas são indexadores internos do site, por meio dos quais é possível acessar todas as matérias já publicadas sobre o tema, portanto, são ícones clicáveis dentro do site. É válido mencionar que não há *banners* ou outra forma de anúncio publicitário e/ou comercial no site. Nem mesmo espaços vi-

suais com logomarcas ou anúncios de arranjos parceiros ou de qualquer outra instituição da sociedade civil ou de ativismo político.

Durante o período de coleta para a pesquisa, nas semanas que antecederam o primeiro e o segundo turno eleitorais, os dias de maior regime de publicação foram o dia 06/10/2018, com duas matérias; e os dias 24 e 26 de outubro, com uma matéria cada. Portanto, tivemos três matérias publicadas na primeira etapa de coleta e duas na segunda, totalizando 5 publicações antes das votações. Esse número é indicativo de um regime de publicação de baixa intensidade e com muita flexibilidade, o que já nos aponta para as condições do trabalho jornalístico no arranjo, possivelmente marcada por uma equipe pequena e sem as condições materiais ideais para garantir um regime de publicação mais intenso e equilibrado.

Gráfico 1 - regime de publicação do arranjo Nós, mulheres da periferia



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Nós, Mulheres da Periferia no período da coleta.

Durante o primeiro período de coleta, as palavras-chaves retiradas das matérias publicadas que mais se destacaram foram: samba, periferia, mulheres, jardim, #elenão. O nome do candidato Bolsonaro está presente na nuvem de palavras, mesmo não figurando como uma das palavras mais destacadas, ou seja, de maior recorrência, sua simples presença mostra que o arranjo tratou do tema eleitoral e teve como foco o candidato do PSL, dada a ausência, nesta

Jardim Miriam: moradoras contam o que pensam sobre as Eleições	Semayat s. Oliveira	Não	reportagem	Mulheres moradoras do Jardim Miriam	Trabalha com foto sem legenda, mas com crédito do fotógrafo. Tem apenas um hipertexto interno e um vídeo.	Sem comentários. Usa as tags: mulher negra, periferia. Recorre ainda às categorias temáticas: Cultura, Direitos, Gênero. Há botões de compartilhamento direto da matéria para Twitter, Pinterest, Tumblr, Google +, Facebook e há opção de curtir a matéria no próprio site via link do facebook. A reportagem obteve 22 curtidas.
--	---------------------	-----	------------	-------------------------------------	---	--

Das duas matérias publicadas no dia 06 de outubro, apenas uma traz no título a referência às eleições. Apesar de as duas matérias estarem conectadas pela mesma singularidade, ou seja, pelo mesmo fato: roda de samba tradicional no Jardim Miriam, uma delas, explorou a particularidade eleitoral, dando voz para mulheres da periferia opinarem sobre a disputa para os cargos de representantes democráticos. Em relação aos gêneros jornalísticos, temos duas reportagens, se vistas separadamente, mas em conjunto, temos uma reportagem principal, a que trata sobre a roda de samba como uma política cultural da periferia, e uma derivada, exatamente a que versa sobre o tema eleitoral.

Apesar de estarem relacionadas, dada a dinâmica da leitura na web, as matérias podem ser lidas de forma separada sem que a compreensão de cada uma seja comprometida, ou seja, cada matéria é completa de sentido. Contudo, quando lidas em sequência, percebe-se que uma delas tem uma abordagem mais abrangente e extensa do fenômeno, enquanto a outra, a derivada, lança uma lupa sobre um recorte mais específico da realidade, no caso, as eleições.

É válido mencionar outros elementos que indicam a ligação ou revelam que as duas matérias surgem do mesmo processo de produção: são assinadas pela mesma pessoa, trazem como conteúdo multimídia o mesmo vídeo e tem como cenário o mesmo lugar. As fontes, apesar de poderem ser agrupadas numa mesma categoria: protagonistas anônimos, não são as mesmas pessoas. Em termos de organização informativa, a que estamos considerando como matéria principal conta com mais fotos e links internos e externos que direcionam o leitor para o aprofundamento de alguma informação citada no texto, mas que não é explorada na matéria.

Na matéria que trata sobre eleições, aqui tida como uma matéria derivada da anterior, há apenas um link interno que direciona o leitor exatamente para a matéria principal, nesse caso, o site não opta por aprofundar o tema eleitoral, por meio de outros links internos e externos, mas sim por manter a audiência no site, valorizando o trabalho sobre o cotidiano da periferia. Nesse caso, não há uma contextualização histórica das eleições ou a oferta de outras perspectivas por meio da *linkagem* com os trabalhos de outros arranjos também periféricos, mas uma reiteração da linha editorial do arranjo exposta na matéria principal sobre a roda de samba como política cultural no Jardim Míriam.

Ou seja, na instância de seleção prevalece a vinculação temática com a universalidade que orienta a produção noticiosa do arranjo: gênero e territórios periféricos. A escolha do gênero reportagem em detrimento da notícia denota o esforço do arranjo em dar visibilidade ao cotidiano e às problemáticas relativas ao público-alvo que é ao mesmo tempo destinatário e fonte do arranjo.

No que diz respeito à instância de composição, percebe-se a preocupação em apresentar um conteúdo multimídia por meio de vídeo, tanto que o mesmo vídeo foi postado em duas matérias, o que também revela as dificuldades de produção desse tipo de conteúdo, pois, caso fosse algo rotineiro e simples para o arranjo, ambas as matérias poderiam contar com vídeos diferentes e em maior número. Possivelmente, por conta disso é que o texto verbal aparece como modo semiótico predominante, sendo explorado na forma de reportagens *long forms*, caracterizadas por textos verbais extensos e com poucos recursos multimidiáticos.

No aspecto de circulação e interatividade com a produção do arranjo, foi observado apenas um comentário deixado na matéria relativa à roda de samba. É interessante destacar que no site do arranjo há botões para o compartilhamento da produção noticiosa em redes sociais ou via e-mail e há ainda um botão derivado da rede social Facebook para curtir a matéria no próprio site. Por meio desse recurso, foi possível observar 215 interações de curtidas com as duas reportagens aqui analisadas, das quais a reportagem sobre a roda de samba obteve o maior número de interações, com 193 curtidas.

QUADRO II - Matérias publicadas pelo Nós, Mulheres da Periferia em 24 e 26 de outubro, datas de maior publicação na semana

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
O que Bolsonaro e Haddad propõem para a saúde da mulher?	Redação	Não	Reportagem	Documentos (planos de governos dos candidatos) e especialistas	Reportagem ao estilo long form com quatro links externos e sem vídeos ou audios	Sem comentários. Uso da tag Saúde e Mulher negra e da categoria de indexação interna do site: saúde. Botões para compartilhamento direto da matéria para Twitter, Pinterest, Tumblr, Google +, Facebook e há opção de curtir a matéria no próprio site via link do facebook. A reportagem obteve 263 curtidas.
O amor vai vencer o ódio: evangélicas ocupam as ruas contra Bolsonaro	Semayat s. Otiveira	Não	Notícia	Mulheres evangélicas, protagonistas anônimas	Um hipertlink externo. Leia mais ao final com sugestões de outras matérias do arranjo relacionadas ao tema e um vídeo complementa a matéria trazendo mais depoimentos de manifestantes presentes no ato.	Sem comentários. Uso das tags: genocídio, periferia e racismo. Uso da categoria temática Direitos como indexador interno do site. Botões para compartilhamento direto da matéria para Twitter, Pinterest, Tumblr, Google +, Facebook e há opção de curtir a matéria no próprio site via link do facebook. A reportagem obteve 67 curtidas.

Na semana que antecedeu o segundo turno eleitoral, as duas matérias realizadas pelo Nós, mulheres da periferia no período tiveram as eleições como tema. A publicação do dia 24/10 foi uma reportagem extensa sobre as promessas para a saúde da mulher nos planos de governo dos candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Já a segunda foi uma notícia sobre uma manifestação de evangélicos contra o candidato Bolsonaro. Os títulos das duas publicações já explicam porque a nuvem de palavras desse período de coleta revelou o nome Bolsonaro como uma das palavras-chave. O então candidato do PSL aparece

nos dois títulos, sendo, portanto, um elemento importante nas duas coberturas a despeito de elas serem favoráveis ou não a ele.

Sobre o posicionamento político do arranjo em relação ao candidato, ele fica mais visível na notícia veiculada no dia 26/10 sobre a manifestação de grupos evangélicos contra Bolsonaro. A instância de seleção desse fato para a pauta de cobertura do arranjo dá pistas de sua postura político-ideológica, pois o fato, a manifestação, não ocorreu no território da periferia e sim em uma área central da cidade, na Av. Paulista. O deslocamento da equipe de cobertura para o local já denota que para o arranjo é relevante mostrar movimentos contrários ao candidato.

É importante destacar o aspecto contraditório desse fato também, outro atrativo para sua seleção como notícia. Bolsonaro se declara como evangélico e seus discursos de campanha foram marcados por alusão a temas religiosos, como o slogan de sua candidatura “Brasil acima de tudo e Deus acima de todos”, e a associação de sua imagem a de um escolhido, de um messias, incitada pelo fato de o nome do candidato ser “Jair Messias Bolsonaro”. Essas referências ao universo religioso o tornaram popular entre os evangélicos, portanto, a ocorrência de uma manifestação de grupos evangélicos contra Bolsonaro desponta como um elemento que foge ao script da eleição, o que justifica a cobertura noticiosa do acontecimento por parte de qualquer veículo de mídia, seja ele independente ou uma organização de mídia convencional.

Contudo, no caso em particular do Nós, mulheres da periferia, um arranjo jornalístico voltado para temas relativos ao gênero e às periferias, a seleção deste acontecimento que singularmente, à primeira vista, não se vincula aos seus temas de interesse, nos leva a crer que sua inclusão na pauta de cobertura se deveu também a uma filiação ideológica de concordância com o teor da manifestação política. Essa postura ecoa na instância de seleção das fontes, pois todas as mulheres que deram depoimentos à repórter são apoiadoras da manifestação, portanto contrárias a Bolsonaro. Em nenhum momento a notícia mostra o “outro lado”, os evangélicos que apoiam a candidatura do ex-militar e tampouco contextualiza a religião do candidato ou mostra manifestações e movimentos de apoio a ele provenientes de evangélicos. A ausência dessas perspectivas nos leva a subentender que para o arranjo todas essas vozes a favor de Bolsonaro já ocupam espaço no cenário midiático e, assim, ele opta em dar visibilidade para as vozes contrárias.

O espaço destinado a esses personagens anônimos da manifestação reverbera na instância de composição que conta com um texto noticioso curto e um vídeo com depoimentos de várias mulheres presentes na manifestação. É interessante perceber que o vídeo tem um papel de complemento informativo com os depoimentos e ainda produz um efeito de verdade. As imagens, conforme Charaudeau (2006, p. 88), autenticam a veracidade do discurso jornalístico por meio de sua capacidade de designação, uma estratégia semiótica de referenciação entre a imagem e o que ela representa de modo que a imagem atesta a verdade de um acontecimento, é uma prova de verdade de um fato social. É nesse registro discursivo que podemos também enquadrar o vídeo apresentado como conteúdo multimídia pelo arranjo.

O vídeo não é um pedaço informativo que aprofunda as informações contidas no texto. Aliás, esse efeito de camadas informativas, de transição da singularidade para a particularidade também não acontece nessa notícia por meio de hiperlinks, por exemplo. O esforço observado nesse sentido é feito ao final da notícia com a sugestão “leia mais”, em que são apresentadas outras matérias do próprio arranjo sobre o tema eleitoral, uma delas, inclusive é a reportagem aqui também analisada, postada no dia 26 de outubro. Nesta reportagem, o arranjo analisa os planos de governo dos candidatos Bolsonaro e Haddad em busca de suas promessas de campanha para a saúde da mulher. Aqui, tem-se uma vinculação direta da eleição com um dos temas centrais do arranjo: as mulheres.

Na instância de seleção, a reportagem recorre a fontes oficiais e especializadas, que são os documentos, no caso, os planos de governos, e mulheres especialistas, uma professora universitária da área de saúde e uma mulher militante da causa LGBTQ+. Nesse caso, o arranjo não recorre a fontes anônimas, como nas demais matérias analisadas. Outro diferencial é em relação à autoria da reportagem. Enquanto nos demais conteúdos aqui apresentados havia a assinatura da mesma repórter, neste a assinatura é coletiva sob a rubrica “redação”. Esses dois movimentos discursivos nos mostram um esforço de mimetização do dispositivo comunicacional da grande mídia, que sobrevaloriza o uso de fontes oficiais e especializadas em matérias de política, retirando da instância de seleção desses temas os protagonistas anônimos.

Quando o Nós, mulheres da periferia abandona uma marca importante de seu dispositivo comunicacional - os protagonistas, as mulheres da periferia -

entende-se que há um esforço do arranjo de alcançar outros públicos ou ainda de capitanear para si a credibilidade aferida às organizações midiáticas que constroem esse tipo de dispositivo comunicacional. Ao fazer isso, o arranjo se distancia do aspecto comunitário, local, do investimento noticioso que realiza para dar conta do aspecto global e particular do tema em questão: a saúde da mulher no âmbito do novo governo federal.

O investimento nesse tema, supostamente de interesse de todas as mulheres do País e não só das que vivem nas periferias, é feito na instância de composição por meio de uma reportagem do tipo *long form*, ou seja, com predominância do texto verbal longo e ausência de recursos multimídia como vídeos e áudios. Além do texto, há uma foto na abertura da matéria e retratos dos candidatos e das especialistas que são citados na matéria. No aspecto da hipertextualidade, há quatro links externos que orientam o leitor para os planos de governo dos candidatos, para outras matérias e para uma instituição parceira do arranjo citada na reportagem. Nesse sentido, podemos considerar os links como complementos informativos que propiciam o aprofundamento de informações contidas na reportagem, ou seja, são contextualizações temáticas.

Outro recurso de contextualização temática são as *tags* e as categorias (indicadores das editorias do arranjo) que acompanham tanto a reportagem quanto a notícia ao final dos textos. Eles conduzem o leitor para o arquivo de memória do próprio site, no qual se encontrará uma diversidade de reportagens ancoradas nessas palavras-chaves. Além desse recurso, ao final das matérias, o arranjo também sugere a leitura de matérias relativas ao campo semântico das eleições por meio da seção “leia mais”.

No aspecto da circulação da informação e interatividade não observamos nenhum comentário, contudo, a reportagem e a notícia receberam 330 curtidas, das quais 263 foram apenas destinadas à reportagem sobre o tema saúde da mulher nos planos de governo dos candidatos. Esse número pode ser tido como um medidor da relevância da produção junto ao público do arranjo e denota uma predileção e alcance maior da reportagem em detrimento da notícia.

O Nós, mulheres da periferia foi identificado na primeira fase da pesquisa como um arranjo que se autodeclarou jornalístico alternativo e/ou independente, cujo foco editorial são questões de gênero, mulheres negras e a militância em

defesa desses temas. O que a análise das matérias nos permite dizer a respeito do jornalismo realizado pelo arranjo é que ele de fato possui uma linha editorial ancorada na defesa dos direitos das mulheres periféricas e, sobretudo, negras. Para dar vazão a esses temas, o arranjo realiza coberturas jornalísticas na periferia, para a periferia e sobre a periferia, privilegiando como fontes mulheres que vivem nas periferias. Esse recorte da instância de seleção é muito relevante, pois comprova o próprio ativismo do arranjo, ao dar voz para mulheres negras moradoras das periferias. Dessa forma, ele não só noticia ações políticas de gênero ou cobra essas ações por meio do conteúdo jornalístico, ele se engaja à causa no processo de trabalho jornalístico e isso atesta o tipo de jornalismo que o arranjo pratica: um jornalismo independente em termos discursivos e engajado e localizado em termos produtivos.

Nós, mulheres da periferia no Facebook

No Facebook a atuação do Nós, mulheres da periferia manteve certa regularidade. Houve 37 postagens na semana da primeira coleta (1 a 8/10/2018) e 26 na segunda semana de coleta (22 a 29/10/2018). Esse arranjo não tem conta no Twitter, desse modo as interações privilegiam o site e o Facebook.

O tema das eleições esteve mais presente na rede social do Nós, mulheres da periferia. Diferente do site do arranjo, a pauta eleitoral vinculou de maneira mais direta o tema de gênero ao das eleições.



Como ilustra a postagem ao lado, a voz institucional do Nós, mulheres da periferia sempre está presente. O nós, no processo enunciativo se afirma como pessoa da interlocução, diferente do discurso referencial, em que para o processo enunciativo o ele (não pessoa) distancia e dissimula a voz que fala. Nós, Mulheres da Periferia fala porque Bolsonaro não as representa. Abre-se assim uma conversa, uma interlocução em que as posições são claramente explicitadas e chama-se ao debate.

Outra mensagem interessante do ponto de vista do discurso editorial é a que foi postada no dia 1/10, conforme segue:

“A manifestação “Ele Não”, que aconteceu no dia 29 de setembro, não foi majoritariamente periférica. Mas muitas e muitos estavam lá. O Nós esteve presente e lançou a seguinte pergunta para as mulheres que encontramos e que são da periferia: por que #EleNão? Veja as respostas no vídeo abaixo ou direto no site: <https://bit.ly/2DJUv5y>”

Há, para a identidade escolhida - Mulheres da Periferia - o arranjo, em sua narrativa, entende ser necessário explicar porque o Nós, mulheres da periferia esteve em uma manifestação na Av. Paulista, no Centro. Para defender o ele#não é possível o deslocamento, inclusive para dar voz as mulheres periféricas que lá se encontravam. Essa oposição mecânica centro/periferia é perigosa e não atua em favor da singularidade do fato em conexão com valores universalistas, ou seja, relativos à cidadania. É essa a importância a explicação do pro quê estarem no centro, fazendo a cobertura do movimento das mulheres pelo ele#não.

Nós, mulheres da periferia
27 de outubro de 2018

O Nós, mulheres da periferia analisou e convidou especialistas para comentar os planos de governo dos presidenciais para entender como eles se comprometem com o tema "saúde da mulher". Confira a análise completa aqui: <http://bit.ly/nosmulheres-propostadospresidenciais>

PLANO DE GOVERNO DOS PRESIDENCIÁVEIS:
SAÚDE DA MULHER

“

Temos a certeza de que,
se o Jair Bolsonaro vencer,
não teremos a continuidade
das políticas de saúde para
a população LGBTQ.

Heliana Hemetério
Vice-presidência da Associação Brasileira de Gays,
Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT)

Na matéria ao lado, do dia 27/10/2018, o arranjo enuncia sua ação de convidar especialistas para discutir os planos dos presidenciais para a saúde da mulher. Estamos no dia da eleição, o post no Facebook reporta, como chamada principal, a fala da especialista Heliana Hemetério, representante da comunidade LGBTQ, para dizer que Bolsonaro não dará continuidade às políticas de saúde para essa população. Essa estratégia, atinente ao discurso jornalístico, é preparada pela introdução da fonte que se coloca para o debate. Quem fala é a fonte, não o veículo jornalístico.

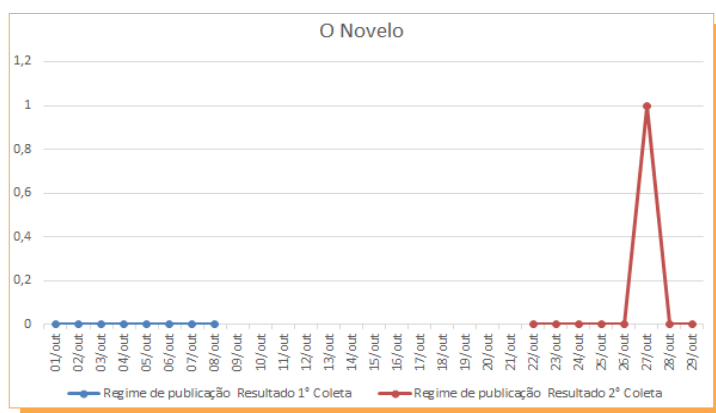
Nota-se, dessa forma, que o Facebook foi o espaço no qual o Nós, mulheres da periferia tratou o tema eleitoral de maneira mais detalhada. Fez um esforço, inclusive, para tematizar a partir de seu viés, feminino e periférico, os temas que envolvem o processo eleitoral.

O Novelo

O site do arranjo O Novelo encontra-se fora do ar, o que inviabiliza a descrição de suas características gráficas, da disposição hierárquica dos conteúdos na primeira página, do *layout* das páginas internas e ainda do arquivamento e memória do site por meio do instrumento de busca. Também fica inviável a observação de comentários no site e do uso de botões para o compartilhamento de conteúdos do arranjo nas redes sociais. Não se sabe se os responsáveis darão continuidade ao site.

Durante o período analisado, de 01 de outubro de 2018 a 08 de outubro de 2018; e de 22 a 29 de outubro de 2018, o arranjo publicou uma matéria, mais precisamente um artigo de opinião, no dia 27 de outubro. Dessa forma, o regime de publicação do arranjo pode ser considerado como muito baixo, com atualizações esporádicas. Infere-se dessa característica que as condições de produção jornalísticas do arranjo deveriam ser precárias, com carência de profissionais para a realização dos conteúdos.

Gráfico 1: Regime de publicação do Novelo



Obs: A única matéria da primeira coleta de O Novelo, "O rascunho democrático III – O Iluminismo de lumieiro.", não contém data de publicação. Foi feita a busca da publicação no site, mas o site está fora do ar. Logo, não foi alocada em qualquer data

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana que antecede o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Novelo.

As palavras com mais destaque na nuvem são “amor”, “solidão”, “ódio”, “tempo”, “conexão” e “sociedade”. Elas não se relacionam diretamente com o cenário político ou de cotidiano do país, versam mais sobre sentimentos individuais e coletivos, o que já nos conduz à conclusão de que o referido artigo de opinião, publicado no dia 27 de outubro, nada tem a dizer sobre eleições ou polarização política.

Quadro 1: Matérias publicadas no site Novelo em primeira semana/10/2018 e 27/10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DE SELEÇÃO AS-SUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
O Ras-cunho democrático 3 – O Iluminismo de lumieiro.	não	não	artigo de opinião	democracia/brasil/fascismo	Literatura/ matérias jornalísticas/ acadêmicos/ canais do Youtube	Há uma foto sem legenda e links externos ao final do artigo como referências para produção do autor	site está fora do ar, não é possível identificar comentários nem a presença de botões para redes sociais.
Eu não te odeio	Bernardo de Oliveira	não	artigo de opinião	alteridade/ solidão/ cidadania	Filmes/ Artes plásticas/ literatura	Há duas fotos com legenda e sem links internos ou externos	site está fora do ar, não é possível identificar comentários nem de botões para redes sociais. É possível apenas identificar o indexador interno do site “Periscópio”.

Não conseguimos identificar na primeira semana qual foi data de publicação, visto que o *site* encontra-se fora do ar.

Os títulos das duas matérias não fazem menção ao fato político em evidência no Brasil. O artigo publicado na primeira semana de outubro é o que mais se aproxima da temática eleitoral, pois versa sobre a democracia e o fascismo, mas não se refere nominalmente aos personagens do cenário político brasileiro em destaque naquele momento. Essa ausência de personas, de sujeitos outros também é percebida na instância de seleção dos dois artigos. No primeiro, ainda há a referência aos documentos e leituras que embasaram a argumentação tecida no texto por meio da demonstração de links externos. No segundo, essas fontes estão implícitas no texto e no próprio site, pois elas não aparecem claramente citadas nem referenciadas por meio de *links*. Essa ausência dá um tom pessoal e subjetivista aos artigos de opinião, que versam mais sobre os sentimentos do articulista em relação ao real do que oferecem um olhar, uma explicação embasada em fatos sobre um fenômeno particular da realidade. Esse tipo de estratégia enunciativa aproxima o arranjo da prática discursiva dos blogs, caracterizados por narrativas em primeira pessoa sobre as experiências e sentimentos de seus idealizadores.

Aliás, o uso de links, elementos da instância de composição só aparecem no primeiro artigo. Da mesma forma, não há o uso de conteúdos multimídia, ambos os artigos centram-se no texto verbal como modo semiótico, valendo-se apenas de imagens de modo ilustrativo, pois não se tratam de fotos “originais” realizadas pelos trabalhadores do arranjo, mas sim de imagens possivelmente captadas da internet.

A instância de circulação também é deficitária, principalmente porque a interrupção da publicação do site nos impede de verificar as estratégias de circulação adotadas pelo arranjo em relação ao espaço para comentários no próprio site ou ao uso de botões de compartilhamento nas redes sociais.

A opção do Novelo em se distanciar do tema das eleições se justifica pelo fato de ele não se qualificar como jornalístico. Na fase 1 da pesquisa, ele foi enquadrado no Núcleo 5, composto por arranjos que não apresentavam nenhum marcador jornalístico e nenhum qualificativo institucional.

O Novelo nas redes sociais – Facebook

O Novelo publicou muito pouco nas redes sociais. No Facebook foram três postagens na primeira semana de análise e uma na segunda semana. Não houve postagens no Twitter.

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook e O Novelo

Facebook O Novelo			
	1º turno 01/10 a 08/10		2º turno 22/10 a 29/10
Post próprios	3	Post próprios	1
01/10/18	0	22/10/18	0
02/10/18	1	23/10/18	0
03/10/18	0	24/10/18	0
04/10/18	0	25/10/18	0
05/10/18	0	26/10/18	0
06/10/18	2	27/10/18	1
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	0	29/10/18	0

Fonte: CPCT

Das três postagens da primeira semana, duas tinham conteúdo semelhante: eram imagens de apoio ao movimento das mulheres #EleNão (Figura 1), que são encimados por frase explicativa. A outra postagem remetia a um conteúdo veiculado no site do arranjo e o post veiculado na segunda semana também remete a um artigo veiculado no site. Nestes posts há, além da frase explicativa, um excerto do próprio texto.

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook

 **O Novo**
6 de outubro de 2018 · 🌐

O novo é contra toda forma de expressão que incite o ódio e o fim da democracia. Por isso, ELE NÃO. #elenão #elenunca #elejamais

www.onovelo.com.br



👍❤️ 26 1 comentário 3 compartilhamentos

 Curtir  Comentar  Compartilhar 

Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook de O Novo, 06/10/2018.

Opera Mundi

(<https://operamundi.uol.com.br/>)

O site do Opera Mundi é funcional e mantém em destaque, no menu superior, suas editorias. São elas: Política e economia, Diplomacia, Sociedade, Cultura, Análise, Opinião, Blogs [Breno Altman, Agora, Bidê, Blog do Piva, Quebrando Muros].

Os temas das editorias por si só evidenciam a concentração do site em temas internacionais com o posicionamento declarado de esquerda.

O arranjo busca explorar o chamado jornalismo segmentado com a produção e curadoria de conteúdos internacionais que não costumam ser veiculados em outros arranjos ou na chamada imprensa internacional. Pautas não exploradas na grande mídia têm lugar no Opera Mundi, como a indicação à presidência do Vietnã e a sessão da Corte Internacional de Justiça que julgou impasse sobre o uso de mar do Chile pela Bolívia.

O site mantém o menu superior e inferior como margens da matéria, com *links* de sessões e informações do arranjo como “sobre” ou “quem somos”, mecanismo de busca por palavra e termo.

Outras informações se repetem em todas as matérias como a caixa com pedido de financiamento e apoio, os botões de compartilhamento em sites de redes sociais que aparecem três vezes na página (menu superior, abaixo do título da matéria e ao final do texto) e a indicação de outras matérias jornalísticas com a seção “Leia também”.

Além destes recursos, houve a inserção de publicidade no site o que não existia no momento da coleta em 2018. No momento da análise, o arranjo tem dois tipos de publicidade na mesma página que a produção jornalística: uma propaganda no meio da matéria (como a figura 1) e outro modo como “recomendado para você”, com material publicitário que aparenta ser jornalístico (figura 2).

Cinquenta anos depois do ato que sepultou as liberdades democráticas no país, a Pública obtém documentos que provam que foi a direita paramilitar, e não a esquerda, que deu início a explosões de bombas e roubos de armas



Imagem 1 - Foto de trecho da matéria com a propaganda logo abaixo. Data: 25/5/2018

RECOMENDADOS PARA VOCÊ

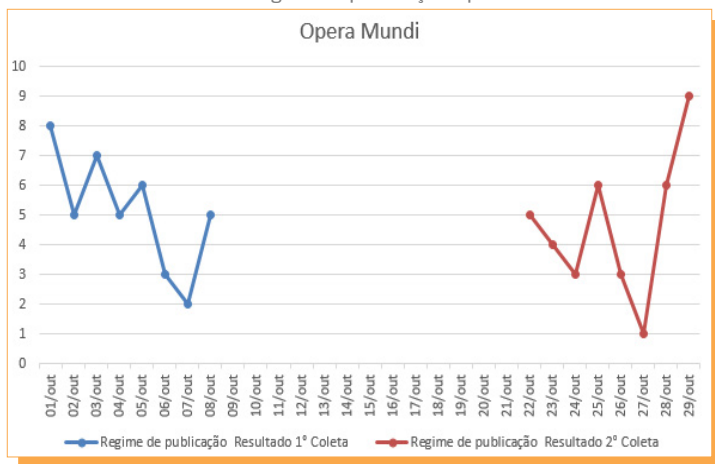
		
Planos de saúde empresariais, 30% mais baratos! Nós te ajudamos a escolher o melhor! ...	Buffett de casamento, festa de debutante, aniversário temático, locação própria. ...	Invenção Europeia Genial Relaxa os Músculos do Pescoço em 10 Minutos... ...
Patrocinado	Patrocinado	Patrocinado

Imagem 2 - Foto com publicidade no site Opera Mundi. Data: 24/5/2020.

No dia da coleta, quando as matérias foram publicadas, não havia estas duas modalidades de publicidade. Isto é importante apontar pois há diferenças entre o material e a composição total da página no momento da coleta, em 2018 e no ato de análise, em 2020.

Quanto ao regime de publicação, podemos perceber que o arranjo publicou todos os dias, mantendo inclusive horários de primeira postagem do dia. Os dias que mais tiveram publicações, no primeiro período da coleta, foram os dias 1 e 3 de outubro, os dois com seis matérias em cada um. O dia 29 de outubro foi o dia de maior publicação durante a segunda fase da coleta, com nove matérias.

GRÁFICO – regime de publicação Ópera Mundi



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Opera Mundi no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Mesmo que o regime de publicação aponte produção em todos os dias da coleta, podemos perceber por meio da ilustração do Gráfico 1, que não há regularidade quanto ao número de matérias, visto que este dado oscila entre as datas do período de seleção da amostra.

As condições de produção auxiliam a compreender o regime de publicação, a elaboração das matérias e a técnica de curadoria de conteúdo. No arranjo trabalham dois jornalistas e três estagiários e com este quadro de trabalhadores a produção é mais limitada, embora haja outras formas de manter o fluxo de publicação com assuntos que dialogam com a posição editorial do veículo.

Uma destas maneiras é o apoio entre arranjos da mídia alternativa no Brasil e no exterior, como a Agência Pública, Rádio França Internacional (RFI), a Deutsche Welle, veículo alternativo alemão, e até mesmo a Agência Brasil, entre outros sites jornalísticos que não cobram e até estimulam a republicação de reportagens e outros materiais.

Com poucos trabalhadores, as Agências de notícias (nacionais e internacionais) cumprem papel de fonte primária e de mediação sobre assuntos que compõem as suas pautas. Além disso, há também o próprio consumo de notícias por parte do jornalista que também se informa por outros veículos e agências e essa recepção influi diretamente em sua produção.

A diminuição do custo de produção está na raiz da formação das agências, já que a assinatura ou filiação a uma agência internacional ou regional apresenta custo mais baixo do que o envio e manutenção de correspondentes. Este fator reflete na preponderância de determinados assuntos e da própria seleção do que é notícia.

A seleção pode ser feita apenas a partir do material disponível [...]. A uniformidade é inviável, uma vez que três ou quatro agências fornecem a base para a cobertura das notícias externas. Em qualquer redação de todo o mundo. Em nenhum outro lugar a tirania do fornecimento é tão clara como nessa dependência (Golding-Elliott apud Mauro Wolf, 2018, p. 245).

Outro aspecto do papel das agências é a tendência à cobertura de “acontecimentos previstos, do que o jornalismo de pesquisa, descobertas dos fatos, de aprofundamento dos eventos e seus contextos” como afirma Wolf (2018, p. 249).” Mesmo com a contribuição e esta tendência de uniformidade da pauta, formulada pelas agências, é possível apreender que o sentido do jornalismo no site Opera Mundi é articulado com a concepção de produção de conhecimento que não se confunde com o conhecimento científico “devido à dimensão objetiva de sua singularidade”, para retomar o debate feito por Genro Filho (2012, p.61). Ao mesmo tempo é este conhecimento que auxilia, segundo o autor, a “dimensão simbólica do processo global de apropriação coletiva da realidade”. Ainda, segundo Genro, o jornalismo produz um processo de significação que interliga duas variáveis:

- 1) as relações objetivas do evento, grau de amplitude e radicalidade do acontecimento em relação a uma totalidade social considerada;
- 2) as relações e significações que são constituídas no ato de sua produção e comunicação (GENRO, 2012, p. 72).

Assim como para Adelmo Genro Filho, os jornalistas do Opera Mundi têm a concepção de que o jornalismo pode ser “desalienante e humanizador”.

Durante a coleta do material, na semana que antecedeu a eleição do primeiro turno, houve destaque para os temas relacionados à eleição, como se pode ver na nuvem de palavras abaixo:

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Opera Mundi.

Por meio da imagem da nuvem, podemos verificar que as palavras “votos”, “Bolsonaro”, “Haddad”, “Ciro”, “governo” e “presidente” foram as mais utilizadas nos textos que compõem a amostra do primeiro período da coleta.

“Votos” e “Bolsonaro” são as duas mais relevantes e indicam, assim como podemos observar em outros arranjos integrantes da pesquisa, que o candidato a presidente predominou e foi o artífice da organização do discurso de uma parte considerável das pautas orientando as disputas pelo campo semântico. As outras palavras indicam as alternativas para outro campo, mais progressista. Entretanto, podemos verificar que a dispersão não configura como outro polo do discurso antagonista ao de Bolsonaro. No mesmo campo semântico que a palavra “votos” cabem todas as outras palavras que aparecem com destaque.

Na segunda fase de coleta, que se deu na semana anterior ao segundo turno e no dia posterior à eleição, o dia de maior publicação foi 29 de outubro. Nessa fase, a pauta prioritária ainda foi a eleição, mas outros temas aparecem em destaque como se vê na nuvem de palavras abaixo.

Quadro 1: Matérias publicadas no site Opera Mundi em 01 /10/2018

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Atentados da direita fomentaram Al-5, mostram documentos	Vasconcelos Quadros	Sim	Reportagem	Reportagem sobre acontecimentos históricos que antecederam medida ditatorial.	Arquivo do Superior Tribunal Militar	fotos dos arquivos do STM	Botões de compartilhamento sobre Twitter, Facebook, WhatsApp, e-mail em três lugares diferentes, caixa de compartilhamento, formulário para recebimento de newsletter, indicação de matérias (leia também)
Bolívia não vai desistir de tentar saída ao mar, diz Evo Morales em Haia	Redação	Não	Notícia	Trata sobre a posição do presidente Evo Morales após o julgamento na Corte de Justiça Internacional sobre acordo entre Bolívia e Chile	Sessão da Corte de Haia/ Evo Morales e Sebastián Piñera	Foto do Evo Morales, propaganda publicitária	Botões de compartilhamento sobre Twitter, Facebook, WhatsApp, e-mail em três lugares diferentes, caixa de compartilhamento, formulário para recebimento de newsletter, indicação de matérias (leia também)
Corte de Haia rejeita pedido da Bolívia para que Chile abra negociações sobre acesso ao mar	Redação	Não	Reportagem	Julgamento na Corte de Justiça Internacional sobre acordo entre Bolívia e Chile	Sessão da Corte de Haia/ Ministro da Justiça do Chile Hernán Larraín	Link incorporado do Youtube com a sessão da CJJ,	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).

Eua, México e Canadá fecham o acordo econômico que substituiu o Nafta	Redação	Não	Notícia	Novo acordo entre México, Canadá e EUA que substituiu outro acordo chamado Nafta	Nota conjunta do representante dos EUA e de ministra do Canadá	foto de Trump com o primeiro ministro do Canadá, botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Governo da Indonésia autoriza saques a supermercados após terremoto	Joel Bronner (RFI)	Sim	Notícia	Situação da Indonésia após terremoto que deixou 800 mortos.	Catástrofe natural na Indonésia/ Informações oficiais, Presidente da Indonésia	Foto da Indonésia após terremoto	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Nobel de Medicina premia avanços contra o câncer	Deutsche Welle	Sim	Notícia	Divulga resultado do prêmio nobel de medicina	Resultado do prêmio Nobel de medicina/ Trata da vida e pesquisa dos ganhadores.	Foto dos vencedores do prêmio Nobel	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).

Podemos observar na instância de seleção de temas que as matérias tratam de assuntos como ditadura militar, escândalo de pedofilia na igreja chilena, queda do Muro de Berlim, livro sobre a Guerrilha do Araguaia, investigação acerca das receitas de Trump, sobre prêmios Nobel de medicina e química, presidência do governo do Vietnã, divergência sobre uso do mar entre a Bolívia e o Chile, acordo entre países e sobre consequências de um terremoto na Indonésia.

Ao lermos os títulos podemos verificar o segmento do jornalismo ao qual o site se afilia e busca ampliar adeptos entre leitores interessados em assuntos internacionais.

A matéria “Atentados da direita fomentaram AI-5, mostram documentos” é uma republicação da Agência Pública, fruto de pesquisa de arquivo do Superior Tribunal Militar com mais de 10 mil páginas. A reportagem desconstrói a tese de que foi a esquerda que fomentou os ataques à direita, que desencadearam no aumento da repressão e no Ato Institucional número 5.

Outro assunto que demarca a posição editorial do veículo é a resenha do livro “Borboletas e Lobisomens”, sobre a Guerrilha do Araguaia com o enfoque na história dos homens e mulheres que participaram da resistência à ditadura militar.

A pedofilia na igreja católica foi assunto selecionado a partir de casos revelados no Chile. A matéria “5 perguntas e respostas para entender os casos de pedofilia no Chile”, elaborada por jornalista do arranjo, Lucas Berti, explica o tema com declarações do Papa Francisco, ministério público do Chile e de vítimas do caso.

O marco da queda do Muro de Berlim e a reunificação da Alemanha fazem parte da amostra e ressalta o acontecimento histórico para geopolítica mundial.

A cobertura da sessão da Corte Internacional de Justiça sobre o desacordo da saída ao mar entre Bolívia e Chile dialoga com a linha editorial do veículo de cobertura de temas como este. Além dessa matéria, para reforçar o posicionamento do presidente da Bolívia, o arranjo publicou outro que apresenta já na manchete que “Bolívia não vai desistir de tentar saída ao mar, diz Evo Morales”, deixando evidente a defesa dos argumentos bolivianos, considerado de esquerda.

A matéria “Receita de Nova York decide investigar Trump após denúncias de sonegação de impostos” é uma republicação da RFI e dissolve a propalada construção *self made man*, do homem pobre que com seus méritos ficou rico.

O novo tratado de comércio entre Estados Unidos, México e Canadá que substituiu o Nafta foi selecionado como tema. A matéria é uma republicação e, na instância de fonte, a citação foi retirada de uma nota conjunta dos países, porém não consta a declaração do México, apenas dos outros dois países.

A consequência após o terremoto que deixou mais de 800 mortos na Indonésia também foi tema selecionado pelo arranjo. A matéria é uma republicação da RFI e traz informações oficiais do governo sobre a autorização de saques a supermercados.

Outro tema foi a indicação do secretário geral do Partido Comunista do Vietnã para a presidência do país. A notícia é própria e tem como fontes o jornal do Partido Comunista do Vietnã e informações da televisão da Venezuela, Telesur.

Os prêmios Nobel de Química e de Medicina também fazem parte da instância de seleção de temas. As notícias são republicações da Agência Brasil e do veículo da mídia alternativa alemã Deutsche Welle.

Nas instâncias de composição há um padrão com pelo menos uma foto em cada matéria e link em nomes dos autores e das agências em que as notícias são fornecidas. Em uma matéria, da Sessão da Corte de Haia sobre o impasse entre a Bolívia e o Chile, além da foto há também o link do Youtube com o julgamento. Além desses elementos, fazem parte também a indicação da editoria, caixa com pedido de apoio e financiamento e botões de compartilhamento que direcionam para redes de sites sociais.

As fotos não têm descrição ou autoria, o que deixa o leitor sem as informações adicionais para interpretar o texto.

Na instância de circulação e interatividade há uma caixa de comentários do Facebook e os botões que também fazem parte da composição da matéria e são ao mesmo tempo a “porta” para que o material jornalístico possa navegar por outros dispositivos além do site. Quanto às fontes, quando há o uso de declarações na produção própria do arranjo não constam de onde foram retiradas, como no texto sobre a pedofilia na igreja católica chilena.

O quadro abaixo mostra a análise mais detalhada das matérias publicadas no dia 29 de outubro, dia de maior publicação na segunda fase de coleta.

Por se tratar do dia posterior a eleição do segundo turno, os títulos das matérias publicadas têm a eleição de Bolsonaro como tema principal.

Quadro 2: Matérias publicadas no site Opera Mundi em segunda semana 20 29/10/2018

Título das matérias	Autoria	Republicação sim ou não	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção fontes	de composição/multimídia/hipertinks	Circulação/interessividade
União Europeia pede que Bolsonaro reforce a democracia no Brasil	Redação	Não	Notícia	Manifestação de líderes globais sobre a eleição de Jair Bolsonaro para presidente	Natasha Bertaud (Comissão Europeia), Vladimir Putin, Steve Bannon,	Foto da portavoz da Comissão Europeia	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Tempestades colocam Itália em alerta vermelho e geram caos	Redação	não	Notícia	Informações sobre tempestades na região da Itália	Defesa civil, população	Fotos de casas destruídas e mar revolto, link para a ANSA (sem acesso)	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Primeira viagem internacional de Bolsonaro será ao Chile	Carolina Gonçalves - Repórter da Agência Brasil	sim	Notícia	Sobre a primeira viagem internacional do futuro presidente Jair Bolsonaro, ao Chile e das intenções políticas quanto a aproximação com líderes mundiais	Onix Lorenzete, articulador do futuro governo	Foto de Jair Bolsonaro rindo	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).

Perfil internacional de Bolsonaro, por Ana Prestes	Ana Prestes	não	análise	Construção de um perfil de Bolsonaro a partir do perfil de líderes e personalidades públicas mundiais, com as quais ele se identifica, e pautas que foram destacadas em sua campanha	não há fontes	Foto de Jair Bolsonaro como se estivesse gritando	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Como a direita construiu a vitória de Jair Bolsonaro	HAROLDO GERAVOLE SEREZA	não	análise	A eleição de Bolsonaro é o resultado de um movimento antipetista construído pela direita desde 2003.	não há fontes	Foto da festa da vitória de Bolsonaro nas ruas	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).
Avião com 189 pessoas a bordo cai na costa da Indonésia	Redação	não	notícia	Queda de avião com 189 pessoas cai na Indonésia	presidente da Lion Air, Edward Sirait, autoridades da Indonésia, especialista em aviação Cerry Soejatman, diretor da agência nacional de emergência, Muhammad Syaugi,	Sem imagens	botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).

<p>Alemanha: Merkel anuncia que não irá concorrer à reeleição em 2021.</p>	<p>Redação</p>	<p>não</p>	<p>notícia</p>	<p>Trata da notícia de que Angela Merkel não se candidatará para o cargo de chanceler novamente</p>	<p>Declaração Angela Merkel</p>	<p>Foto da Chanceler da Alemanha Angela Merkel</p>	<p>botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).</p>
<p>2º turno: Bolsonaro vence em ao menos 106 das 138 cidades do exterior onde houve votação</p>	<p>Redação</p>	<p>não</p>	<p>notícia</p>	<p>Sobre os resultados da eleição presidencial do Brasil realizadas no exterior</p>	<p>TSE</p>	<p>Foto de Bolsonaro, quadro com informações sobre os votos</p>	<p>botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).</p>
<p>Tristeza não é só brasileira', diz jornal argentino sobre vitória de Bolsonaro; veja repercussão</p>	<p>Redação</p>	<p>não</p>	<p>notícia</p>	<p>Sobre a repercussão da eleição de Bolsonaro pelos jornais do exterior</p>	<p>jornal argentino Página 12, jornal português Público, The Guardian, jornal Libération, jornal Le Figaro, El País, Washington Post, New York Times, TeleSur</p>	<p>Foto da campanha de Jair Bolsonaro nas ruas com destaque para bandeiras com o rosto de Bolsonaro, há link para todos os Jornais citados como fonte</p>	<p>botões de compartilhamento de sites em redes sociais, formulário para recebimento da newsletter, link no nome do autor, propaganda, link para o veículo origem da reportagem, caixa com pedido de financiamento, links com material publicitário (material recomendado), caixa de comentários do Facebook, box com outras matérias (leia também).</p>

Três matérias não lidam com as eleições brasileiras, mas tratam de temas de relevância mundial, a saber: a queda de um avião com 186 pessoas a bordo na Indonésia, outra sobre uma tempestade na Itália e a terceira sobre a não candidatura de Angela Merkel para as eleições de chanceler alemã.

Das seis matérias que tratam da eleição de Bolsonaro, cinco apresentam a repercussão internacional sobre a eleição. Ao analisar a instância de seleção do assunto noticiado, observa-se a prevalência de uma posição crítica do veículo ao ator político, que é apresentado como uma ameaça à democracia e ao direito das minorias. Essa narrativa está presente, especialmente, nas matérias feitas pelo Ópera Mundi, como na matéria que trata da repercussão da eleição feita por diferentes jornais internacionais; na matéria que busca construir um perfil de Bolsonaro (a estratégia parte do perfil de outros líderes, ou atores políticos, da extrema direita mundial e de pautas que foram por ele defendidas durante sua campanha eleitoral); na análise feita sobre a atuação construção do discurso anti PT, por diferentes partidos de direita, que beneficiou Bolsonaro; ou na matéria que destaca no título, o pedido da União Europeia para que Bolsonaro reforce a democracia.

A maior parte das publicações é do próprio veículo e levam a assinatura da “Redação”. Essa é uma característica importante: as notícias são assinadas pela Redação. Há autoria dos textos apenas quando se trata de uma análise e o texto se configura como opinião. Apenas uma matéria foi repostagem e teve como veículo a Empresa Brasileira de Comunicação - EBC, atualmente Agência Brasil, e teve como pauta a agenda de Bolsonaro para viagens internacionais.

Quanto à instância de seleção das fontes, não se vê diversidade de fontes, no conjunto de matérias analisadas nessa fase, em relação às fontes presentes na mídia hegemônica.

Nas instâncias de composição, manteve-se o padrão com pelo menos uma foto em cada matéria e link em nomes dos autores, agências em que as notícias são fornecidas, ou fontes documentais citadas no texto. Na matéria sobre a votação realizada em cidades no exterior, usaram um quadro para deixar claro a cidade, o número de votantes, quem ganhou no primeiro turno e quem ganhou no segundo turno. Além desses elementos, usam ícones para a indicação da editoria,

caixa com pedido de apoio e financiamento e botões de compartilhamento que direcionam para redes de sites sociais.

Na instância de circulação e interatividade, já descrita anteriormente, observou-se na segunda fase da coleta a ausência de comentários dos leitores, apesar de haver espaço para que seja feito.

O regime de publicação do Opera Mundi é diário, mas é flexível e variou entre duas e nove publicações no dia. Esse dado mostra que há uma preocupação do veículo quanto à periodicidade para alimentar o site com conteúdo. O que é feito com material próprio e repostagens. Importante destacar que a maior parte das matérias analisadas nas duas fases de coleta são de produção do Opera Mundi. Na primeira fase, metade das matérias foram repostagens e metade assinadas pela redação. Na segunda fase, apenas uma matéria foi repostagem.

Ao analisar os produtores do conteúdo repostado, observa-se que o veículo tem um esforço de fazer circular material noticioso que foi publicado por outras mídias alternativas e independentes. Há conteúdo gerado pela Agência A Pública, RFI, Deutsche Welle - DW. Também foi repostado conteúdo publicado pela Agência Brasil, da Empresa Brasileira de Comunicação. Essa prática nos permite inferir que há um esforço de fortalecimento de mídias alternativas em relação aos meios de comunicação hegemônicos e um esforço do site em realizar uma curadoria de conteúdo que dialogue com a perspectiva ideológica e editorial do Opera Mundi. Isso também foi observado em outros arranjos como Viomundo.

Quanto à assinatura dos conteúdos, observamos que as notícias produzidas por Opera Mundi não revelam o nome dos jornalistas. Isso acontece porque assinam como Redação. A autoria do texto só aparece quando há análises de contexto que carregam a opinião do autor. Essa pode ser uma estratégia da organização para não expor a falta de trabalhadores, uma condição necessária para uma agência de notícias com cobertura nacional e internacional. Ao revelar os nomes dos trabalhadores, revela-se o tamanho da redação. No entanto, é também uma forma de fortalecer a marca, na medida que a função-autor não é franqueada à produção personalizada.

Há sempre uma foto que acompanha as matérias, mas elas não têm legenda nem autoria. Quanto aos comentários dos leitores, há espaço para que seja

feito, mas não estavam disponíveis no material coletado nem no site quando foi feita a análise.

O veículo faz cobertura nacional e internacional. No que se refere à cobertura nacional, a pauta prioritária nas duas fases de coleta foram as eleições, especialmente a eleição presidencial, como se vê nas nuvens de palavras. Importante esclarecer que as nuvens de palavras foram produzidas a partir de todas as matérias coletadas em cada fase.

Opera Mundi no Facebook

No período de coleta dos dados, o quadro abaixo mostra o fluxo de postagens no Facebook do Opera Mundi. A produção própria é bem menor: 81 posts de 1 a 8/10; e 74 posts de 22 a 29/10/2018.

Tabela 1 – Regime de publicação no Facebook do Opera Mundi

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Opera Mundi	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Opera Mundi
Post totais	699	Post totais	946
Post autor	81	Post autor	74
01/10/18	13	22/10/18	13
02/10/18	13	23/10/18	10
03/10/18	10	24/10/18	9
04/10/18	11	25/10/18	10
05/10/18	11	26/10/18	11
06/10/18	4	27/10/18	3
07/10/18	4	28/10/18	6
08/10/18	15	29/10/18	12

A tabela mostra fluxo diário bem equilibrado, com um regime de publicação bastante compassado, demarcando inclusive os finais de semana, com fluxo bem menor de publicação. Embora as equipes sejam pequenas, a gestão reconhece folgas aos finais de semana e horários de trabalho mais estáveis para os estagiários. As quatro segundas-feiras que abrangidas pelo tempo de coleta mostra que este é um dia de fluxo maior do regime de publicação no Facebook. Vale observar as

postagens de uma das segundas-feiras de cada período (8/10 e 22/10), mantendo assim o critério da pesquisa de analisar os dias de maior publicação.

As duas notas que seguem foram publicadas no dia 22/10. A primeira refere-se a acontecimento do domingo, dia de baixa atividade no Facebook do Opera Mundi. É o colunista Gilberto Maringoni que analisa do discurso do candidato Bolsonaro. O tom da nota, é distanciado e reporta a fonte Maringoni. Na nota seguinte, também há o tom de referencialidade, os pesquisadores inseridos nos grupos de WhatsApp descobriram como atuam os usuários do aplicativo para viralizar conteúdos eleitorais. Dessa forma, o tom informativo reporta ao discurso jornalístico e suas formas compositivas.

Gilberto Maringoni: “O discurso de Jair Bolsonaro na tarde deste domingo (21/10) - proferido em sua casa no Rio e transmitido via celular a uma manifestação na Paulista - é muito pior que a intervenção de um de seus filhos defendendo o fechamento do STF.”

Inseridos em 90 grupos, os 14 pesquisadores estudaram o comportamento dos usuários para descobrir como as pessoas se organizam para viralizar conteúdos eleitorais no WhatsApp.

No dia 23/10, como se fosse premonição, temos a análise sobre a possível eleição de Bolsonaro, publicada na página do Facebook, do Opera Mundi.



Opera Mundi
23 de outubro de 2018 · 🌐

Apoiado por grandes empresas internacionais e por serviços de contra-inteligência militar nacionais e estrangeiros, a campanha de Bolsonaro constitui uma monstruosa montagem de mentiras a que dificilmente sobreviverá a democracia brasileira #OperaMundi

OPERAMUNDI.UOL.COM.BR

As democracias também são mortas em silêncio
Boaventura: usa-se o poder plutocrático, a manipulação das redes ...

A bandeira do Brasil, tendo ao fundo e acima um céu cinzento e nebuloso, e, ao lado, o Congresso Nacional, é a enunciadora o sofrimento que pode advir da eleição. A chamada dá o tom da denúncia “As democracias também são mortas em silêncio”, com o texto: “contra-inteligência militar nacionais e estrangeiros (...)” reclama por mais informações e, assim, somos chamados ao clique que nos leva à página do site do Opera Mundi. Lá encontramos a análise de Boaventura de Souza Santos, uma personalidade no mundo intelectual ibero-americano que alerta sobre o perigo Bolsonaro, explicando os interesses que estão envolvidos na eleição e que têm ação militar e paramilitar envolvidos.

Fonte: Opera Mundi – página Facebook 23/10/2018

Essa publicação, na verdade, é republicação de um outro arranjo parceiro o Outras Palavras, que produz jornalismo em profundidade. Como se vê, saltamos da página do Facebook, para o site do Opera Mundi para entendermos a análise de Boaventura Souza Santos foi publicada no site Outras Palavras, no dia anterior (2018-10-22 08:43:48). Essa movimentação que transcende espaço e tempo dos veículos jornalísticos contam uma mesma história: os riscos de se eleger o referido candidato. A essa forma de narrar entre tempos e espaços, apesar deles e com eles, criando uma ambiência para dar veracidade à análise, ou ao fato reportado, comentado, ou à opinião, é que estamos chamando de cronotopo.

Opera Mundi no Twitter

No Twitter nas duas semanas de coleta, o regime de publicação do Opera Mundi alterou-se consideravelmente entre o primeiro e o segundo turnos. De 48 postagens no primeiro período passou a 87 postagens no segundo período de coleta. Houve aí um ritmo de produção certamente ditado pela disputa discursiva e polarização que se estabeleceu. No dia 3/10, foram postados nove tuites, data de maior fluxo no regime de publicação, na primeira coleta. No dia 22/10, temos 16 postagens. Em ambas as datas, as notas tratam tanto de assuntos internacionais, que também apareceram no site, quanto temas vinculados às eleições.

Chama atenção o uso de metáforas e a apropriação de sentidos do imaginário popular para caracterizar Bolsonaro. Como exemplo, o tuíte do dia 3/10/2018: “#EleNão é o início da resposta aos filhotes chocados no ‘Ovo da Serpente’ <https://t.co/oq2jc1qWI>” É uma mensagem cifrada que remete a espaços e tempos diferentes. A metáfora ‘ovo da serpente’ pode significar o ninho do mau. Dialogicamente está para o discurso da mitologia e também para o imaginário reconstruído que nos remete ao interdiscurso com o filme de Ingmar Bergman, 1977, O ovo da serpente; e também a uma crônica do cineasta brasileiro Ruy Guerra, escrita anos após o Golpe Militar de 1964 e retomada recentemente em seu site (<https://www.ruyguerra.com.br/cronica.php?id=47&idioma=1>) .

O dialogismo é o movimento do discurso na história, sempre relacionado a um outro, em oposição, como dito ou como negação. Não se diz o nome, fala-se #elenão, ovo da serpente, filhotes etc. Essas formas de dizer negam e execram o inominável. O caminho dessa postagem nos desloca em tempos e espaços

grandes, mas revelam uma mesma narrativa, e como os personagens dela vão se repetindo em estratégias de permanência no poder. A metáfora não tem lugar no jornalismo noticioso, pode estar na crônica, mas com cuidado. No entanto, nada mais objetivo do que essa metáfora.

Outras Palavras

(<https://outraspalavras.net/>)

Quando se considera a *home* do site Outras Palavras percebe-se o recurso de diferenciação dos assuntos por cor, que é bastante utilizado por portais de notícia. Tal padrão confere identidade e pertencimento ao universo do jornalismo na web. Entretanto, o menu horizontal no topo do site carece de um padrão ao destacar a palavra Outros/Outras nos temas apresentados. Outro ponto frágil quando se considera a experiência de navegação do usuário, agora em desacordo com a prática de portais de notícias e outros veículos jornalísticos, é a ausência de data de publicação em todas as chamadas de destaque da *home*, o que prejudica a localização e a recuperação da informação.

Nas páginas internas, o *player* de vídeo poderia estar melhor posicionado no espaço dedicado ao conteúdo. Já nos comentários, seria interessante instigar o leitor a participar. Em todas as páginas do site há um *link* para doações, com a chamada: “Contribua para manter e ampliar nosso jornalismo de profundidade”⁴³. Tal recurso foi mencionado por este arranjo produtivo, na primeira fase da pesquisa, como principal fonte de financiamento. “A doação é feita, além de doações pontuais, em um sistema de assinatura, no qual o contribuinte realiza uma contribuição mensal ou anual. O arranjo tem cerca de 900 contribuintes.” (FÍGARO, 2018, p. 206).

Em sua autodeclaração, o site Outras Palavras não se define como um site de notícias, mas como “um site de análises políticas, de cultura, muito focado também na globalização, no debate das alternativas, das novas formas políticas.” (FÍGARO, 2018, p. 112). Este arranjo produtivo, que afirma “fazer um jornalismo contra hegemônico, crítico e democrático”, reivindica a “reconstrução do jornalismo” colocando em pauta “os embates do tempo presente, sobretudo, tendo em vista a profunda e constante reestruturação produtiva e destruição criativa do capital sobre a sociedade. Esse embate tem de ser enfrentado e dele e nele se faz jornalismo” (ibidem, 2018, p. 167). Enquadra-se entre os arranjos produtivos alternativos/independentes, mas percebe sua missão como um resgate do jornalismo como essência democrática:

43 Fonte: Site Outras Palavras. Disponível em: <https://outraspalavras.net/>. Consulta em: 14/04/2020.

Mas nós não esperamos simplesmente ser alternativos, nós achamos que é preciso resgatar o jornalismo por isso que eu brinquei no começo, eles não fazem mais jornalismo. O jornalismo que foi um instrumento importantíssimo da democracia, assim como a democracia está decadente, o jornalismo está totalmente decadente (...) [Representante do Outras Palavras]. (FÍGARO, 2018, p. 167)

Quando se considera os dois períodos de coleta de dados da presente pesquisa - as semanas do primeiro e do segundo turnos das eleições de 2018 -, o site Outras Palavras apresentou regime de publicação flexível. Na semana do primeiro turno (de 02 a 08/10/2018), o site teve 16 publicações, enquanto na semana do segundo turno (22 a 29/10/2018), o site teve 15 publicações. No dia da votação do primeiro turno, foram publicadas duas matérias e, no dia da votação do segundo turno (28/10), cinco matérias.



Fonte: Arquivo de dados da Pesquisa CPCT – Regime de publicação Outras Palavras.

As matérias analisadas dizem respeito àquelas que foram publicadas nos dias 02, 03/10 e 28/10 - dias que o Outras Palavras teve mais publicações, nas semanas do primeiro e do segundo turno das eleições de 2018. No total, são 11 publicações assinadas por diferentes autores. Quanto à análise das nuvens de palavras da primeira coleta, as palavras mais mencionadas foram, respectivamente: Ciência, trabalhadores, realidade, Brasil, Bolsonaro, Brasil, desigualdade. Essas palavras contextualizam o tema central de debates vigente no

QUADRO I - Matérias publicadas pelo site Outras Palavras em 02/10/2018:

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Ibope: seis hipóteses e uma ideia insólita	Antonio Martins	Não	Artigo de Opinião	A partir da Pesquisa Ibope e matéria da Revista Veja, analisa a situação dos candidatos propondo união entre Haddad, Ciro, Boulos e Marina	Vídeo com o próprio jornalista Antônio Martins apresentando a matéria completa.	Cinco comentários; links para redes sociais; Categoria: crise brasileira; sugestão de outras matérias (Leia também); 18 tags
O Pré-Sal e o desenho do golpe	José Álvaro de Lima Cardoso	Não	Notícia/denúncia	Fontes: Federação Única dos Petroleiros; Agência Nacional de Petróleo; WikiLeaks	1 foto sem legenda de uma plataforma de petróleo	Três comentários; Links para redes sociais; Categoria: crise brasileira; Sugestão de outras matérias (Leia também); 14 tags
Polêmica: duas formas do mesmo poder	Fábio Luís Barbosa dos Santos	Não	Artigo de Opinião	Não apresenta fontes	1 imagem da pintura de Maria Blanchard (1881-1932) com legenda	Dois comentários; Links para redes sociais; Sugestão de outras matérias (Leia também); Categoria: Geopolítica e Guerra; 19 tags

QUADRO II - Matérias publicadas pelo site Outras Palavras em 03/10/2018:

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Cada um de vocês é Bolsonaro	Gabriel Bayarri	Não	Reportagem	Fonte: roupas e vestimentas com "memes" do Bolsonaro, jingles, frases e gritos de ordem proferidos pelos manifestantes	1 foto sem legenda/crédito.	Cinco comentários;
Petrobras e Pré-Sal: o resgate possível	Antonio Martins	Não	Entrevista	Presidente da Associação dos Engenheiros da Petrobras (Aepet)	Vídeo da entrevista	Sem comentário; Sugestão de outras matérias (Leia também); sete tags
Reflexões à beira do segundo turno	Craziela Marchetti	Não	Crônica	Não apresenta fontes	1 imagem de um quadro/pintura, sem legenda ou crédito.	10 comentários; Links para redes sociais; Sugestão de outras matérias (Leia também); Categoria: Estado em Disputa; 15 tags

Os títulos das publicações não dão conta de acontecimentos e, desta forma, este arranjo produtivo não faz um jornalismo informativo, mas de reflexões políticas e filosóficas acerca do debate político vigente na semana do primeiro turno das eleições de 2018. Faz análise da estratégia no cenário das candidaturas para enfrentar a ameaça fascista, bem como do fenômeno de “corporalização” de Bolsonaro, relacionando-os com as características de um projeto fascista. Compara a esquerda (Lula-Dilma-Haddad) e com o “fenômeno Bolsonaro” e opina sobre a aproximação Haddad-Ciro no segundo turno, destacando a necessidade de renovação das esquerdas. Trata-se, pois, de uma abordagem interpretativa e opinativa do conteúdo jornalístico, favorecendo gêneros com narrador em primeira pessoa, como o artigo e a crônica. Nesse sentido, as instâncias de seleção, composição e circulação desvelam as características deste arranjo produtivo, que autodeclara que o site Outras Palavras “não é um site de notícias, é um site de análises políticas, de cultura, muito focado também na globalização, no debate das alternativas, das novas formas políticas.” (FÍGARO, 2018, p. 112).

Na instância de seleção das fontes, das seis matérias publicadas, duas não se calcam em fontes, sendo artigos reflexivos. Em outra matéria a fonte é o próprio autor, que relata o que viu em um evento político da campanha de Bolsonaro. Assim, metade do que foi publicado na semana do primeiro turno das eleições trata-se de jornalismo de opinião, favorecido por gêneros em primeira pessoa, como artigos e crônicas. A outra metade, apresenta, além da variedade, fontes representativas e qualificadas que reforçam a o critério de credibilidade, indispensável ao jornalismo interpretativo.

Com relação à composição e ao tratamento dado às matérias, chama atenção a falta de legenda, bem como falta de identificação e de créditos em imagens e vídeos. Por outro lado, na instância de circulação, o espaço para comentários, bem como os links para o compartilhamento nas redes sociais favorecem a amplificação das análises e reflexões propostas nas publicações pelos próprios leitores em seus perfis pessoais nessas redes, em dia com as práticas do jornalismo em ambiente digital.

QUADRO III - Matérias publicadas pelo site Outras Palavras em 28/10/2018:

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLICAÇÃO	CÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	INSTÂNCIA DE CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Por que tornou-se possível fugir do capitalismo	Umair Haque	Não	Artigo de Opinião	Teóricos: Marx, Adorno e Adler	1 ilustração com crédito	12 comentários; Links para redes sociais; Sugestão de outras matérias (Leia também); Categoria: Pós-capitalismo; cinco tags
Risco Bolsonaro e retorno à barbárie	Paulo Klíass	Não	Artigo de Opinião	Não apresenta fontes	1 ilustração sem crédito	Sem comentários; Categoria: Crise Brasileira; Sugestão de outras matérias (Leia também); 25 tags
Wallerstein: Geopolítica em tempos de incerteza	Immanuel Wallerstein	Sim	Artigo	Não apresenta fontes	1 foto sem legenda ou crédito	Sem comentários; Categorias: Geopolítica e Guerra; Sugestão de outras matérias (Leia também); sete tags
“Quando Deus chora”: apelo de uma pastora evangélica	Lusmarina Campos Garcia	Não	Artigo	Fontes: Bíblia	1 foto sem legenda ou crédito	Sem comentários; sem categoria; Sugestão de outras matérias (Leia também); 16 tags
“Desesperadamente otimistas” no FMI e Banco Mundial	Gustavo Jorge Silva	Não	Notícia	Christine Lagarde (Diretora-Cerente do FMI); Jeffrey Sachs (Universidade de Columbia); Yiping Huang (Universidade de Pequim); Roberto Azevedo (Diretor Geral da OMC)	1 foto com legenda	Sem comentários; Categoria: Desigualdades; Sugestão de outras matérias (Leia também); várias tags

Os títulos das publicações da segunda coleta, assim como da primeira, revelam reflexões acerca de temas que permeiam o debate político das eleições de 2018. Das cinco matérias publicadas no dia da votação do segundo turno, três não fazem referência direta ao cenário eleitoral. Neste sentido, analisam a possibilidade de libertação do capitalismo diante da sua obsolescência, examinam a geopolítica do sistema-mundo moderno e verificam expectativas de

instituições como FMI e Banco Mundial sobre o futuro econômico global. Já as duas matérias diretamente relacionadas ao pleito, uma compara o “risco lula” alardeado em 2002 ao “risco bolsonaro” sobre o qual pouco se fala em 2018, e outra contrapõe passagens e ensinamentos bíblicos aos discursos e propostas de Bolsonaro para questionar a coerência de cristãos que o seguem.

Com relação aos gêneros, novamente a predominância é daqueles que permitem a expressão de análises e opiniões, como artigos, sendo apenas uma publicação do gênero notícia. A função-autor é assumida como a do sujeito enunciador que assina seu discurso. Estratégia que fortalece e qualifica o argumento de autoridade usado pelo Outras Palavras, pois abre espaço para quem tem o que dizer com qualidade. A marca Outras Palavras aparece mais difusamente. Assim, da mesma forma como configurado na análise das matérias da primeira coleta, a segunda corrobora com a abordagem interpretativa de um jornalismo de opinião feito por este arranjo produtivo, que afirma que:

(...) nossa missão não é ser alternativo, nossa missão é resgatar e reinventar o jornalismo. Como será o jornalismo para uma sociedade pós-moderna, digamos? Muito dificilmente serão as redações industriais, muito dinheiro, centenas de profissionais, hierarquias super rígidas. [Representante do Outras Palavras] (FÍGARO, 2018, p. 166).

Na instância de seleção das fontes, das cinco matérias publicadas, duas não apresentam fontes e em duas outras matérias, as fontes são pensadores clássicos como Marx e Adorno, além da Bíblia. Assim, quatro das cinco matérias publicadas na semana do segundo turno das eleições trata-se de jornalismo de opinião, favorecido por gêneros em primeira pessoa, como artigos. A única notícia publicada, apresenta, além da variedade, fontes representativas e qualificadas, aproximando-se do jornalismo interpretativo.

Com relação à composição e ao tratamento dado às matérias publicadas no dia da votação do segundo turno, assim como na semana do primeiro turno, chama a atenção predominante falta de legendas e identificação em imagens, fotos e ilustrações. Isso pode colocar em xeque a prática profissional jornalística de referenciar a fonte e dar créditos. Por sua vez, a instância de circulação conta com a interação dos usuários leitores a partir de comentários, bem como de

links para o compartilhamento nas redes sociais, em dia com as práticas do jornalismo em ambiente digital. Assim, é favorecida a amplificação, por parte da audiência, das análises e reflexões propostas por arranjo produtivo, que faz um jornalismo de cunho interpretativo e opinativo.

Outras Palavras no Facebook

O regime de publicação do Outras Palavras denota certa parcimônia no uso do Facebook. No período da primeira coleta, o arranjo publicou 31 notas e seguiu-se a elas outras 220 postagens de seguidores, comentadores entre outros participantes, perfazendo um regime de publicação de 251 postagens. No segundo período de coleta, o número de publicações próprias foi de 34, enquanto a soma de outras participações chegou a 250 postagens.

Tabela 1 – Regime de publicação Facebook do Outras Palavras

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Outras Palavras	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Outras Palavras
Post totais	251	Post totais	284
Post autor	31	Post autor	34
01/10/18	7	22/10/18	9
02/10/18	5	23/10/18	5
03/10/18	5	24/10/18	3
04/10/18	4	25/10/18	5
05/10/18	5	26/10/18	2
06/10/18	1	27/10/18	1
07/10/18	2	28/10/18	4
08/10/18	2	29/10/18	5

Percebe-se um regime de publicação de maior intensidade nas duas segundas-feiras (1/10 e 22/10) que antecedem o primeiro e o segundo turnos. Nos finais de semana o fluxo diminui, visto que não há um corpo de funcionários para manter as atividades do arranjo; é o jornalista responsável que coordena todas as atividades.

A primeira publicação do dia 1/10 trata de um alerta e um pedido de desculpas aos leitores, visto que o site do arranjo foi atacado, a mensagem é a seguinte:

OUTRAS PALAVRAS ATACADO APÓS CRITICAR BOLSONARO. Desde a última sexta-feira, nosso site tornou-se instável e a publicação de atualizações no Facebook, prejudicada. Pedimos paciência e compreensão aos leitores: os problemas são resultado de ataques, desfechados após publicarmos, sexta e hoje, artigos contra o candidato fascista à Presidência e sobre as grandes mobilizações contra ele. Os ataques são de tipo DDoS. Por meio deste tipo de censura digital, programa-se robôs para que simulem a entrada em massa no site -- até o ponto em que este caia, por sobrecarga. Para frear o ataque, usa-se um bloqueio -- visível, para os leitores, por meio de uma mensagem que aparece por alguns segundos, antes do acesso ao conteúdo. Esta defesa torna o site mais lento e torna quase impossível a divulgação dos conteúdos no FB. Estamos trabalhando para vencer os censores. Pedimos seu apoio. Abraço forte, Antonio Martins, editor (Outras Palavras, 1/10/2018, Facebook)

O editor identifica os ataques como censura de grupos fascistas pró-Bolsonaro que, descontentes com as publicações do site e da conta de Facebook do Outras Palavras, passaram a atacá-lo com a estratégia do uso de robôs para derrubar o veículo de comunicação. Apesar dos ataques, o site e a conta no Facebook continuaram a denunciar as práticas fascistas da campanha da direita. Nas postagens seguintes, deste mesmo dia, há uma publicação que explica a natureza do fascismo, retomando discussões clássicas como a Horkheimer, na Escola de Frankfurt, há ainda uma nota sobre os motivos que levam a população aderir ao discurso de Bolsonaro; há ainda três notas com o tema reinvenção da política, chamando atenção para o grande potencial que os atos #elenão mostraram em razão da necessidade de se voltar à organização política com reivindicações claras e ampla aliança entre as forças progressistas. Todas as postagens têm autoria e remetem para textos no site, conforme mostra a imagem do post que segue.

 Outras Palavras
1 de outubro de 2018 · 🌐

A POSSÍVEL REINVENÇÃO DA POLÍTICA

Manifestações gigantescas significam muito mais que #elenão e sugerem que há, nas ruas, enorme potência repolitizadora – não captada pelos partidos. Como articulá-la?

Por Antonio Martins

<https://outraspalavras.net/brasil/a-possivel-reinvencao-da-politica/>

(Esta é a chamada de nosso texto mais recente. O link não é automático -- é preciso copiar e colar. É o que podemos fazer, no momento, para driblar quem nos ataca. Em breve, novas informações)



Fonte: Facebook/Outras Palavras 1/10/2018, nota sobre os atos #elenão

No segundo período de coleta, a data de maior regime de publicação foi 22/10/2018. As notas seguem a discussão política sobre as eleições majoritárias, democracia, com artigo de Boaventura Souza Santos, crise financeira e política de segurança. O post abaixo dá o tom da discussão que o arranjo afirma ser necessário fazer.

OS DIABOS NO MEIO DO REDEMOINHO Força de Bolsonaro não está no apelo à violência - mas no vingancismo contra um sistema com o qual o PT se confundiu. Onda pode voltar-se contra quem a cavalga. Por Ricardo Cavalcanti-Schiell (Outras Palavras, 22/10/2018/Facebook)

Depreende-se da leitura que a vinculação do Outras Palavras à pauta da política não é partidária, mas intelectualmente engajada em uma posição anti-capitalista e democrática. Pouco aparece o nome do candidato Haddad. O subtexto que se lê nos artigos assinados, sobretudo, pelo editor, indica que a organização política é o caminho para enfrentar a revanche fascista.

Outras Palavras no Twitter

O regime de publicação do Outras Palavras no Twitter foi de 12 mensagens no segundo período de coleta, três no dia 24, e 9 posts no dia 25/10. No primeiro período não houve publicação. O tom das publicações é de crítica reflexiva, usando recursos argumentativos da pergunta retórica para dar lastro ao tema e ao engajamento do leitor.

Sem repressão social, sem calar a oposição e, no limite, sem alguma forma de fascismo, tornou-se impossível implementar o programa neoliberal. Mas este será nosso destino inevitável? <https://t.co/NGJWoXIOrQ> (Outras Palavras, 25/10/2018, no Twitter)

Desse modo, Outras Palavras trabalha com artigos de interpretação e análise do contexto socioeconômico e político nacional e internacional. É um crítico do capitalismo e de sua forma neoliberal. Propugna-se como um organizador coletivo intelectual.

Periferia em Movimento

(<http://periferiaemmovimento.com.br/>)

O site do Periferia em Movimento é funcional, apresenta os ícones das redes sociais onde está presente, oferece abas de acesso às editorias, às reportagens selecionadas por temas, aos projetos do coletivo e tem uma diagramação simples de fácil navegabilidade. O site apresenta matérias mais recentes em destaque, que se alternam. Em seguida apresenta três boxes com outros conteúdos em evidência que, de alguma maneira, chama o leitor a participar de algo, ou a tomar conhecimento sobre alguma ação ou direito. Há, também, box para artigo e vídeo com matéria feita pelo veículo. Oferece um mapa de notícias do site e no rodapé apresenta informações institucionais: “Sobre Nós”, “Nosso Manifesto”, “Quem somos”, “Linha do Tempo”, “Financie”, “Participe” e “Termos de Uso”. A logomarca remete a ícones como moradia de favela, conversa e movimento, combina as cores laranja, marrom e grená, acompanhadas do nome do veículo em preto. É estruturada nas editorias “Início”, “Anota aí”, “Opinião”, “Reportagens”, “Projetos”, “Séries”.

As matérias têm textos curtos, quando falam de eventos apresentam box com informações esquematizadas para ficar mais claro para o leitor. Todo material está acompanhado de foto e título de chamada. Há sempre link para o post anterior e posterior da matéria. Há conteúdos organizados por *tags* que ajudam na busca de conteúdos. De acordo com o tema do texto o site oferece outros conteúdos relacionados.

O dia 4 de outubro teve duas publicações e foi o dia de maior fluxo na primeira coleta. Na segunda fase de coleta, os dias 22 e 23 de outubro, ambos com duas publicações, foram os com maior número de publicações. Nos dias 30/09, 01/10, 02/10, 05/10, 06/10, 07/10 e 08/10, que compõem a primeira fase de coleta, não houve publicação. Na segunda fase da coleta, nos dias 26, 27 e 28 não houve publicações; nos dias 24, 25 e 29 houve apenas uma publicação. Como se vê, o regime de publicação é bastante flexível e inconstante. Nas duas fases de coleta, foram publicadas apenas 10 matérias, sendo 3 na primeira fase e 7 na segunda.

O gráfico 1, indica o regime de publicações.

GRÁFICO – regime de publicação – Periferia em Movimento



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Periferia em Movimento no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca em quantidade de vezes o termo mulheres, depois periferia, movimento, extremos e sul, conforme mostra a nuvem de palavras abaixo.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Periferia em Movimento.

Na segunda semana de coleta, a nuvem de palavras continua indicando a prevalência de termos relativos ao movimento feminino e a própria periferia. O termo Bolsonaro, surge pela primeira vez e é o sexto na escala de prevalência, junto com os termos extremo e periferia.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do *segundo turno* das eleições presidenciais no Brasil 2018, site Periferia em Movimento.

Percebe-se pelos termos em destaque que temas voltados para os interesses da população das periferias e do movimento feminino prevalecem. O tema da eleição é pouco mencionado e quando aparece, diz respeito, especificamente, ao candidato Jair Bolsonaro. A análise, a partir do aspecto quantitativo do conteúdo publicado, demonstra que o veículo manteve sua linha editorial e pouco abordou a eleição como uma pauta relevante. A análise mais detalhada das matérias, apresentada abaixo, confirma essa indicação. A pauta local periférica parece se contrapor ao tema das eleições, deixa um vácuo na discussão que pode levar a compreensão de que ‘política’ não interessa à periferia, e aí se tem uma visão estereotipada e reduzida do que seja política; ou à compreensão de que o arranjo não deseja entrar em polêmica sobre o tema eleitoral, visto seu público estar polarizado.

QUADRO I - Matérias publicadas pelo Periferia em 04/10/2018, data de maior publicação na semana

Titulo das matérias	Autoria	Republicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção/fontes	Instância de Composição	Instância de Circulação
Festival Maças destaca talentos femininos do Extremo Sul	Por periferia em Movimento	não	Agenda Cultural	Agenda de eventos do Festival Maça	Sem fontes, link para matérias relacionadas, tag para outros conteúdos do site	Foto de divulgação do evento	Sem comentários, tag para assuntos do site
Artistas independentes organizam feira com expositores no Grajaú	Por periferia em Movimento	não	Notícia	Trata de uma feira de artistas independentes de São Paulo - FA/SP e sua programação.	Entrevista com uma das realizadoras do projeto, link para vídeo da entrevista, tag para assuntos do site	Foto de divulgação do evento, vídeo com entrevista	Sem comentários, tag para assuntos do site, matérias anteriores e posteriores, link de matérias afins

Os títulos das matérias publicadas na semana que antecede o primeiro turno destacam ações culturais voltadas para o movimento feminino, ou artistas (denominados como “artistas independentes”). Não houve menção às eleições.

Todas as matérias são próprias, não há repostagem. Os textos são curtos e quando há fontes é pouco diversa. Há sempre uma imagem que acompanha a matéria. Utilizam, também, de vídeo para realizar entrevista. Esse recurso parece ser usado para facilitar o entendimento do espectador.

Usam *tags* para buscar textos, oferecem links para post anterior e posterior no final de cada matéria. De acordo com o tema abordado no texto, há a indicação de outros conteúdos relacionados. Há espaço para comentários, mas não havia comentários em nenhuma das matérias.

No que diz respeito ao gênero jornalístico, observou-se a alternância entre agenda cultural e notícia. As matérias sempre são assinadas como “Por Periferia em Movimento”, não revelam o autor do texto, a função-autor é a fala institucional do arranjo.

Essas características se repetem no material analisado nos dias de maior publicação na segunda etapa de coleta, como se vê nos quadros abaixo.

QUADRO II - Periferia em Movimento em 22/10/2018, data de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Replicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção/fontes	Composição	Circulação
No Jardim Campinas, Sarau das Minas tem microfone aberto e espaço para crianças	Por periferia em Movimento	não	Notícia	O texto fala do evento cultural - Sarau das Minas, apresenta sua composição e dá informações sobre a realização	Não há fontes	Foto colorida, box com informações do evento, chamada para matérias sobre outras edições do Sarau	não há comentários, tag para conteúdos do site, link para agendar o evento na agenda do google do leitor, link para matérias anteriores e posteriores que foram publicadas
Conheça os vencedores do 40º Prêmio Jornístico Vladimir Herzog	Por periferia em Movimento	não	Notícia	O texto fala do Prêmio Jornístico Vladimir Herzog do qual o Periferia em Movimento se apresenta como uma das entidades organizadoras. Fala das categorias e dos vencedores.	não há fontes e sim informações sobre a premiação e os ganhadores	Foto colorida, link para as obras premiadas, chamadas para matérias sobre a premiação em anos anteriores	não há comentários, link para matérias anteriores e posteriores publicadas, tag para assuntos do veículo

QUADRO III - pelo Periferia em Movimento em 23/10/2018, data de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Replicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção/fonte	Composição	Circulação
O feminino e o cosmos encontro propõe resgate da ancestralidade da mulher	Por periferia em Movimento	não	Notícia	Texto fala de um encontro de mulheres que falará do feminino e do equilíbrio espiritual, faz a divulgação do mesmo e de como participar	Há fala da terapia que coordenará os trabalhos	foto colorida, link para inscrição on line, box com informações do evento	não há comentários, link para matérias anteriores e posteriores publicadas, tag para assuntos do veículo e chamadas para outras matérias relacionadas, link para agendar o evento na agenda do google do leitor
Cadeivos do Jardim São Luís marcham contra Bolsonaro	Por periferia em Movimento	não	Notícia	Marcha do movimento "Ele Não", organizada por cadeivos que vivem nas periferias. O texto fala dos riscos da eleição de Bolsonaro para os mais pobres.	O texto cita o texto do material de divulgação do ato, mas não fala de uma fonte em específico	Imagem com dizeres em vermelho, destaca "Ele Não", o nome da marcha e o local de concentração. Tem um box com as informações do evento e link para que o leitor possa agendá-lo na agenda do google.	não há comentários, link para matérias anteriores e posteriores publicadas, tag para assuntos do veículo e chamadas para outras matérias relacionadas

Os dias 22 e 23 de outubro obtiveram o maior número de publicações na segunda coleta. As matérias, publicadas na semana que antecede a eleição do segundo turno, mantêm a pauta voltada para eventos culturais e de formação da população dos bairros de periferia, especialmente mulheres. A única menção à eleição é feita indiretamente, a partir de uma ação contra Jair Bolsonaro. Trata-se de notícia publicada no dia 23, com o chamado para uma marcha da periferia relacionada ao movimento “Ele Não”. Nesse caso, a notícia destaca que Bolsonaro é um risco aos direitos e a vida dos mais pobres, mas não há qualquer menção à eleição. Nas matérias não houve qualquer menção a candidatos a eleição, nem tampouco a propostas e projetos de governo que possam interessar à população da periferia.

Todas as matérias são próprias. A fotografia foi o maior recurso visual usado. As matérias utilizam box para organizar as informações mais importantes

sobre os eventos anunciados e dão *link* para a agenda do google, permitindo ao leitor que se organize para participar do evento.

Há *tags* para busca de textos. Há espaço para comentários, mas não houve comentários nos textos. Há pouca variedade de fontes. Os textos são curtos e objetivos. Não deixam claro autor do conteúdo, porque são assinados como “Por Periferia em Movimento”.

Ao total foram analisadas 6 publicações nas duas etapas de coleta e todas são próprias, não há republicação.

O Periferia em Movimento foi categorizado na primeira fase de pesquisa a partir da auto declaração do veículo, como um arranjo pertencente ao Núcleo 1. Subgrupo que ajusta sua prática jornalística aos interesses da periferia, das demandas locais e populares. Observa-se pelas matérias analisadas que o veículo não tem vínculos comerciais, sua posição política diz respeito a valorização da cultura da população de periferia.

Chamou a atenção a ausência da pauta eleições no material coletado. Não há menção de apoio a nenhum candidato, projeto político ou pauta. O mais próximo disto é o chamado para a marcha “Ele Não” contra Bolsonaro, que faz ver a defesa do veículo pelos direitos dos mais pobres. Fica clara a oposição ao candidato e subentendido o apoio a chapa concorrente de Haddad e Manuela.

Os textos publicados são curtos, com pouca diversidade de fontes. Há um esforço por organizar informações importantes para facilitar o entendimento do leitor. A pauta prioritária foi a realização de eventos e premiações culturais.

O material também permite dizer que Periferia em Movimento se configura como mídia alternativa e independente.

A ausência de postagem durante a maior parte dos dias da coleta, em ambas as fases, revela a dificuldade do veículo em produzir conteúdo e manter uma periodicidade. Por outro lado, a falta de postagem, revela o esforço em produzir conteúdo a partir dos valores demarcados pelo veículo e o desejo de seus fundadores em conseguir sustentá-lo.

Em síntese: não há dúvidas de que Periferia em Movimento é uma mídia alternativa e independente, que tem a periferia e o jornalismo cultural como pauta prioritária. O veículo cumpre papel relevante ao fazer circular e ver a produção

cultural da periferia. O baixo número de publicações revela a dificuldade do veículo em se manter.

A ausência da principal pauta da época, as eleições, nos coloca questões: se isso se deveu a dificuldade do veículo em realizar coberturas sobre as eleições que dialogassem com a demarcação territorial do veículo ou se negaram a pauta mantendo-se à margem, dando continuidade as ações políticas de fortalecimento da periferia porque não se reconhecem na pauta? Seja qual for a resposta, no que se refere à questão que movimentou a coleta da segunda fase da pesquisa, é possível dizer que o veículo se absteve de (in)formar a população qualificando sua ação política e cidadã quanto à eleição no Brasil e esse é um papel social estruturante do jornalismo.

Periferia em Movimento no Facebook

No período de coleta da pesquisa, Periferia em Movimento manteve um regime de publicação de 18 posts autorais e na segunda coleta houve um aumento, quase de 100%, para 29 publicações próprias, como mostra o quadro que segue.

Regime de publicação do Periferia em Movimento no Facebook.

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Perif Movim	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Perif Movim
Post totais	21	Post totais	45
Post autor	18	Post autor	29
01/10/18	2	22/10/18	3
02/10/18	4	23/10/18	3
03/10/18	2	24/10/18	1
04/10/18	3	25/10/18	7
05/10/18	5	26/10/18	3
06/10/18	2	27/10/18	11
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	0	29/10/18	1

Fonte: Arquivo da pesquisa CPCT.

O dia 5/10/2018 marcou o maior regime de publicação no Facebook, foram postadas 5 notas. Na segunda coleta o volume de publicação cresceu no dia 27/11, sábado, pré-eleitoral, com 11 postagens. A análise das mensagens nessas datas pode ajudar nossa compreensão sobre o jornalismo praticado pelo Periferia em Movimento.

As hashtags #Eleições 2018 e #Anota aí fazem a abertura das notas publicadas. São textos curtos que chamam para um acontecimento seja o ato #elenão, seja para eventos culturais locais. As palavras periferia, negro, minas são marcas identitárias e assim são trabalhadas. Na primeira nota do dia 5/10 há referência a Abdias do Nascimento intelectual e militante da causa negra, autor e ator de teatro, para a recomendação, feita por ele em 1954, para se votar em negros. Neste post remete também o leitor para outro parceiro Alma Negra. A referência e a interdiscursividade estão presentes, inclusive, remetendo à história do movimento negro. No entanto, pode fazer crer, pelos enunciados lidos, que posicionar-se como negro, periférico, mulher já basta para que haja compreensão de uma suposta plataforma de temas tratados pelo viés do interesse dessas identidades.

A imagem que abre a página no Facebook ilustra um bairro de casas simples e amontoadas umas às outras, ao fundo e no alto um céu azul e a logomarca do Periferia em Movimento em laranja, lembrando o sol. É uma imagem de cores radiantes que nos leva a reformular nossa visão do que seja um bairro periférico.

Mensagens publicadas por Periferia em Movimento 5/10/2018 – Facebook



O jornalismo das quebradas é o slogan para identificação do nicho jornalístico. O que se diz é que esse jornalismo não é igual ao outro, ao do centro, dos brancos, dos não periféricos.

https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/1970545729672634	2018-10-05 09:00:02	Periferia em Movimento	#Eleições2018 A expressão “Não vote em branco, vote no preto”, utilizada por Abdias do Nascimento nas eleições de 1954, se encaixa no atual momento vivido pelo país de fortalecimento do debate racial e do surgimento de novas candidaturas negras. Confira no Alma Preta, que nos últimos meses publicou perfis de candidaturas negras e periféricas a cargos legislativos. https://almapreta.com/editorias/realidade/nao-vote-em-branco-vote-em-negro
https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/1979991865394687	2018-10-05 11:00:38	Periferia em Movimento	#Anotai Pra fazer depois de votar (ou não): Neste domingo (07/10), Mandalas a Bordo e 3em1 Cueto Sounds promovem encontro com arte, cultura e boa música para famílias #CulturaEIdentidade #DiaDasCrianças #Crajaú #PeriferiaEmMovimento http://periferiaemmovimento.com.br/coletivos-fazem-role-energetico-para-criancas/
https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/1979999372060603	2018-10-05 13:00:19	Periferia em Movimento	#Eleições2018 Na véspera das eleições, novo ato #EleNão em contraposição a Jair Bolsonaro acontece na avenida Paulista. É amanhã! http://periferiaemmovimento.com.br/elenao-depois-de-lotar-as-ruas-mulheres-convocam-novo-ato-contra-o-fascismo/
https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/1980229465370927	2018-10-05 17:00:16	Periferia em Movimento	#Anotai Neste sábado, Craja Minas, Dona Jura e outras atrações da música e da poesia compõem a programação da Feira de Artistas Independentes. #cultiraidentidade #trabalhoerenda #extremosul #periferiaemmovimento http://periferiaemmovimento.com.br/artistas-independentes-organizam-feira-com-expositores-no-grajau
https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/1971106099616597	2018-10-05 19:00:00	Periferia em Movimento	#Eleições2018 Existem serviços públicos especializados para atender casos de saúde mental, mas a demanda é maior que a estrutura e equipe de profissionais disponíveis. Por isso, na quebrada muitas mulheres recorrem para soluções caseiras ou cuidados alternativos quando o assunto é sua saúde psíquica. Saiba porque saúde mental é uma pauta importante a ser abordada na matéria recentemente publicada pelo Periferia em Movimento. http://periferiaemmovimento.com.br/saude-mental-da-mulher-periferica-qualis-sao-as-alternativas-para-preservar-ou-resgatar/#Saúde#SaúdeMental

Na segunda coleta, o dia de maior publicação, dia 27/10, com 11 postagens, vemos que a posição do Periferia em Movimento mostrou-se com vigor editorial. As postagens são todas dirigidas ao tema eleições. Há o apelo para que se vote com informação e para isso uma das notas faz referências aos editoriais já publicados bem como a outras matérias. Esse post é uma síntese do que o arranjo veio publicando sobre o tema. Nos demais post retomam-se chamadas que apelam à memória de Marielle Franco para contrapor-se ao candidato Bolsonaro.



Fonte: Página Facebook do Periferia em Movimento.

As recomendações para o leitor se informar antes de votar remetem, especificamente, a cinco matérias do site, sendo um editorial, que tratam do assunto. Como se vê, o site é o lugar privilegiado para o desenvolvimento das pautas e dos debates colocados para um público que sempre é tratado como próximo, como parte, uma coletividade. As instâncias de composição e de circulação são plenas de *tags*, *links*, mas havia poucos *likes* à época da coleta. No site, como já foi comentado, também não temos acesso aos comentários.

Periferia em Movimento no Twitter

No Twitter do Periferia em Movimento coletamos no primeiro período 18 tuítes, sendo o dia 5/10 aquele de maior número de postagens: cinco; na segunda coleta, recolhemos 22 mensagens, o dia de maior regime de publicação foi 27/10, com 11 mensagens.

As mensagens postadas no dia 5/10 têm o mesmo conteúdo daquelas que estão na página do Facebook na mesma data. O tratamento do enunciado é quase igual: hashtags, a chamada principal e o *link*:

“#Anotai|Neste sábado, Graja Minas, Dona Jura e outras atrações da música e da poesia compõem a programação da Feira de Artistas Independentes. #cultiraeidentidade... <https://t.co/PD9fzpfq3>”

É uma chamada para um evento cultural. As demais seguem a mesma estrutura e tratam também da convocação para o voto anti-bolsonaro.

As mensagens do dia 27/10, maior volume com 11 postagens, seguem a mesma lógica de composição das chamadas da primeira coleta. O tema das eleições pautou as redes sociais do Periferia em Movimento. É singelo o texto de uma das postagens:

“Os primos Victor e Nicholas têm nove anos, estavam brincando na pracinha e se juntaram ao ato por democracia no Grajaú <https://t.co/FGoA3gWP9u>”

É uma mensagem para com afetação que chama o adulto a se mobilizar, pois até as crianças estão participando. Também é afetiva e bucólica, porque nos remete às pracinhas da infância e revela que a periferia não perigosa porque as crianças podem brincar em pracinhas. Este é um bom exemplo da singularidade que o jornalismo deveria reportar para fazer-nos compreender e contextualizar o acontecimento.

Pressenza

(<https://www.pressenza.com/pt-pt>)

O Pressenza é uma agência internacional de notícias. No site, em sua versão em português, traz a linha institucional com informações sobre a agência, parceiros e eventos e formas de contatá-los. Em seguida, há a logomarca deles e depois dela as editorias (Internacional, Região, Tema, Entrevista, Opinião, Nota de imprensa, Foto reportagem, Rádio e Vídeo).

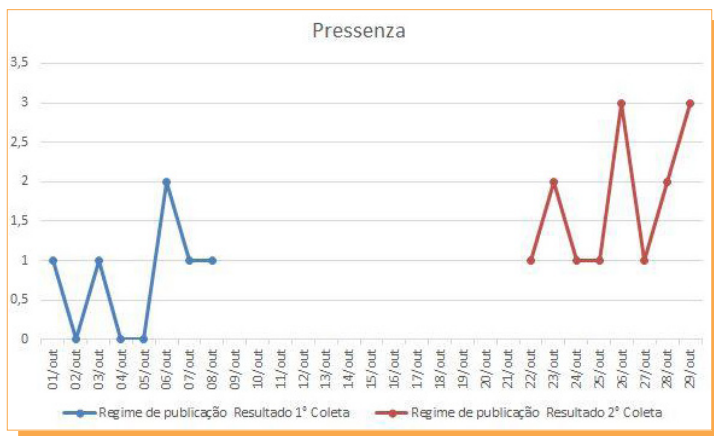
A parte noticiosa do site pode ser dividida em três colunas. A parte principal é composta por um carrossel de fotolegendas que ocupa duas colunas e fica trocando os assuntos de interesse do veículo. A outra coluna é ocupada por nuvens de palavras dos principais assuntos tratados no site, *tags*, documentários e outros assuntos institucionais. Abaixo do carrossel são colocadas todas as matérias organizadas por data e compostas por uma pequena imagem do lado esquerdo, título e o início do texto. Em alguns casos indica-se a fonte de origem.

Abaixo dessa seção há uma chamada para as editorias de Opinião e Entrevista, cada uma ocupando uma coluna, e depois delas há chamadas por temas (também divididos em duas colunas) com a indicação do tema⁴⁴ e os títulos de três matérias por tema. No rodapé da página há a indicação dos assuntos por regiões e por tema, além de uma área institucional.

No Pressenza houve um volume pequeno de publicações tanto no primeiro quanto no segundo turno das eleições gerais de 2018. Na primeira parte do pleito, a média de publicação ficou abaixo de uma matéria, enquanto no segundo turno ficou em torno de duas publicações diárias. O regime de publicação também oscila, não havendo sequência ou frequência precisas, característica identificada a esse tipo de veículo, conforme discutido anteriormente. Mas, chama atenção que, no período, não houve produção própria. O Pressenza usou a republicação como estratégia de manter-se em atividade. O Gráfico, que segue, ilustra o regime de publicação do site no período da coleta da pesquisa.

⁴⁴ Os temas são: Assuntos Indígenas, Assuntos Internacionais, Ciência e Tecnologia, Cultura e Mídia, Direitos Humanos, Diversidade, Ecologia e Meio Ambiente, Economia, Educação, Gênero e feminismos, Humanismo e Espiritualidade, Jovens, Migrantes, Não violência, Paz e Desarmamento, Política, Saúde

Gráfico Presença – regime de publicação primeiro e segundo turnos



Fonte: Estrato do Regime de Publicação do site Presença a partir coleta das publicações do período.

No dia selecionado para a análise por ser a data de maior quantidade de publicações, do primeiro turno, 6 de outubro de 2018, o Presença teve dois conteúdos veiculados. O primeiro foi uma republicação de uma agência noticiosa (Patrícia Galvão), com foto da Midia Ninja, imagem do aplicativo noticiado e vídeo explicativo; e o outro foi um texto sobre uma personalidade africana com ilustração dessa personagem.

No segundo turno, dois dias tiveram três publicações, dias 26 e 29 de outubro de 2018, e quase todas foram republicações sendo que metade delas foram originárias da Mídia Ninja. Há uma distribuição de diferentes gêneros jornalísticos no Presença com a veiculação de notícias, manifesto, artigo, opinião (editorial) e nota que, comumente, são acompanhadas de fotos ou imagens relativas ao conteúdo.

Esse arranjo não trabalha diretamente com os fatos, normalmente utiliza fontes secundárias ou republicações sem ouvir diretamente as fontes. Ao final das matérias, no entanto, há um link para o arquivo original e são disponibilizadas as categorias e tags, para referenciar o conteúdo, bem como botões para curtir e compartilhar.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: Arquivo das matérias coletadas no primeiro turno, dia 6/10/2018, software NVivo.

Em termos de conteúdo é possível observar pela nuvem de palavras que a eleição não determinou o que foi veiculado no primeiro turno, tendo os termos ‘migrantes’, ‘direitos’ e ‘Brasil’ ganhado maior destaque. Com menos destaque, pode-se observar também que não há menções aos nomes dos candidatos ou ao processo eleitoral.

QUADRO I - de classificação das instâncias de produção e circulação das matérias do dia de maior volume de publicação no primeiro turno.

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO?	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA DE COMPOSIÇÃO/ MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
#MeRepresenta: plataforma filtra candidatos com propostas que valorizam os direitos humanos	Patrícia Conçalves	sim, da agência Patrícia Calvão	Notícia	Apresentação da plataforma #merepresenta para que as pessoas selecionem candidatos de acordo com suas afinidades	Descritivo do site	Foto da Midia Ninja; Imagem do site; Vídeo explicativo;	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar

África, uma história para redescobrir – 7 Kimpa Vita, a Joana D’Arc africana	Redação São Paulo	Não	Artigo histórico não científico	Conta a história de uma princesa africana	Não há recurso a fontes.	Ilustração da princesa	Há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
--	-------------------	-----	---------------------------------	---	--------------------------	------------------------	--

Fonte: Pesquisa CPCT- Análise das instâncias de produção e circulação das matérias publicadas.

Ao analisarmos o regime de publicação e as instâncias de produção e circulação das matérias do *Pressenza*, confirmam-se as declarações do responsável entrevistado na primeira fase da pesquisa: “(...) somos uma agência especializada em direitos humanos, paz, não violência (...)”, que se organiza em vários países no mundo a partir da Marcha pela Paz de 2009. A estrutura de comunicação conta com equipe voluntária (Figaro, 2018a, p.133-134) e no período das eleições de 2018, a equipe do *Pressenza* estava mais envolvida com outras atividades de campanha, relacionadas a candidaturas. O distanciamento entre a atividade jornalística do *Pressenza* e a atividade dos comunicadores do arranjo na campanha eleitoral, mostra, em certa medida, uma preocupação editorial, mas, sobretudo, a falta de tempo para produção de material próprio. A instância de produção tema é reveladora desse distanciamento à medida que busca pautas educativas, mais gerais, relativas aos valores dos direitos humanos e da cidadania. Nessa mesma instância de produção fontes, percebe-se a falta de estrutura e de tempo a dedicar-se a produção original. A republicação e os temas gerais, como o recurso ao artigo histórico, por exemplo, comprovam essa debilidade. Na instância de composição, o site manteve a regra de abrir com uma foto ou ilustração, legendada e creditada, seguida do texto. Há por vezes, como é o caso em tela, vídeos que reforçam o conteúdo e/ou ampliam as informações ali tratadas. Na instância de circulação, há links para as redes sociais, tags, e botões para curtir e compartilhar, embora não haja comentários. Toda vez que há republicação de matéria de um parceiro, no final do texto existe o link remetendo à produção original.

No segundo turno, essa postura se mantém, com o aspecto eleitoral sendo relegado a um segundo plano, apesar de, nos dias analisados, as matérias terem sido referentes à eleição, mas de forma indireta. O tratamento ao tema foi dado por meio de republicação de notícias do site do *Mídia Ninja* e do *Brasil de Fato*. Essas republicações tratam de manifestos de apoio (Blocos carnavalesco,

QUADRO II de classificação das instâncias de produção e circulação das matérias dos dias de maior volume de publicação (26 e 29/10/20108) no segundo turno.

TÍTULO DAS MATERIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/ FONTES	INSTÂNCIA COMPOSIÇÃO/	CIRCULAÇÃO/ INTERATIVIDADE
Contra Bolsonaro: 325 Blocos de Carnaval de todo país lançam manifesto	Não tem / Mídia Ninja	Sim	Notícia	Informa que os blocos de carnaval de SP lançaram um manifesto em nome da democracia	Republicação de notícia do Mídia Ninja. Fonte: Blocos de Carnaval que assinam manifesto.	Foto da Mídia Ninja + manifesto na íntegra	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
Publicitários lançam manifesto pró-Haddad em favor da democracia	Não tem / Mídia Ninja	Sim	Manifesto	Republica o manifesto dos publicitários a favor de Haddad	Mídia Ninja, Manifesto Publicitário.	Imagem ilustrativa do manifesto	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
Um apelo aos pastores brasileiros: Até quando coxearemos entre dois pensamentos?	Vitor Queiroz de Medeiros	Sim/ Mídia Ninja	Artigo	Conclama os evangélicos a refletirem acerca de seus votos para Jair Bolsonaro	Mídia Ninja. Do autor, consta que é coordenador estadual da frente de evangélicos	Foto da Mídia Ninja	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
A Maior Fraude na História da Propaganda Eleitoral	Redação São Paulo	Não	Opinião	O texto expressa a opinião do veículo que questiona a eleição de Jair Bolsonaro. No entanto, não há indicação disso.	Não foi ouvida nenhuma fonte e há apenas uma referência a uma reportagem da Folha de S. Paulo	Ilustrações e fotos referentes ao tema (+ genéricas)	Há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
“Eles venceram, mas a luta vai continuar”, diz Manuela D’Ávila	Redação São Paulo + Brasil de Fato	Sim/ Brasil de Fato	Notícia	Reproduz matéria do Brasil de Fato com a manifestação de Manuela Davila nas redes sociais sobre a continuidade da luta pela democracia.	Não foi ouvida nenhuma fonte e há apenas a referência ao que foi postado por Manuela D’Ávila	Foto + manifestação feita pela vice na íntegra	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar

Defenda-se! Guia de proteção LGBTI+	Não tem / Mídia Ninja	Sim	Manual de segurança	Informa e reproduz o que um grupo de apoio aos LGBTQI+ lançou uma cartilha de autodefesa	Nada consta - apenas relata que foi lançada a cartilha e coloca a cartilha na íntegra	Foto da Mídia Ninja + imagens da cartilha+ ícones de orientação para a segurança	Após a matéria há link para o arquivo original; há categorias e tags e botões para curtir e compartilhar
--	--------------------------	-----	---------------------	--	---	--	--

Fonte: Pesquisa CPCT- Análise das instâncias de produção e circulação das matérias publicadas

Ao observarmos as instâncias de produção, composição e circulação do material publicado pelo Pressenza nos dois dias de maior regime de publicação (26 e 29/10), conforme mostra o quadro a seguir, confirma-se a mesma lógica editorial do primeiro turno, ou seja, a equipe busca a republicação de produtos já editados por outros parceiros. Mídia Ninja e Brasil de Fato são as fontes, nesse período, para buscar material. Dá-se privilégio à voz da sociedade civil organizada por meio de seus movimentos políticos-culturais, em enunciados do gênero manifesto, cartilha, artigo de opinião. As matérias chamam por temáticas universalistas como a liberdade, a democracia, os direitos sociais, mas não singularizam em exemplos que possam gerar narrativas identificadoras. Os slogans universalistas parecem não materializados em fatos. No caso LGBTI tem-se uma exceção, à medida que o tema da cartilha trabalha com a particularidade de gênero, mostrando ações singulares que podem contribuir para a auto segurança.

Pressenza no Facebook

A página no Facebook, com 18 postagens no período da primeira coleta, mantém a linha de publicações do site. Trata dos temas nacionais e internacionais vinculados à paz, as migrações, não-violência, às questões do Mar para a Bolívia e às mobilizações em países da América Latina. As eleições são apontadas em três postagens: uma chama para atos contra Bolsonaro, outra fala da reação à extrema direita e a última pede reflexão sobre o voto.

A página é colorida, com a logomarca e o slogan: “jornalismo com foco em paz e não-violência”. Na postagem mostra uma foto de manifestantes na janela, com o L de Lula nas mãos e o cartaz Não na vidraça. Esse post parece representar

a indicação do Pressenza para as eleições majoritárias. Faz isso, de forma referenciada: foto da manifestação e nota sobre a mesma.



Fonte: Página Facebook do Pressenza.

O regime de publicação também é flutuante, há dias com três publicações e outros com apenas uma, também não há um horário definido para as publicações. A intermitência é própria do fluxo do Facebook, mas a característica de interação não se mostra visto que os likes e compartilhamentos são em números bem inexpressivos.

No segundo período de coleta, Pressenza postou 19 mensagens. Os dias de maior publicação foram 22, 26 e 29 de outubro/2018, com 4 publicações em cada um deles. Última semana das eleições, mostrou mudança na página, em 18 postagens, o tema das eleições aparece, mesmo que indiretamente. O reforço para marcar a responsabilidade da escolha por uma proposta não-violenta e de respeito aos direitos humanos é reforçada. As postagens remetem à página do site do arranjo. No dia 29/10, a mensagem diz “A maior fraude eleitoral da história” e mostra uma urna eletrônica sendo apunhalada. Essa é uma avaliação sem um texto explicando o fato, remete ao site, mas a ilustração dá o tom da avaliação do resultado eleitoral. No único dia em que a mensagem não diz respeito às eleições, trata do julgamento de padre chinelo condenado por abuso. “Vítimas do ex-padre Fernando Karadima receberão cerca de R\$ 2,4 milhões após décadas de exploração sexual; processo também envolve cardeais acusados de acobertamento. O Tribunal de Apelações de Santiago condenou a Arquidio-

cese da capital chilena a indenizar em 450 milhões de pesos (cerca de R\$ 2...” (Página Facebook do Pressenza, 22/10/2018).

O tema da igreja católica e o abuso sexual, no contexto, das discussões políticas, corrobora a necessidade da discussão sobre os direitos humanos, mesmo se contra a igreja e as crenças das pessoas.

O Pressenza prioriza a atuação jornalística em termos da composição dos gêneros do discurso, e tem linha editorial bastante clara e consistente em relação às temáticas da paz e não-violência. Também como arranjo identificado como do núcleo 1 (indicadores jornalísticos), mantém coerência com essa caracterização.

Pressenza no Twitter

No Twitter o regime de publicação manteve-se praticamente o mesmo no primeiro e no segundo períodos de coleta, com 11 e 13 postagens consecutivamente, sendo que nos dias 4,5 e 23/10 não houve postagem. O dia 7 e o dia 28 concentraram o maior número de tuítes, ambas datas de votação. No primeiro período, apenas três notas dizem respeito direto à questão eleitora, e sempre em tom de notícia. As demais notas trazem assuntos variados relativos aos direitos humanos e movimentos sociais, sempre como nota informativa.

No segundo período, assim como na página do Facebook, as postagens são mais voltadas às eleições. Os temas são similares ao do segundo período da coleta do Facebook. Há menção e retuítes de arranjos parceiros, mostrando de forma objetiva uma rede que se coloca para esclarecer, a partir de determinado ponto de vista, o processo de escolha do voto. É lacônico o anúncio do resultado eleitoral:

“Candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro é eleito presidente do Brasil <https://t.co/bMwA7hQ5yb> <https://t.co/gMrTYOE0DI>”

Esse distanciamento referencial de nota jornalística, mas também abre para a interpretação: de quem é a responsabilidade?

Revista AzMina

(<https://azmina.com.br/>)

O site da Revista AzMina manteve as editorias do momento da coleta, em outubro de 2018, mas houve mudanças com adição de projetos como o PenhaS, aplicativo de auxílio para mulheres que sofrem com a violência doméstica.

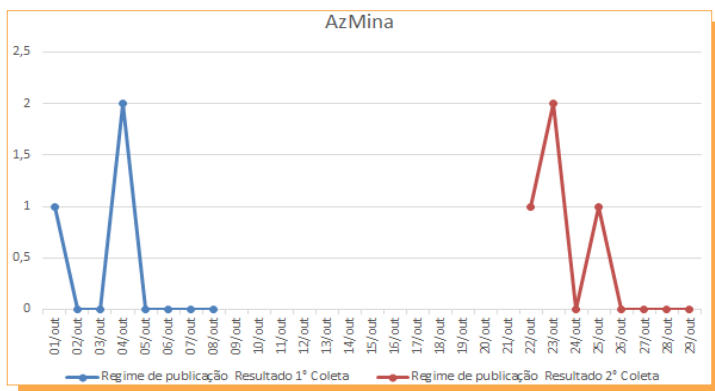
No menu superior fixo apresenta no destaque as seções: Reportagens, Opinião, Especiais, Quem Somos, PenhaS, Apoie e os botões de quatro sites de plataformas - Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

O desenho da página principal (home) chama atenção para um destaque (que fica no topo da página), na sequência para reportagens com a apresentação de cinco matérias e, logo após, para seção Opinião. Já na parte inferior, as seções são organizadas por: a) jornalismo; b) informações institucionais como valores e missão, entre outras; c) ações e projetos de enfrentamento à violência doméstica; d) contato; e) formulário para recebimento de newsletter.

No primeiro período da coleta, a data que mais teve publicação foi no dia 4 de outubro, contando com duas matérias, mesma quantidade de matérias do segundo período da coleta, no dia 23 de outubro.

Na maioria dos dias não houve publicação (30/09, 02/10, 03/10, 05/10, 06/10, 07/10 e 08/10, 24/10, 26/10, 27/10, 28/10 e 29/10.)

GRÁFICO 1 – regime de publicação da Revista AzMina



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site AzMina no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na segunda fase da pesquisa, as palavras que aparecem com mais destaque são “ideologia de gênero”, “educação sexual”, “mulher”, “mulheres” e “política”. A palavra mais próxima de eleição é política, mas os temas predominantes estão articulados com a discussão proposta por Jair Bolsonaro de ser contra ideologia de gênero. Esse tema foi pautado por setores mais conservadores da sociedade.

O regime de publicação mostra que foram publicadas duas matérias durante a segunda fase da coleta. Uma é assinada (por Helena Barths) e a outra consta o próprio nome do arranjo.

A matéria jornalística busca desconstruir a ideia de educação de gênero do senso comum e divulgada pelo então candidato Jair Bolsonaro e candidatos ao legislativo nos estados, principalmente aqueles que dizem representar o setor evangélico.

Na construção da matéria, a particularidade da menção de gênero no plano nacional de educação, utiliza um artigo científico para mostrar as diferenças entre o termo utilizado na eleição e educação sexual, além de sustentar a necessidade desta última.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do segundo turno das eleições no Brasil 2018

Já o segundo texto publicado é a divulgação de uma campanha da Rede Feminista de Juristas chamada #VotePorMim, que assim como a amostra do primeiro período de nossa coleta, tem como objetivo exercer influência no voto,

mas desta vez de pessoas próximas às mulheres como familiares e amigos com depoimentos coletados pela hashtag em sites de redes sociais.

Por isso, um dos elementos de composição são links da campanha nesses sites, além de foto de manifestação das mulheres contra Bolsonaro e formulários para contato, além de outros links padrões.

QUADRO 1 - Matérias publicadas no site AzMina em 04/10/2018 data de maior publicação

TÍTULO DAS MATÉRIAS	AUTORIA	REPUBLIÇÃO SIM OU NÃO	GÊNERO	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO ASSUNTO/TEMA	INSTÂNCIA DA SELEÇÃO/FONTES	DE COMPOSIÇÃO/MULTIMÍDIA E HIPERLINKS	CIRCULAÇÃO/INTERATIVIDADE
Maternidade e eleições: candidatas querem mais mães na política	Cabrielle Estevans	Não	Reportagem	Eleição legislativo SP. A difícil relação entre maternidade e política	Candidatas mães a deputada estadual e à vice-presidência	Fotos das candidatas com seus filhos e filhas, links em palavras chaves, box com formulário para assinatura da newsletter; link para pesquisa sobre utilidade do artigo	Link para pesquisa de utilidade do conteúdo, botões para compartilhamento em sites de redes sociais
Mais um motivo para dizermos #EleNão	Luiza Toller	Não	Artigo	Ameaça de fechamento das organizações não governamentais. Papel de uma Ong de apradinhamento.	A autora é musicista, professora e pesquisadora.	Foto da autora com link, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, link recebimento de newsletter, Links em palavras chave, arte com pedido de doação financeira, link para pesquisa sobre utilidade do artigo	Link para pesquisa de utilidade do conteúdo, botões para compartilhamento em sites de redes sociais

QUADRO 2 - Matérias publicadas no site AzMina em 23/10/2018 data de maior publicação

Titulo das matérias	Autoria	Republicação sim ou não	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção/fontes	de composição/multimídia/hiperlinks	Circulação/in-teratividade
Ideologia de gênero: entenda o assunto e o que está por trás	Helena Bertho	Não	Reportagem	Ideologia de gênero. O significado de gênero como conceito no plano nacional de educação.	Artigo de pesquisador da UnB, Campanha Nacional Pelo Direito à Educação.	link no nome da autora, links em palavras chaves, box com formulário para assinatura da newsletter, link para pesquisa sobre utilidade do artigo, Link com leia também indicando para matéria, botões com opções de compartilhamento em sites de redes sociais.	Link para pesquisa de utilidade do conteúdo, botões para compartilhamento em sites de redes sociais
Campanha #VotePorMim colhe depoimentos de violências nas eleições	AzMina	Não	Notícia	Notícia uma campanha das mulheres para influenciar na decisão do voto	Página da Rede Feminista de Juristas	Foto de manifestação #EleNão, link no nome da autora, links das redes da campanha, botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, link recebimento de newsletter, Links em palavras chave, arte com pedido de doação financeira	Link para pesquisa de utilidade do conteúdo, botões para compartilhamento em sites de redes sociais

Nos dois períodos da coleta, os gêneros mais usados são a reportagem, a notícia e o artigo de opinião. A função-autor é tomada ora por colaborador que assina artigo e reportagem ora pela redação da revista. As instâncias de seleção (tema e fonte) vê-se coerência na proposta editorial. Os temas tratam de questões de interesses democráticos das mulheres, desde a questão do voto à questão da

maternidade; quanto às fontes, a qualidade do material é a ferido pela qualidade das fontes de especialistas na área profissional e acadêmica.

Desse modo, comprova-se a nucleação da primeira fase da pesquisa, em que o arranjo pratica jornalismo voltada às questões feministas, conforme categoriza o Núcleo 1 (Figaro, 2018a, p.44).

A Revista AzMina no Facebook

A análise da veiculação de notícias em redes sociais demonstrou que a Revista AzMina tem maior atividade no Facebook e no Twitter que no site. Enquanto no site foram veiculadas apenas três matérias em cada uma das duas semanas analisadas, nas redes sociais, na semana do primeiro turno, houve publicação de 6 posts no Facebook e 21 no Twitter e na semana do segundo turno houve cinco posts no Facebook e 41 no Twitter. No entanto, como veremos adiante, o uso que se faz de cada dispositivo é distinto.

O dia com maior número de postagens próprias no Facebook no primeiro turno foi 04/10/18, com três posts, e no segundo turno foi 23/10/18, com duas postagens. Nessa rede social, a dinâmica do site se repete e o regime de publicação revela que não há um compromisso com a periodicidade constante. No primeiro turno houve postagens diárias na primeira metade do período analisado (01 a 04/10/18) e nenhuma publicação nos demais dias da semana. No segundo turno, as publicações ocorreram de modo distinto, com a revista fazendo publicações dois dias seguidos (22 e 23/10/18) e pulando um (24/10/18) e depois publicando mais dois dias (25 e 26/10/18) e não postando nada no restante do período (27 a 29/10/18).

Tabela 1: Regime de publicações no Facebook da Revista AzMina

FACEBOOK REVISTA AZMINA			
	1º TURNO 01/10 A 08/10		2º TURNO 22/10 A 29/10
POST PRÓPRIOS	6	POST PRÓPRIOS	5
01/10/18	1	22/10/18	1
02/10/18	1	23/10/18	2
03/10/18	1	24/10/18	0
04/10/18	3	25/10/18	1
05/10/18	0	26/10/18	1
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	0	28/10/18	0
08/10/18	0	29/10/18	0

Fonte: CPCT

O impacto das veiculações no Facebook resultou em 75 postagens de comentários de terceiros no primeiro turno, com 27 likes. No segundo turno houve menos comentários (23) sobre as postagens, mas um número muito maior de likes (436).

No primeiro e maior post do dia, colocado no ar no meio da manhã, 04/10/18, a revista divulga um episódio de uma webérie que se vincula à eleição, mas traz não o embate político entre “esquerda” e “direita”, e sim uma análise sobre a participação das mulheres na política. O texto vem ao lado do vídeo desse episódio de 11 minutos. Essa relação entre mulheres e política se repete nas outras postagens. O segundo post do dia foi inserido no início da tarde e o texto foi colocado sobre uma foto e um título que fazem o link para uma reportagem veiculada no site da revista e que trata de mulheres que são mães e candidatas. O terceiro post foi feito no final da tarde e também faz link com um texto veiculado no site da revista com um argumento para se justificar o movimento #elenão.

Figura 1: Post veiculado diretamente no Facebook



Fonte: Arquivo CPCT/ Facebook da Revista AzMina, 04/10/2018.

Os três posts veiculados no Facebook no primeiro turno mantém relação com o tema mais efervescente daquele momento que são as eleições gerais no Brasil e se vinculam diretamente com a política editorial do arranjo que é dar destaque à luta das mulheres contra o machismo. Na imagem do webdocumentário há uma imagem difusa que demonstra a presença das mulheres em movimentos nas ruas e um texto que remete ao assunto “Mulheres e Política.: As principais pautas”. No texto explicativo do vídeo a revista informa que “as jornalistas falam sobre algumas das principais pautas das brasileiras atualmente”. Esta foi a única postagem no primeiro turno diretamente para essa rede social, os outros dois foram compartilhados a partir do site.

No segundo turno, o dia com maior veiculação foi dia 23/10 e teve dois posts. O primeiro, no início da manhã, remete a uma matéria veiculada no site sobre ideologia de gênero e o segundo, veiculado no início da tarde, divulga uma campanha de conscientização para parentes de pessoas que fazem parte de minorias (mulheres, negros e lgbs) com a #votepormim e que também tem lugar no site. Nesse turno a eleição também é pano de fundo para a discussão acerca da representatividade de mulheres de outros grupos de pessoas em um cenário político polarizado e os conteúdos remetem a questões originalmente tratadas pela revista em seu site.

AzMina no Twitter

No Twitter houve um volume muito superior ao site e ao Facebook em termos de postagens e uma mudança no regime de publicação, havendo veiculação de conteúdo em quase todos os dias. No primeiro turno foram produzidos 21 tuítes e em apenas dois dias (06 e 08/10/18) não foi veiculado nada. O dia de maior veiculação foi 07/10/18, com seis postagens. No segundo turno foram 45 tuítes e também dois dias sem postagens (26 e 27/10/18), mas com um volume maior de publicações por dia. O dia de maior volume de tuítes foi 28/10/18 com 13 tuítes. Ao contrário do site, que equilibrou as postagens no primeiro e no segundo turnos da eleição, e do Facebook, que também teve equilíbrio entre os turnos com apenas uma postagem a mais no primeiro turno, no Twitter o volume de postagens mais que dobrou no segundo turno em relação ao primeiro.

Tabela 2: Regime de publicações no Twitter da Revista AzMina

Twitter Revista AzMina			
	1º turno 01/10 a 08/10		2º turno 22/10 a 29/10
Post próprios	21	Post próprios	45
01/10/18	3	22/10/18	11
02/10/18	1	23/10/18	11
03/10/18	4	24/10/18	1
04/10/18	4	25/10/18	4
05/10/18	3	26/10/18	0
06/10/18	0	27/10/18	0
07/10/18	6	28/10/18	13
08/10/18	0	29/10/18	5

Fonte: CPCT

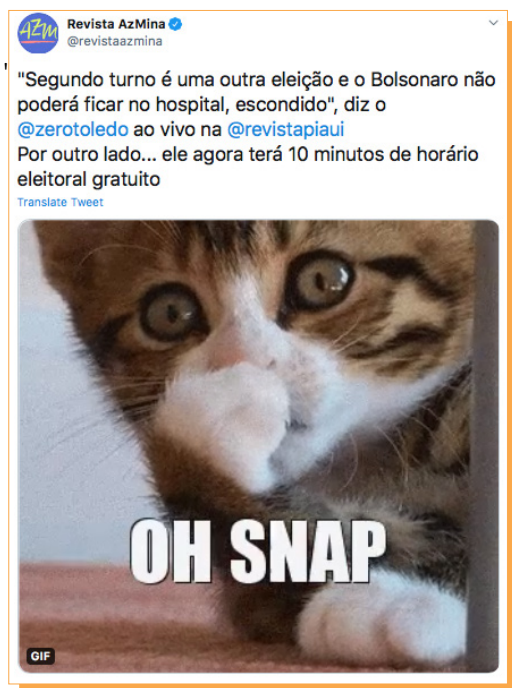
Devemos considerar também que no site houve em ambos os períodos analisados apenas seis publicações. No Facebook esse número quase dobrou (11) e no Twitter ele foi multiplicado por 11 vezes, indicando que esta é a rede priorizada na instância de circulação da Revista AzMina.

No primeiro turno, as publicações do Twitter ocorreram sempre no período noturno e em um curto período de tempo: a primeira delas feita às 19h47 e a última às 20h21, o que corresponde a um intervalo de 34 minutos no qual ocorreram todas as postagens desse dia.

No primeiro tuíte desse dia é feito um retuíte da publicação de uma ativista negra e se comenta sobre o legado de Marielle Franco. No segundo tuíte, apenas três minutos após o primeiro, é feita referência a uma postagem da Gênero e Número, uma organização de mídia orientada por dados, que indica as mulheres eleitas para o legislativo federal. Há uma celebração de que isso possibilitaria maior engajamento ao movimento #elenão, mas o publicador não considerou os partidos pelos quais elas foram eleitas, o que torna a maioria delas alinhada ao discurso de Jair Bolsonaro. Isso é alertado em um dos comentários à postagem.

Poucos minutos depois se destaca a frase de um jornalista da revista Piauí sobre o fato de o segundo turno ser uma nova eleição e o candidato Bolsonaro não poder “se esconder no hospital”. A ilustração é um meme de gatinho (Figura 1). A seguir são questionados dois arranjos jornalísticos alternativos, de checagem de dados, acerca da punição a quem divulgar fake news e, por fim, há uma crítica ao TSE.

Figura 2: Tuíte com referência a outra publicação



Fonte: Arquivo CPCT/ Twitter da Revista AzMina, 07/10/2018.

Observa-se que a Revista AzMina não utiliza o Twitter com finalidade jornalística, trazendo informações novas a seu público, ou de divulgação de sua produção, inserindo links para as reportagens do site, tal qual faz no Facebook. O Twitter é utilizado como um canal de relacionamento com outras personalidades que transitam nessa rede e para a transmissão de mensagens engajadas sobre o movimento das mulheres.

No segundo turno, o dia de maior publicação é o dia 28/10/18, quando ocorre a votação. São 13 postagens distribuídas ao longa da tarde, das 13h44 até 18h58. A maior parte delas (08) é de chamadas para a releitura de reportagens da revista que foram feitas durante a eleição, cada tuíte personalizado com o assunto abordado na matéria original e com uma imagem representativa que faz o hiperlink com o texto da revista. As demais são retuitagens de reflexões acerca da eleição ou de conteúdos como os que interessam às mulheres, como a da eleição de uma governadora e a expulsão de uma mesária por usar uma camiseta na qual estava escrito “lute como uma garota”.

Nesse turno reafirma-se que o Twitter não é uma ferramenta jornalística para a Revista AzMina, mas um instrumento de relacionamento e, nesse caso, de divulgação de suas reportagens.

Sounds Like Us

(<https://slikeus.com/>)

O site do arranjo Sounds Like Us tem uma visualidade plástica/artística bem agradável, limpa e bonita, o que facilita bastante a navegabilidade, tornando-a muito amigável ao leitor. É patente a atenção dada ao *design* na hora de elaborar e formatar os conteúdos que estão disponibilizados em sua plataforma. Numa analogia, ele chega a lembrar o estilo gráfico de apresentação das reportagens especiais produzidas pelo portal UOL, inclusive por misturar texto com áudio e vídeo.

Logo no topo, à esquerda, tem-se o logotipo, que remete a uma capa de disco, inclusive com uma pequena parte de um LP saindo da embalagem. Do lado direito, mantendo a mesma simetria horizontal, encontra-se o *menu*, oculto no formato de um ícone, o qual, ao ser acionado, gera uma aba lateral vertical em que constam oito seções: Bandas; Discos; Entrevistas; Especiais; Shows; About Us; Fale com a gente; A-Z.

Uma rápida averiguação do que se encontra dentro dessas seções permite chamá-las de editorias. Aliás, os títulos listados fornecem uma ideia bem clara a que se refere cada uma delas, motivo pelo qual não julgamos necessário detalhá-las, talvez com exceção de duas, que podem não configurar uma compreensão imediata somente pela leitura dos termos.

Em Especiais são encontrados conteúdos normalmente mais extensos, que vão de entrevistas exclusivas com artistas e bandas a grandes reportagens, também exclusivas, relacionadas ao cenário musical, que por sinal é o foco basilar do arranjo. A seção A-Z representa, pelo que pudemos constatar, uma espécie de arquivo para se localizar os materiais publicados, a partir de links criados com as palavras-chave.

Para se contatar o Sounds Like Us (Fale com a gente) é preciso preencher um formulário bem simples, com nome, endereço de e-mail e a mensagem propriamente dita. Finalizando a aba lateral vertical há um buscador interno de conteúdos. Não existe a opção de tradução do site para outro idioma. Tanto o logotipo (que permite acesso à *home*) quanto o ícone das editorias estão presentes,

na mesma posição, em todos os conteúdos, quando os mesmos são acionados individualmente.

A proposta do arranjo, o qual os responsáveis tratam informalmente por “quintal”, é bem delimitada e aparenta estar envolta numa perspectiva de memória afetiva, conforme explicação contida na seção About Us:

O site é resultado natural e direto de conversas intermináveis, de discografias comentadas, de álbuns ouvidos pela primeira vez, de encartes devorados, de lembranças ao vivo. É a síntese daquilo de que mais gostamos de compartilhar: a onipresença da música em nossas vidas. Sim, é um projeto pessoal, totalmente independente, sem intenção de ganhar \$\$\$, nascido da convivência amorosa, moldado aos nossos gostos. (...) Aqui, vamos colocar entrevistas, impressões, comentários, fotos e vídeos e longos palavreados sobre aqueles que nos movimentam e nos afetam musicalmente. Arte é o tipo de coisa inexplicável; o efeito dela, mais ainda.

Voltando à *home* do Sounds Like Us, o que chama a atenção, inevitavelmente, é a concepção visual adotada. As imagens em formato de marca d'água e em tom acinzentado que compõem a entrada do site são de conteúdos internos, que vêm acompanhados dos seus respectivos títulos em fontes grandes na cor branca, constituindo-se assim em chamadas para os conteúdos completos.

Elas ocupam toda a extensão horizontal da página, sendo dispostas, a partir da data mais recente de publicação, da seguinte forma: um destaque, em tamanho bem maior que os demais que, pelo que se pode notar, diz respeito à última postagem veiculada, e logo abaixo aparecem quatro outros *posts*, emparelhados em duplas.

Todos os cinco itens trazem, além dos títulos e das datas em que foram publicados, as suas respectivas seções/editoriais (que podem ser mais de uma) e o tempo estimado de leitura - de acordo com o tipo de material, isso pode se referir, obviamente, ao tempo de visualização e/ou de audição do mesmo.

Ao término das duas últimas postagens emparelhadas, há um ícone, intitulado Load More que, conforme a própria tradução da expressão inglesa, está vinculado ao oferecimento de mais conteúdos internos já publicados, que são

carregados a partir de um simples clique, ficando dispostos graficamente de forma idêntica à dupla de chamadas anteriores.

Importante destacar que na *home* não existem *links* destinados ao compartilhamento do site em redes sociais. Além disso, uma rápida olhada nas datas de veiculação dos conteúdos que constam na página inicial (observação em 18/4/2020) permite apontar que não há periodicidade claramente definida quanto ao regime de publicação.

O *design* jovial, limpo, de fácil leitura/visualização que o Sounds Like Us oferece ao seu público e o formato de como o site se apresenta nos levam a deduzir, com segurança demasiada, que a plataforma utilizada é semelhante à de um blog, com probabilidade até de se assegurar que seja uma das estruturas disponibilizadas pelo Wordpress - pesquisa rápida do código fonte da página traz menção ao nome dessa plataforma.

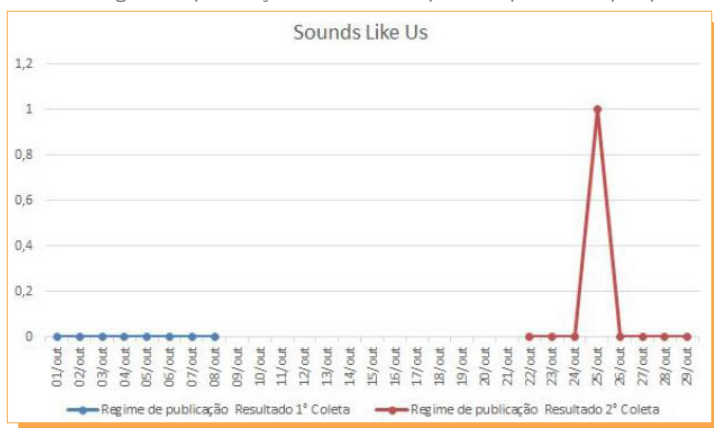
Entrando no planilhamento executado para a segunda fase da pesquisa do CPCT, convém fazer aqui uma ponderação. Em que pese o tema central do arranjo ser o cenário musical, especificamente o panorama mais contemporâneo, pelo que se deduz a partir dos estilos e artistas referenciados, nada impediria que o assunto eleição presidencial pudesse ser abordado.

Em um exercício meramente especulativo a respeito de possíveis pautas, podemos enumerar, como exemplo, uma reportagem, adotando um tom mais irônico, que buscasse fazer uma alusão dos candidatos mais bem posicionados com potenciais músicas que viessem a retratar seus perfis. Mas o que se percebe é que acaba prevalecendo, na linha editorial, uma espécie de memória afetiva por parte dos responsáveis do site acerca dos temas veiculados, que não estão também, conforme descrição pautada na autorreferência, na linha do *mainstream* musical dos *media*.

Desse modo, tem-se que no período do primeiro turno, compreendido pelas datas de 01/10/2018 a 8/10/2018, não houve publicação alguma de conteúdos por parte do Sounds Like Us. Em relação ao segundo turno, que diz respeito especificamente à semana anterior ao dia de votação, houve apenas uma única atualização, sem qualquer teor de vinculação temática com o processo eleitoral, na data de 25/10/2018.

Se considerarmos as lógicas atreladas à linha editorial e ao regime de publicação do arranjo, podemos aferir que houve coerência nos dois períodos avaliados. Portanto, como podemos conferir no Gráfico 1, nada fugiu do esperado/imaginado a partir da proposta e do mecanismo de funcionamento/operacionalização do site.

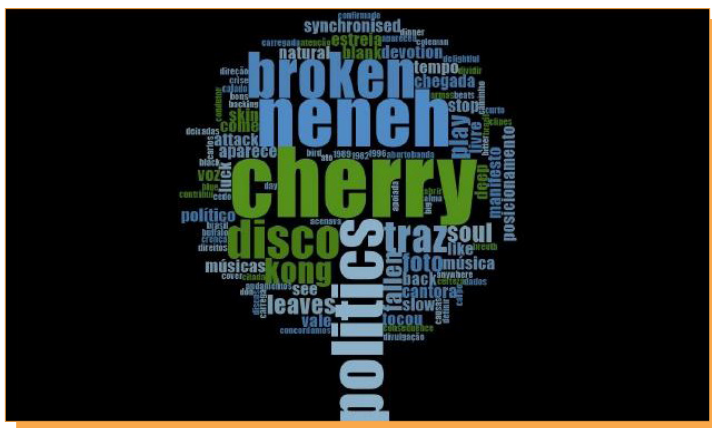
Gráfico regime de publicação sounds like us primeiro período da pesquisa



Fonte: Demonstrativo do regime de publicação do arranjo Sounds Like Us no período de coleta realizado, respectivamente, no primeiro e no segundo turnos.

Como não houve material algum veiculado no primeiro turno, a contagem das palavras mais citadas se refere, obviamente, ao único conteúdo disponibilizado no período do segundo turno (Imagem 1). O destaque conferido aos termos Cherry, Neneh, Broken e Politics, conforme vemos na nuvem de palavras, guarda conveniência total com o material que foi postado pelo arranjo: uma reportagem/crítica sobre o novo álbum da artista Neneh Cherry, intitulado “Broken Politics”.

Nuvem de palavras semana de 22 a 29 de outubro de 2018



Fonte: A partir de banco de dados do software NVivo, Nuvem de palavras das matérias

Portanto, ratifica-se que a campanha eleitoral não interferiu, aparentemente, de modo algum na pauta do Sounds Like Us. Para atestar esse ponto, basta consultar, novamente, o comportamento da nuvem de palavras referente à única postagem veiculada.

QUADRO I - Matérias publicadas pelo site Sounds Like Us em 25/10/2018, data de maior publicação na semana

Título	Autoria	Republicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção fontes
'Broken Politics' é um disco carregado de questões do nosso tempo	Não identificado	Não	Reportagem/crítica especializada	Crítica sobre novo álbum de Neneh Cherry	Álbum "Broken Politics", memória afetiva do(a) autor(a), outras publicações que avaliaram a obra

Quanto ao gênero jornalístico, tem-se que o material avaliado é uma reportagem, seguindo uma linha mais próxima a de uma crítica especializada, redigido de uma maneira bastante clara a quem conhece ou já ouviu falar da artista e quer saber mais a respeito do álbum lançado. Não é possível se saber a autoria do texto, já que não existe assinatura alguma - isso faz com que não seja possível saber se o Sounds Like Us aceita/compra materiais elaborados por terceiros.

A instância de seleção é o do episódio em si, ou seja, a chegada ao mercado do novo trabalho da cantora. Daí que a fonte para a concepção do conteúdo é a própria obra, aliada ao conhecimento (afetivo até) que se tem acerca da artista e a outras publicações que também avaliaram o álbum.

No que se refere à composição, há fotos de Neneh Cherry e da capa da nova obra, links para outras publicações que dizem respeito a ela ou mesmo para o trabalho em questão, além da transcrição de trechos das músicas lançadas. Como já dissemos anteriormente, parece muito com o estilo das reportagens especiais produzidas pelo portal UOL, cujos conteúdos são uma mescla de texto com áudio e vídeo.

No nosso caso, é possível ainda assistir ao clipe de uma das canções pela plataforma Vevo, que é um serviço de hospedagem de vídeos atualmente incorporado à plataforma do Youtube. Quem quiser pode também ouvir todas as faixas pelo serviço de streaming do Spotify, cujo acesso está disponibilizado ao final da reportagem. Tanto o vídeo quanto os áudios são compartilháveis de maneira direta, sem necessidade de difundir, obrigatoriamente, a crítica musical produzida pelo arranjo.

Não existe espaço destinado a comentários, mas há várias *tags*, as quais, pelo que se nota, auxiliam a classificar e a organizar o material. Há ícone para exibir a quantidade de curtidas relativas ao conteúdo (48 na data de 18/4/2020). Chama a atenção o modo como se apresenta o compartilhamento da reportagem, que pode ser realizado através do Facebook (que aparece indicado em duas posições muito próximas uma da outra) ou pelo Twitter.

Preliminarmente, pelo que conseguimos aferir em nossa análise, pode-se reafirmar o Sounds Like US dentro da perspectiva categorizada na primeira fase da pesquisa do CPCT, em que ficou como integrante do Núcleo 2 (autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico; alternativos e/ou independentes). Como modo de se certificar, basta recordar que, na apresentação institucional, ele

se autodeclara uma iniciativa “(...) totalmente independente, sem intenção de ganhar \$\$\$ (...)”, na qual serão veiculadas, entre outras postagens, “(...) entrevistas, impressões, comentários, fotos e vídeos (...)”.

Dentro da nucleação 2, o arranjo se encaixa, efetivamente, no subgrupo 2: “Jornalismo segmentado. Praticam um jornalismo ou a produção de conteúdo segmentado cultural e desportivo.”⁴⁵ Essas classificações reiteram a sua formação ideológica que, pelo que se pôde perceber, busca tentar fugir da cobertura comercial do *mainstream* musical. Tem-se assim que a *práxis* jornalística, no caso do Sounds Like Us, está mais voltada, inclusive, a uma proposta de memória afetiva dos responsáveis do site sobre o que se entende a respeito do circuito da música, o que aparece bem traduzido nas entrevistas e nas críticas especializadas que são publicadas.

Sound Like Us no Facebook

No primeiro período de coleta, recolhemos quatro postagens próprias; e no segundo período, 22 a 29/10/2018, foram cinco postagens. A tendência do site, permaneceu no Facebook, ou seja, o tema das eleições não aparece. As notas dizem sobre albúms de artistas da preferência dos editores, fazendo referências à atualidade deles ou à qualidade das produções. Remete também à única matéria publicada no site em todo o período.

Desse modo, vê-se que o regime de publicação atende às demandas de disponibilidade de pessoas que mantêm esses canais de comunicação por hobby.

Sound Like US no Twitter

No Twitter o regime de publicação nos períodos da coleta mantêm-se muito baixo, são duas mensagens a cada período, portanto, quatro tuítes ao longo de 16 dias.

No primeiro período, os dois tuítes tratam da banda Desalmado em turnê pela Europa, como mostra o texto abaixo:

⁴⁵ FIGARO, Roseli (org.). As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: ECA-USP, 2018, p. 46.

“Hoje foi dia do @desalmado tocar no primeiro festival na Europa. A banda postou algumas fotos lá no Stories do nosso Instagram. Segue lá -----> @soundlikeus <https://t.co/46uwho0OKj>”

No segundo período da coleta, cada tuíte trata de um grupo musical. O novo disco de Neneh Cherry aparece novamente nesse espaço. Fato que mostra o envolvimento deles com o artista: as notas apareceram no site e no Facebook também.

Não há resenha crítica, apresenta-se o evento álbum ou show, comenta-se algo em torno dos artistas e ficamos restritos ao sabor do gosto musical do arranjo.

Viomundo

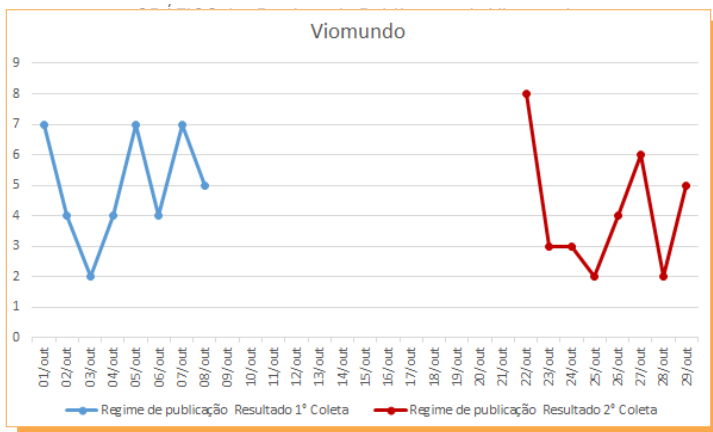
(www.viomundo.com.br)

O site Viomundo é funcional, apresenta os ícones das redes sociais onde está presente, tem uma diagramação simples de fácil navegabilidade. O site apresenta uma matéria em maior evidência seguida de outras matérias denominadas “em destaque”, todas estão organizadas em box que levam o leitor ao conteúdo. Em seguida apresentam outros conteúdos disponíveis em vídeos, os blogs e colunistas. Todo material está acompanhado de foto e título de chamada. O site também destaca dois banners: um para a campanha de *crowdfunding* do veículo em um banner na cor vermelha e outro para a loja, na qual oferece livros. O logotipo é escrito em preto. É estruturado nas editorias Política; Denúncias; Você escreve; Entrevistas; Opinião; Falatório; TV; Especiais. Há, também, um link denominado “Sobre” que conta a história de seu fundador e da fundação do Viomundo. Disponibiliza o ícone de uma campanha para que o leitor permita que lhe sejam enviadas notificações do veículo.

Em todas as matérias aparecem os dois banners que estão na página inicial e há espaço para comentários dos leitores.

Os dias em que houve maior publicação na primeira coleta foram 01, 05 e 07 de outubro, em todos esses dias houve sete publicações por dia. Na segunda fase de coleta, o dia 22/10 foi o que teve mais publicações, nove ao total. Os dias com menor publicação na primeira fase da coleta foi dia 03/10, apenas duas publicações, e na segunda fase da coleta foram os dias 25 e 28/10, com apenas 2 publicações.

O regime de publicação, bastante flexível, indica o total de 40 matérias publicadas nos 8 dias de coleta do primeiro turno, e 33 matérias nos 8 dias da coleta do segundo turno. Há um esforço de publicação em todos os dias. O gráfico 1 indica o regime de publicação do site.



Fonte: Arquivo CPCT - o Regime de Publicação do site Viomundo no período da coleta, semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

Na primeira semana de coleta, a contagem das palavras mais citadas pelas matérias publicadas destaca em quantidade de vezes o termo Bolsonaro, depois Lula, candidato, Haddad e Brasil, conforme mostra a nuvem de palavra da coleta do primeiro período, abaixo.

Nuvem de palavras semana de 1 a 8 de outubro de 2018



Fonte: Nuvem de palavras das matérias coletadas na semana do primeiro turno das eleições majoritárias no Brasil 2018, site Viomundo.

Na segunda semana de coleta a nuvem de palavras continua indicando Bolsonaro como o termo mais utilizado na redação das matérias, conforme a nuvem de palavras abaixo. Em termos numéricos as palavras Brasil e Haddad foram menos citadas do que Bolsonaro, mas também permanecem.

QUADRO I - Matérias publicadas pelo Viomundo em 01/10/2018
uma das datas de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Replicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção fontes	Instância de Composição	Instância de Circulação
Toffoli atropela Lewandowski e manda PF obedecer decisão que impede Lula de dar entrevistas	Márcio Falcão	sim	Notícia	Relato sobre despacho dos ministros do STF sobre entrevista de Lula aos órgãos de imprensa, está categorizado como política.	Despachos dos ministros do STF	Foto colorida dos ministros do STF, Toffoli e Carmen Lúcia se cumprimentando com Temer aplaudindo. 2 Hyperlinks para textos sendo um externo e outro do Viomundo (que é repostagem da Folha).	11, sem tag
Dilma: Para produzir seu ardiloso factóide eleitoral de R\$ 1 bi, Moro atropelou o TRF-4 e o próprio Ministério Público Federal	Dilma	sim	Nota à imprensa	A nota trata da delação premiada de Antônio Palco e faz esclarecimentos	Não há fontes	Foto colorida do Juez Sérgio Moro e outros juristas não identificados	14 comentários, sem tag
PDT descumprir decisão judicial e não repassa um centavo a candidato a deputado federal por Alagoas, enquanto outro recebe R\$ 500 mil	Conceição Lemes	não	Notícia	Trata da falta de transparência do PDT para a distribuição dos recursos do fundo partidário para os candidatos a deputado federal.	Fonte: Marcelo Tadeu,	Foto colorida de Marcelo Tadeu (candidato a deputado federal pelo PDT) com pose de quem faz uma denúncia	1 comentário
Procurador da Lava Jato: "Delação premiada de Palocci foi recusada pelo MPF por falta de provas"	Lula.com	sim	Notícia	A matéria trata da delação premiada de Antônio Palocci durante a campanha eleitoral e da validade dessa delação contra Lula.	Fonte: Folha de São Paulo, defesa de Lula	Foto colorida do procurador da Lava Jato	4 comentários
PT diz que decisão de Moro sobre delação de Palocci é "vergonhosa chicana"	Site do PT	SIM	Opinião	Texto critica a postura do Juez Sergio Moro quanto a publicidade da delação premiada de Antonio Palocci e o acusa de tentar manipular a opinião pública	Não há fontes	Foto de Antônio Palocci em delação premiada. No fim do texto há link para outra matéria do veículo sobre o mesmo tema	sem comentários
Ibope mostra Bolsonaro e Haddad empatados no segundo turno, com rejeição do petista em alta	G1	sim	Informação	Apresenta os dados da pesquisa IBOPE para Presidência da República, com simulação para primeiro e segundo turno	IBOPE	Foto de Fernando Haddad em debate	Não foi possível acessar o link do Viomundo, no pdf não aparecem os comentários
Haddad mantém compromisso de garantir direitos humanos da população LGBTI; leia a íntegra	Aliança LGBTI+	SIM	Carta	O texto trata de um compromisso assumido pela chapa Haddad e Manuela D'Ávila quanto a garantias dos direitos humanos e de cidadania o movimento LGBTI+	Não há fontes	Foto da bandeira LGBTI+, no fim do texto há um PS do Viomundo com opinião do veículo, seguido de link para outra notícia do veículo	sem comentários

QUADRO II - Matérias publicadas pelo Viomundo em 05/10/2018
uma das datas de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Replicação	Gênero	Instância de seleção assunto/tema	Instância de seleção fontes	de Composição	Circulação
Victor Moreto: Numa eleição irracional, Haddad é o "filho do demônio"	Victor Moreto	não	Coluna de Política	Temática política, análise como o anti PT foi um movimento de defesa da agenda neoliberal. Parte da prisão de Lula, como sacno ao capital para analisar o contexto eleitoral da campanha presidencial de 2018.	Não há fontes. É um texto opinativo.	Não há hiperlink no texto, tem uma foto colorida e alegre com o candidato a presidente Fernando Haddad sorrindo, ao fundo foto de Lula também sorrindo. A imagem colorida e cheia de vida. Contrasta com a chamada da matéria "Haddad como o demônio".	3 comentários, Tag para campanha de o crowdfunding, há na página chamadas para outras matérias do site.
Tânia Mandarin: Candidatos dão jeitinho para "sequestrar" dinheiro do rançamento de campanha	Tânia Mandarin	não	Coluna	Denúncia o "sequestro do fundo partidário" o texto mostra que há juristas do TRE que acataram, mais de uma vez, a denúncia do crime. Crítica a postura do ministro Fachi e Barroso do STF que cassaram liminar sobre o assunto.	Fonte: Lúcio Vaz da Gazeta do Povo.	Foto montagem com os dois candidatos a dep. Federal no Alpacas pelo POT e um ministro do STF. Tem hiperlink no fim do texto que leva para outra matéria do veículo	Sem tag, sem comentários
Balanco das pesquisas: Bolsonaro ainda está longe de vencer em primeiro turno, mas suas pressões acontecem — como em 1995, em São Paulo	Da Redação	Não	Análise	Texto analisa os dados de pesquisa eleitoral Data Folha, sobre o primeiro turno.	Fonte: Poder 360º, Data Folha,	Há foto em preto e branco de Jânio Quadros acompanhada do slogan "Vare, vare vassourinha", o texto tem hiperlink para outro texto do veículo e uma retança.	sem tag, teve 3 comentários
Como Bolsonaro explorou o ressentimento da classe média baixa e roubou eleitores de Lula	Luiz Carlos Azerha	Não	Coluna	Texto faz uma análise sobre a figura de Jair Bolsonaro como representante dos interesses neoliberais especialmente dos interesses do governo dos EUA.	Não há fonte, vai há fatos históricos para construir sua análise.	Há foto colorida de comissão com Lula em destaque e Haddad a seu lado sem se ver o rosto, há duas citações de jornais de grande circulação em SP que antecederam a matéria e estão abaixo da foto	21 comentários, não há tag, há um comentário do autor ao final do texto
Marcelo Zero: Na reta final das eleições no Brasil a CIA está ajudando o pro de Bolsonaro	Marcelo Zero	Não	Opinião	Texto fala da construção de opinião pública no contexto contemporâneo das redes sociais, fake news.	Não há fonte, busca fatos diversos para construir o argumento	Foto de Trump sorridente, com a bandeira dos EUA nos fundos	12 comentários, link ao final para a outra matéria do veículo
Jornal Nacional, Atto 3: O silêncio sobre Lula e o troco na água com Huck	Ângela Carrabó e Eliara Santana	não	Análise	Texto trata do papel da TV Globo na construção de opinião pública na defesa de seus candidatos	Não há fontes, retoma fatos históricos envolvendo a emissora e eleições	Foto de reservatório retirada de vídeo da Globo, vídeo da matéria da qual trata o texto	Não foi possível acessar o link no Viomundo, no pdf não há comentários
Jair de Souza: O que fazer na hora mais decisiva da luta?	Jair de Souza	não	Opinião	O texto faz uma análise sobre o crescimento do conservadorismo dos eleitores e da disputa de classes por trás da disputa eleitoral	Não há fontes, é um texto argumentativo	Foto de manifestação de rua Lula Livre, no fim do texto há link para a matéria do Viomundo com tema relacionado	Sem comentários

QUADRO III - Matérias publicadas pelo Viomundo em 07/10/2018, uma das datas de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Republicação	Gênero	Instância de seleção assunto/tema	Instância de seleção fontes	de Composição	Circulação
TSE manda retirar do ar 35 páginas de fake news contra Lula, Haddad e Manuela	lula.com.br	sim	notícia/comentário	Reporta sobre a decisão judicial da colação "povo feliz de novo" em relação a fake news que circularam contra a chapa de Fernando Haddad.	Fonte: TSE	Foto com colagem de matérias fake news contra PT, Haddad, Manuela e Lula. A foto indica um número de telefone para denúncia.	Tem hiperlink para documento citado no texto e link para texto externo ao veículo, tag na página para o overlanding do veículo, banner e blog na página para outras matérias do próprio veículo, 5 comentários
Duas notícias: Matéria principal "Tiro, parada e bomba: filhos de Bolsonaro trabalharam para deslegitimar resultado do primeiro turno; veja vídeos", segunda matéria "Apoiador de Bolsonaro ataca carreta do PT em Maringá e fere militantes"	Do Vermelho/ Revista Fórum	sim	notícia	Notícia principal: trata do fato criado pelo candidato a presidência, Jair Bolsonaro, de que há fraude nas urnas eletrônicas e contradiz essa teoria. A segunda notícia: trata da agressão de mulher em carreta para chapa de Fernando Haddad que foram agredidas por apoiadores de Bolsonaro.	Fonte notícia principal: Twitter de Eduardo Bolsonaro, Twitter TSE, Presidente do TSE Rosa Weber; ministro do TSE Og Fernandes; Fontes notícia secundária: fontes anônimas, PT de Maringá (PR)	Notícia principal: Foto e Vídeo de um eleitor armado votando na urna eletrônica; notícia secundária: vídeo registrando a contusão.	Hiperlink para os vídeos, hiperlink externo para os textos originais, foto da mulher agredida na matéria secundária, não tem tag. Há 4 comentários.
Surpresas no Rio e Minas indicam vantagem de Bolsonaro; Fernando Pimentel, do PT, não disputa o segundo turno; Dilma, Suplicy e Lindbergh não se elegem ao Senado, diz Ibope	Da Redação	não	notícia	Reporta informações sobre a votação do primeiro turno segundo pesquisa IBOPE nos estados do RJ, MG, SP, PR, RS.	Fonte: IBOPE	Foto colorida de Fernando Pimentel e Dilma e abraçados fazem o sinal do Lula Livre e sorriem, ao fundo um grande número de pessoas e as fotos dos dois candidatos.	1 comentário, só há um link ao final para outras notícias do veículo
Cuidado com as fake news! Via alguma? Denuncie	lula.com.br	sim	informativo	Dá dicas do que é necessário para ir votar	Não há fontes	Há um a imagem colorida, com o rosto de Lula Jovem chamando com os dizeres "Anti fake news", há um subtítulo	2 comentários
É montagem vídeo-denúncia propagado por Ilio de Bolsonaro, arma o TRE de Minas Gerais	Da Redação	Não	Opinião	Desmiente vídeo veiculado nas redes sociais de que há problemas com as urnas eletrônicas	Fonte: TER	Foto colorida de Jair Bolsonaro nas ruas cumprimenta pessoas (que não são vistas), envolto por seguranças, seu filho Carlos Bolsonaro. Há vídeo que explica a montagem do falso vídeo que diz que as urnas eletrônicas têm problemas.	A página web não apareceu nas buscas, no PDF não aparecem os comentários
Lula: Levamos a luz e a água para quem sofria com a escuridão e a seca; isto não é solução para a nada	Lula	SIM	Carta/nota	Padê o voto para Fernando Haddad e relembra conquistas da população e feitos do governo do PT	Não há	Foto de Lula de terno e gravada em evento, sentado falando para a plateia com o integrante de uma mesa. Ao final, traz a foto da carta	1 comentário
PSDB, MDB e pesquisas sofrem derrotas devastadoras, PT resiste no Nordeste e Fernando Haddad consegue levar eleição presidencial para o segundo turno	Da Redação	não	Editorial	Analisa o resultado da votação de primeiro turno para Governador, Deputado Federal e Senador	Não informa	Foto de Fernando Haddad descendo as escadarias de uma escola rodeado de pessoas, faz uma selfie com apoiadoras	7 comentários, ao final tem link para outra matéria do veículo

Os títulos das matérias publicadas na semana que antecede o primeiro turno variam de acordo com a proximidade do dia da eleição.

As matérias do dia 01 não mencionam o candidato Bolsonaro, ao contrário, apresentam Haddad e Dilma em destaque. Mas o sentido por trás das matérias diz respeito à campanha anti PT, que beneficia diretamente o candidato Bolsonaro. O conteúdo circula entorno de ações da PF nas investigações da Lava Jato e questões antiéticas do Juiz Sérgio Moro. Ou em relação a ações do STF que impedem a liberdade de imprensa e de comunicação, pois tratam do impedimento da entrevista de Lula aos veículos de comunicação. Nesse contexto, tentam revelar um movimento de apoio da polícia federal e do Juiz Sérgio Moro ao candidato Bolsonaro, em contraposição ao candidato Haddad à presidência da república. Neste dia houve duas republicações de textos.

Já as matérias de 05 de outubro tratam do crescimento da população com valores conservadores no país e das chances reais de Bolsonaro ganhar a eleição. As matérias destacam ações caluniosas contra Haddad, movidas pela campanha de Bolsonaro, a participação estadunidense na campanha de Bolsonaro e a necessidade de que haja um movimento em defesa dos direitos humanos e da democracia que estariam em risco em caso de vitória do candidato Bolsonaro. Importante dizer que neste dia não houve nenhuma republicação de textos, todos os textos são produções próprias do Viomundo.

As matérias de 07 de outubro tratam de ações violentas de Bolsonaro e seus filhos, fake news da campanha de Bolsonaro, de uma carta de Lula aos eleitores para apoiar Haddad, de pesquisas de boca de urna e dos resultados da apuração das eleições. Das sete matérias publicadas, três são do veículo, as demais são repostagens.

Todas as matérias utilizam de imagens, especialmente fotografia. Em algumas há vídeos para compor o material. Nesse caso, os vídeos são usados especialmente para apresentar uma situação envolvendo os personagens da matéria e a gravação foi feita por alguém que presenciou o acontecimento. Poucas matérias usaram esse recurso.

Não usam *tags* para busca de textos, mas oferecem links para outras matérias relacionadas, documentos citados no texto, matérias de assuntos afins, e para a matéria original nos casos de postagem. Há espaço para comentários, mas a participação é pequena. A postagem de material privilegia mídia alternativa,

a exceção de conteúdos veiculados na grande mídia, no caso G1, que relatava pesquisa eleitoral e se detinha a descrição dos números.

No que diz respeito ao gênero jornalístico há alternância entre colunistas, textos opinativos e notícia com poucas fontes. As fontes privilegiadas são de autoridades públicas, muito material resultado de ações judiciais e se detinham as falas dos juristas que julgaram o mérito da ação. Os textos opinativos e de colunistas se detêm a análise de contexto ou material documental. Há várias cartas abertas publicadas que expressam opinião de personalidades públicas, como Lula, Dilma, Haddad e Manuela. Há variedade de autores.

QUADRO IV - Matérias publicadas pelo Viomundo em 22/10/2018, data de maior publicação na semana

Título das matérias	Autoria	Republicação	Gênero	Instância da seleção assunto/tema	Instância da seleção/fontes	de Composição	Circulação
BBC: É possível garimpar até 1.000 números de telefone do Facebook em 60 segundos	BBC: Matheus Magenta, Juliana Graignani e Felipe Souza	sim	Reportagem	Reportagem fala das redes sociais como instrumento de manipulação da opinião pública e como se formam essas redes.	Fontes: diferentes fontes anônimas, Facebook, Whatsapp, TSE, Luiz Rodrigues Júnior (marqueteiro),	Tem foto da presidente no STE, link no nome dos autores que leva para a matéria original da BBC, há cinco subtítulos no texto e ao final do link para a outra notícia do veículo	1 comentário
Altamiro Borges: Mídia nativa vai se arrepender da complacência com Bolsonaro; fascismo não tolera a liberdade de expressão	Altamiro Borges	sim	Opinião	O texto fala da omissão da grande mídia brasileira em qualificar Jair Bolsonaro como de extrema direita	Não há fontes e sim uma lista de veículos internacionais e suas manchetes	Tem uma charge com Jair Bolsonaro com vestes militares tirando em uma âncora, há link para o texto original e ao final do texto há link para matéria do Viomundo ligada a temática do texto	4 comentários
Celso de Melo, sobre ameaça de filho de Bolsonaro ao STF: "Inconsequente e golpista; inaceitável visão autoritária"	Mônica Bergamo (Folha)	sim	Carta/ nota	Declaração do Ministro do STF, Celso de Melo, em resposta a fala de Eduardo Bolsonaro de que bastam um soldado e um cabo para fechar a corte.	Ministro do STF	Foto do Ministro do STF Celso de Melo com o dedo em riste, há link para o texto original,	7 comentários
CNEB, OAB, Anamata, ANPT, Sinait, Abrat e FenaJ contra o ódio, pela defesa irrestrita da democracia	Lula.com.br	sim	Nota de repúdio	O texto é assinado por diferentes entidades que vêm a público para repudiar atitudes de ódio e violência contra minorias e grupos sociais na defesa pelos direitos humanos	Não há fontes, link para o site de origem do texto, link ao final do texto para a matéria do Viomundo que trata de tema parecido	Foto de manifestantes com cartaz contra a ditadura, botom do PT.	o pdf não mostra os comentários e não conseguiu acessar o link
Escritório de advogados de 80 anos divulga nota por Haddad: "Não há hipótese de omissão ou silêncio de nossa parte"	Do Mauro Menezes & Advogados	não	Nota pública	O texto se posiciona contrário a candidatura de Jair Bolsonaro a presidência da República porque a entidade compreende que ele é um risco ao estado democrático de direito, a direitos trabalhistas e civis, há minorias e grupos sociais	Não há fontes, link ao final do texto para matéria do Viomundo que trata de tema parecido	Foto colorida com Fernando Haddad, que segura o livro da Constituição, em destaque junto a grupo de advogados todos de braços erguidos como se indo a luta	Nenhum comentário
Mario Sérgio Conti: Bolsonaro se apresenta como militar patriota e o "Brasil acima de todos"; duas fraudes dignas de whatsapp	Mario Sérgio Conti (Folha)	sim	Opinião	Texto discute como o Brasil ao eleger Jair Bolsonaro seguirá uma tendência mundial de ascensão de líderes conservadores de extrema direita	Não há	Charge com Jair Bolsonaro vestido de nazista com a suástica no braço e os dizeres "Brasil me ame ou deixe-o", há link para o texto original na Folha	Teve 4 comentários,
Pesquisa: Virada difíil, mas com 14,5% de brancos e nulos Haddad ainda tem margem para alcançar Bolsonaro; 9% dos eleitores do neofascista podem mudar voto	Agência CNT de Notícias	sim	Informação	Apresenta dados sobre pesquisa eleitoral realizada pela CNT/MDA	Pesquisa CNT/MDA	Foto colorida, com ênfase no vermelho, com Fernando Haddad e Rui Costa em cima de um cartão com centenas de eleitores, link para a pesquisa, link para a matéria do Viomundo ao final, há 7 subtítulos	5 comentários
Ditadura e cerco militar: de salto alto, Bolsonaro abre o jogo antes da hora e gera reações no STF e na mídia	Rodrigo Viana	sim	Opinião	O tema de fundo diz respeito a intervenção de militares no governo.	Não há fontes, link para o site de origem do texto, link ao final do texto para matéria do Viomundo que trata de tema parecido	Foto colorida do candidato Bolsonaro	14 comentários
Mesmo com fortes críticas ao PT, Goldman muda de posição e vai votar em Haddad; veja vídeo	Alberto Goldman	não	Opinião	Apesar de eleger o PT, entre Haddad e Bolsonaro, Goldman votará em Haddad	Video de Goldman manifestando sua opinião	Foto, Vídeo, não há links para outras matérias como as demais	6 comentários

O dia 22 de outubro foi o que obteve o maior número de publicações na segunda coleta. Foram nove matérias. As matérias publicadas na semana, que antecede a eleição do segundo turno, abordam novamente a ameaça que Bolsonaro representa à democracia, às instituições, à liberdade de expressão, às minorias e aos grupos sociais como o movimento LGBTI+, negros, índios e mulheres. Há matérias que se referem diretamente a Bolsonaro em seu título e apenas uma menciona Haddad. O material também ressalta que a vitória de Bolsonaro nas eleições representa um movimento mundial de ascensão de líderes conservadores. Há repostagem de notas de repúdio de organizações da sociedade civil organizada contra atos de incitação de ódio e violência estimulados por Bolsonaro.

Fotografias foram o maior recurso visual usado para compor as matérias e houve a utilização de uma charge e um vídeo opinativo. Os links presentes nos textos dão acesso a conteúdos similares, documentos citados no texto, ou a matérias no veículo de origem - isso acontece sempre que se trata de uma repostagem.

Não há *tags* para busca de textos. Há espaço para comentários, mas a participação permanece pequena. Há repostagem de matérias de mídia alternativa, notas de repúdio e conteúdos de blogs da Folha. No caso específico do blog da Folha de S. Paulo, o material trata Bolsonaro como uma ameaça à democracia. Importante observar que os blogs não representam, necessariamente, a posição do grupo Folha e nesse caso o valor acionado no texto dialoga com as perspectivas ideológicas do Viomundo. Não se viu nenhuma repostagem de material de grande grupo de mídia nacional hegemônica. Há também matéria da BBC News Brasil.

No que diz respeito ao gênero jornalístico houve apenas uma reportagem, repostagem da BBC News Brasil. A maior parte das matérias são notas de repúdio, opinião (colunistas de outro veículo) ou carta aberta. Na reportagem da BBC News Brasil há diversidade de fontes, documentos e a reportagem busca discutir o tema a partir de várias perspectivas. Os demais materiais se sustentam na opinião dos autores, ou em relatos apresentados em documentos, vídeo, ou outras matérias publicadas na mídia. Há variedade de autores.

Ao total foram analisadas 30 publicações. Na primeira coleta, dos 21 textos 11 são do próprio Viomundo. Chama atenção para aqueles publicados em 05/10 pois não há nesse dia republicações. Já na segunda coleta, dois textos são publicação

do próprio Viomundo, sendo um deles postagem de um vídeo-manifesto sem nenhum comentário do veículo a não ser o título que acompanha e chama para o vídeo. Os demais textos publicados em 22/10 foram republicações.

O Viomundo foi categorizado na primeira fase de pesquisa, a partir da auto declaração do veículo, como como arranjo pertencente ao Núcleo 1. Subgrupo mais identificado com a deontologia tradicional do jornalismo. Proclama-se jornalismo independente, com apuração aprofundada, desvinculado de interesses comerciais e políticos. Observa-se pelo material analisado que o veículo não tem vínculos comerciais, mas possui uma posição política demarcada em relação à disputa eleitoral. A partir dos textos analisados é possível afirmar que o veículo apoiou a campanha de Fernando Haddad e Manuela, assim como se opôs a campanha de Bolsonaro. O material analisado não menciona outros candidatos que participaram da disputa eleitoral no primeiro turno. Apesar do apoio à chapa de Haddad e Manuela, os textos analisados revelam que o veículo foi reativo às pautas propostas pela campanha de Bolsonaro.

O material também permite dizer que Viomundo se configura como mídia alternativa e independente, inclusive privilegia nas repostagens material de veículos que reafirmam esse movimento. Nesse sentido, constroem e fortalecem uma rede de circulação de notícias com perspectivas que buscam se contrapor ao discurso da mídia hegemônica. Por sua vez, o material analisado foi constituído prioritariamente de colunas, conteúdos opinativos, cartas abertas ou notas de repúdio. Houve apenas uma reportagem de fôlego, que não foi produzida pelo veículo, mas pela agência de notícias BBC News Brasil. Esse recorte revelou que é baixo o número de fontes presentes no material e pouco diverso. No entanto, o veículo tem um esforço em apresentar um contraponto ao discurso hegemônico, dando voz às entidades da sociedade civil organizada, que nem sempre têm espaço na grande mídia. Chama atenção a quantidade de repostagens do veículo, o que revela o desejo de publicação permanente e a dificuldade em manter o veículo apenas com produção de conteúdo próprio.

Em síntese: não há dúvidas de que Viomundo é uma mídia alternativa e independente, mas a quantidade de postagem de material, textos opinativos e de colunistas, e a baixa quantidade de matérias próprias com diversidade de fontes, nos leva a refletir sobre a fragilidade do veículo Viomundo, visto que a produção jornalística nesse período analisado foi muito baixa.

Viomundo no Facebook

No primeiro e segundo período de coleta na página do Facebook do Viomundo, diário da resistência, percebe-se grande movimentação. Foram 873 e 1031 postagens respectivamente no primeira e segunda coletas. Mas, na mesma tendência do site, as publicações próprias são em número bem menor (51 e 76 postagens). Como o jornalista responsável pelo site é também profissional de empresa de comunicação, supomos que falta tempo para que Viomundo tenha mais produção própria. Os dias 1/10 e 22/10 têm maior número de publicações.

Tabela 1- Regime de publicação no Facebook do Viomundo

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Viomundo	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Viomundo
Post totais	873	Post totais	1031
Post autor	51	Post autor	76
01/10/18	13	22/10/18	16
02/10/18	6	23/10/18	10
03/10/18	5	24/10/18	8
04/10/18	4	25/10/18	8
05/10/18	8	26/10/18	10
06/10/18	6	27/10/18	5
07/10/18	4	28/10/18	7
08/10/18	5	29/10/18	12

No dia 1/10, data de maior publicação própria na primeira coleta, as postagens começaram às 11h18 e foram até 22h38 minutos. O tema da campanha presidencial dominou as postagens. No entanto, há logo no início uma denúncia sobre o governador do PSDB de Minas Gerais. Conforme se lê na sequência, o tom é de crítica: ‘Desmascarado’ é o título da nota que remete a vídeo. Tem a ver com o salário dos professores do estado.

“Desmascarado.<https://www.viomundo.com.br/denuncias/beatriz-cerqueira-desmascara-anastasia-psdb-teve-tres-chances-para-garantir-o-piso-salarial-da-educacao-e-nao-aprovou-veja-video.html>”

As chamadas seguintes são mais próximas ao tema das eleições, mesmo que por meio da denúncia de censura à entrevista de Lula, antes do primeiro turno, promovida pelo juiz Moro e silenciada em termos de não denúncia de outros órgãos da mídia.



Fonte: Página Facebook do Viomundo, dia 1/10/2018.

Outra chamada interessante, mas do dia 2/10, quanto ao título porque remete aos anos de 1960, tem o título “Aos tempos da Panair”, empresa de aviação que por motivos conturbados acabou fechada, abrindo oportunidades para empresários ligados ao governo de então. Essa intertextualidade quer remeter ao conjunto de sentidos em dois níveis: um ao fato de o que ocorre com a Embraer, em termos de entrega a setores estrangeiros, e perda de autonomia; e outro no tempo da ditadura e agora em tempos sombrios pós queda da Presidente Dilma.

Aos tempos da Panair.<https://www.viomundo.com.br/denuncias/o-alerta-do-engenheiro-aeronautico-aviador-da-fab-e-professor-brasil-vai-retroagir-aos-anos-50-o-que-vai-sobrar-da-embraer-nao-permitira-que-desenvolva-e-fabrique-avioes-veja-o-video.html> (página Facebook do Viomundo 2/10/2018)

Esse ritmo publicação e abordagem temática se dá em todo o período. Há comentários e likes. São mais de 200 mil seguidores. Sem dúvida, importante alcance, um dos mais elevados entre os arranjos do trabalho do jornalista.

É uma fala firme, de oposição, ancorada na trajetória de mais de 40 anos de atividade jornalística do editor.

Na segunda coleta, a intensidade do regime de publicação na página do Facebook aumenta, são 76 postagens próprias. O tom de denúncia é majoritário em todas as publicações, remetem a artigos de opinião, a outras falas de personalidades e ao apelo pelo voto em defesa da democracia. É muito interessante o texto do post do dia 22/10 que denuncia a convivência da grande imprensa com os atos irregulares da campanha bolsonarista.

O título “Cria cuervos” é uma citação do título do filme homônimo, de Carlos Saura, 1976, para se reportar a ação de complacência dos meios de comunicação hegemônicos, aos acenos obscuros e autoritários de Bolsonaro. A matéria faz um levantamento da mídia internacional que critica o candidato direitista e cobra a posição da mídia nacional. Essas palavras foram premonitórias a ver a situação dos meios de comunicação atualmente sob a égide do Presidente. Essa é uma repostagem da matéria originada no blog do jornalista Altamiro Borges cujo título é: Mídia internacional e risco Bolsonaro.

Viomundo no Twitter

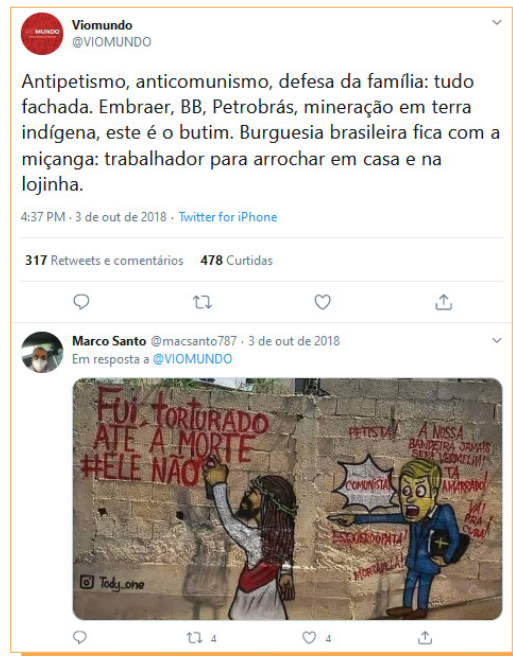
No período de coleta de 1 a 8/10 e de 22 a 29/10 o Viomundo teve intensa atividade no Twitter. Foram 101 posts no primeiro período e 208 posts, mais do dobro, no segundo período. Os dias de maior publicação foram 3/10, com 21 tuites e dia 28/10 com 50 tuites.

Esse regime de publicação mostra uma intensificação da atividade de postagens, cujas pautas atendem ao movimento das discussões eleitorais.

Tabela 2- Regime de publicação no Twitter do Viomundo

Twitter 1º turno 01/10 a 08/10	Viomundo	Twitter 2º turno 22/10 a 29/10	Viomundo
Post totais	101	Post totais	208
Post autor	101	Post autor	208
01/10/18	11	22/10/18	27
02/10/18	6	23/10/18	12
03/10/18	21	24/10/18	11
04/10/18	10	25/10/18	13
05/10/18	9	26/10/18	32
06/10/18	11	27/10/18	38
07/10/18	17	28/10/18	50
08/10/18	16	29/10/18	25

Entre os 21 tuites do dia 3/10 encontra-se a mensagem da imagem que segue.



O texto na forma opinativa faz alusão ao desmonte das riquezas nacionais como a ação real que está mascarada pelo discurso moralista e anticomunista. Indiretamente afirma que não é a burguesia brasileira que ficará com essas riquezas, visto que ficará apenas com as miçangas. Arrochar - apertar, espremer, depauperar - o trabalhar em casa - quer dizer serviços domésticos, ou na lojinha - trabalhadores do comércio mau pagos e com horas de trabalho superiores às 8 horas. Essas relações e jogos de sentidos permitem entrever que há um outro ator nessa história, o verdadeiro agente que domina o rumo da política eleitoral.

Seguida do texto há uma charge, Jesus Cristo pichando um muro, com os dizeres de que ele, Cristo, foi torturado até a morte, por isso recomenda ele não. O transeunte, de terno e com a bíblia na mão, afirma ser Cristo comunista. É um campo simbólico profundo, porque mexe com as religiões e as seitas. Mexe com outra leitura da história, e assemelha Cristo aos militantes dos movimentos sociais.

Nesta mesma data, 3/10, a mensagem: “Os principais assessores de Bolsonaro são militares, muitos da sobra do porão da ditadura. Riocentro é a jogada deles”(Viomundo, no Twitter, 3/10), mostra o debate acirrado que se travava nos últimos momentos da campanha. São afirmações fortes, comprovadas durante a campanha e na formação do governo, visto que a maior parte dos ministérios está em mãos militares.

Do ponto de vista jornalístico, poderíamos identificar essas mensagens a editoriais ou a artigos de opinião, mas são mais pertinentes ao campo do embate político, cujas afirmações escapam às provas ou por evidências já constatadas ou por formulações metafóricas que buscam mobilizar o imaginário como arsenal dialógico.

No dia 28/10, 50 postagens preenchem as horas do dia. Os tuítes começam às 5h34 do dia das eleições e vão até às 23h18. São 18 horas ininterruptas de publicações. O tom é de apelo, de afirmação de posições, de denúncias e de acusações.

Uma das mensagens é um bom exemplo de como o Viomundo se posiciona em relação à mídia tradicional. A Rede Globo é indicada como ter favorecido os discursos anti-petista e incriminada por defender o mercado em detrimento do estado. Mas, a mensagem que segue imputa responsabilidade aos ‘barões da mídia’, ou seja, barões são aristocratas, arraigados ao poder graças à bajulação na corte.

“O Brasil é vítima de barões da mídia vis e corruptos. Eles conduzem um país mergulhado na desinformação, na omissão e na descontextualização. Estão entre os maiores culpados pelo nosso atraso.” (Página do Viomundo no Twitter, 28/10/2018).

Talvez, daqui a 50 anos, teremos novos pedidos de desculpas dos donos dos meios de comunicação, por terem patrocinado grande parte da farsa política que gerou a eleição do atual presidente. Quem viver verá.

Esse é o tom do jornalismo engajado praticado pelo Viomundo.

Brasis, Democratize, Énois, Farofafá, Think Olga, Volt Data Lab e Vozes das Periferias

Os arranjos Brasis, Democratize, Énois (<https://enoisconteudo.com.br/>), Farofafá (<https://farofafa.cartacapital.com.br/>), Think Olga (<https://thinkolga.com/>), Volt Data Lab (<https://www.voltdata.info/>) e Vozes das Periferias (<http://vozesdasperiferias.com/>)

fizeram parte, como os demais, da primeira fase da pesquisa. Todos eles, por meio de seus responsáveis/representantes participaram de entrevistas e/ou grupos de discussão, e deram seus depoimentos para aquela etapa da investigação. Os relatos e perfis constam do relatório de pesquisa (Figaro, 2018a).

Por ocasião da coleta de dados da segunda fase da pesquisa, período de 1 a 8 e de 22 a 29 de 2018, não houve publicações e/ou atualizações nos respectivos sites (coleta realizada pelo software NVivo). Desse modo, não há dados sobre a produção comunicacional desses novos arranjos nesse período.

Nas redes sociais Facebook e Twitter (coleta realizada com o *software* Netlytic) o comportamento deles também foi particular. Os arranjos Brasis e Farofafá não publicaram no período em nenhuma das duas redes. Democratize só publicou no Facebook; Think Olga publicou no Facebook e um tuíte no primeiro período de coleta; Vozes da Periferia publicou uma mensagem no Facebook em cada período da coleta. É Nóis publicou nas duas redes em ambos os períodos.

Arranjo	Facebook 1º turno	Facebook 2º turno	Twitter 1º turno	Twitter 2º turno
Brasis	0	0	0	0
Democratize	4	29	0	0
Énois	14	16	11	5
Farofafá	0	0	0	0
Think Olga	17	1	1	0
Volt Data Lab	8	4	8	3
Vozes da Periferia	1	1	0	0

Fonte: Banco de dados da Pesquisa/CPCT

Os arranjos Brasis e Democratize encerraram suas atividades. Não conseguimos até 21/07/2020, localiza-los por meio dos buscadores do Google, bem como em nosso último encontro já havia a intenção de encerramento das atividades.

Analizamos as publicações postadas no Facebook e no Twitter daqueles que mantiveram produção e buscaremos elementos para compreendermos o porquê os sites não tiveram publicação no período.

Democratize no Facebook

2018-10-08 13:25:57	E-Democratize	Eleições 2018 Em São Paulo Fernando Haddad e Manuela d'Ávila comemoram ida ao segundo turno. Foto: Gustavo Oliveira
2018-10-01 12:47:12	E-Democratize	A Democratize acompanhou no último sábado, dia 29/09 as manifestações das Mulheres Contra Bolsonaro, #Elenão #Elenunca nas capitais , Paulista , Belo Horizonte e Porto Alegre. Confirmam as imagens de Gabriel Soares (POA), Gustavo Oliveira (SP), Reinaldo Meneguim (SP), Wesley Passos (SP) e a colaboração de Manoel Marques (BH), especial para a Democratize. "Poxa, foi um momento sensacional, lindo. Desses que fazem a gente acreditar sim que podemos fazer a diferença. Deu a real importância da mulher e da nossa força. Penso que todas as mulheres que estiveram nas manifestações de ontem Brasil afora saíram mais fortes e unidas. E que não vão nos calar mais." Graciela Lopes - BH.

Fonte: Página do Democratize no Facebook, 2018.

Na primeira coleta, o Democratize publicou dois posts próprios. Ambos tratam da campanha eleitoral. O tom é de cobertura da campanha de Fernando Haddad. Essa linha editorial se mantém no material da segunda coleta. São 12 notas de autoria do Democratize em que a cobertura da campanha se faz por dentro, sempre em oposição ao candidato Bolsonaro e a seus seguidores.

É Nóis nas redes sociais e nos sites parceiros

É Nóis, agência de jornalismo, defende um jornalismo diverso e representativo, não houve publicação no site, mas publicou, naquele período, uma matéria no jornal Valor, em 26/10/2018, *O que pensam os eleitores da periferia de SP* (<http://twixar.me/9DDm>), e outra no The Intercept Brasil: *Nós, mulheres ne-*

gras, podemos decidir essa eleição. Vocês precisam nos convencer, publicada em 12/10/2018, (<http://twixar.me/JDDm>).

Como uma entidade que busca praticar e ensinar jornalismo para jovens da periferia, o arranjo tem apoio de vários parceiros, entre eles, veículos de comunicação como Valor, Folha de S.Paulo, UOL, The Intercept Brasil, entre outros, inclusive, parceiros como a Revista AzMina, que faz parte dos novos arranjos alternativos e independentes do trabalho do jornalista. Fundado em 2009 por duas jornalistas, recebeu prêmios e destaques inclusive do Banco Mundial e da Folha de S.Paulo. A partir de 2014, iniciam a escola de jornalismo para jovens. Essa iniciativa afirma ter formado mais de 300 jovens e produzido cerca de 50 reportagens publicadas em veículos parceiros. Tem, portanto, um perfil bem diferente da maioria dos arranjos analisados. É uma organização social que por meio do jornalismo forma jovens e discute temas da periferia. As responsáveis pelo ÉNóis têm muito destaque e em 2018, Nina Weingrill tornou-se fellow do ICFJ (International Center For Journalists).

As duas matérias encontradas no primeiro e segundo período da coleta foram publicadas respectivamente no site do The Intercept Brasil e no site do Jornal Valor, fim de semana. Ambas as reportagens tratam de temas relacionados às eleições: “O que pensam os eleitores da periferia” busca em suas fontes o relato da motivação do voto do primeiro turno e o do segundo turno. A reportagem traz um mapa da região Sul de São Paulo (Capela do Socorro e Piraporinha) com os resultados do primeiro turno e a intenção de voto para o segundo turno. É expressiva a votação do candidato Bolsonaro e a questão que se coloca é por que a população carente da periferia vota na extrema direita? A reportagem publicada no The Intercept Brasil, sobre o potencial de voto das mulheres negras da periferia, mostra as opiniões de mulheres com relação à política e o voto.

As matérias têm um conjunto expressivo de depoentes, fotos, mapas e realiza com qualidade o distanciamento referencial do jornalista na composição da reportagem. A circulação das matérias em primeira mão em sites de dois veículos de comunicação de prestígio modaliza as formas de circulação desse trabalho bem como o processo editorial. A matéria publicada no The Intercept Brasil tem como foto o ato #elenão realizado em S.Paulo, ainda no primeiro turno das eleições. É bom lembrar que essa manifestação foi o ponto alto do engajamento feminino na campanha contra Bolsonaro. Já a matéria publicada no Valor traz

os depoimentos de eleitores da periferia depois da vitória de Bolsonaro, como forma de tentar entender porque a periferia votou por ele.

Énois no Facebook

Foram 14 postagens, sendo 7 de autoria do arranjo, as demais são comentários, seguidores e seguidos. O dia 1/10 teve três posts, maior registro do período. O teor das publicações é de autorreferencial. Tratam das atividades do próprio arranjo.

2018-10-01 11:40:49	Énois	#Seliga O #ChecaZap foi listado pela publicação RioOnWatch.org [em inglês] como um projeto altamente inovador em checagem de fatos:) Quer saber mais ou conferir as informações checadas? Acesse bit.ly/checazap
2018-10-01 16:25:09	Énois	#JornalismoNaEscola A nossa oficina de jornalismo para professores e educadores tá com inscrições abertas pra Belém, Rio de Janeiro, Florianópolis e São Paulo! Se inscreva para entender como é feito o jornalismo, da pauta à distribuição, e como construir projetos pra aplicar nas suas aulas. https://goo.gl/CCyoRg
2018-10-01 16:56:57	Énois	No último sábado (29/09) rolou mais uma oficina de jornalismo para professores e educadores aqui em São Paulo! A galera mergulhou no universo das checagens de informações e conheceu as ferramentas e metodologias pra aplicar o jornalismo em sala de aula. E ainda vão rolar encontros em Belém (27/10), Florianópolis (10/11), Rio de Janeiro (27/10) e São Paulo (24/11). Você pode se inscrever preenchendo nosso formulário de inscrição! O link tá lá na BIO @ Casa do Povo

A única referência às eleições está no post do dia 8/10, que comenta o resultado eleitoral e termina perguntando: “o que será do Brasil depois de tudo isso?”

No segundo período de coleta são 16 postagens no Facebook, sendo dez autorais. O dia de regime de publicação maior foi 29/10, com três notas. Todas elas autorreferenciais para atividades da escola de jornalismo e do projeto de checagem. No entanto, as notas que tematizam as eleições foram publicadas no dia 22/10 e 26/10, com a abertura #eleições2018. O tom é sempre distanciamento e de chamada de atenção por meio de perguntas.

“#Eleições2018 | Você sabe o que cada candidato está planejando pro Brasil? Será que eles tão olhando pra perifa, pra juventude, pra diversidade? Essa é uma ótima oportunidade pra ver o que Haddad e Bolsonaro propõe para o país.” (ÉNois, 22/10/2018)

Énois no Twitter

As postagens dos períodos de coleta foram 11 e cinco posts respectivamente. A tendência da página no Facebook se repete na conta do Twitter. Há chamadas para os cursos de formação em jornalismo em vários estados, além de notas sobre a atividade de checagem nos grupos de WhatsApp. Interessante, porque esse trabalho de checagem não está publicado no site no período da coleta de dados. No dia 3/10, há um post sobre o projeto ChecZap, que remete aos apoiadores:

“O #ChecaZap entrou em mais de 300 grupos de WhatsApp pra checar essas informações. Se liga no que a gente já apurou: <https://t.co/aFRFkopPgj> (Conta do Twitter ÉNois, 3/10/2018)”



Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/autor/checezap/>

O ChecZap foi um projeto de checagem de boatos no WhatsApp durante o primeiro turno das eleições no Brasil em 2018. As matérias sobre as checas foram publicadas no site do HUFFPOST empreendimento jornalístico do conglomerado de telecomunicações dos EUA, Verizon Communication Inc., proprietário da AOL e do Yahoo.

Podemos dizer que as reportagens e as postagens nas redes sociais do ÉNóis confirmam a fase inicial da pesquisa em que o arranjo se apresenta como uma organização de formação de jovens, por meio de projetos de comunicação, especialmente, jornalismo. É intrigante o largo interesse de fundações e empresas na formação de jovens da periferia como trabalhadores e consumidores de ideais liberais. É um investimento certo para a difusão de valores entre as camadas pobres.

Think Olga (<https://thinkolga.com/>)

Não publicou nada em seu site nos períodos de coleta. O arranjo também não participou da fase de entrevista e grupo de discussão. Ele consta da amostra, porque na fase de mapeamento dos arranjos em São Paulo foi identificado por sua produção caracterizar-se por ter pelo menos um marcador jornalístico e dizer-se alternativo e/ou independente. Foi categorizado como produtor de “conteúdo voltado para as questões femininas, mulheres negras, inclusive as jovens, com teor militante ou cultural” (Figaro, 2018a). Atualmente, continua em atividade no mesmo espectro editorial. Enuncia sua missão da seguinte forma: “Sensibilizar a sociedade sobre questões de gênero e suas intersecções e educar e instrumentalizar pessoas dispostas a serem agentes de mudança na vida das mulheres.” (acesso em 21/07/2020).

A coleta identificou nos dois períodos 17 postagens no Facebook e apenas um tuíte. No entanto, 16 postagens são de seguidores, comentários ou de seguidos. O arranjo só publicou um post na primeira coleta e um post na segunda coleta do Facebook.

No dia 5/10, o único post traz a seguinte mensagem:

“Estamos na reta final de um momento importante para a democracia do nosso país! A poucos dias das eleições, é fundamental pensar em como eleger candidatas e candidatos que representem a diversidade da nossa população e que lutem por nossos direitos. Produzimos o Especial Olga: Política pensando em levantar pautas e sugestões mais esperanças do que os cenários hostis que nos ameaçam. Sigamos juntas para seguir. Saiba mais acessando: <http://bit.ly/2'IJObs>” (Think Olga, página Facebook, 5/10/2018)

O link disponível no post leva a uma cartilha: “Mulheres na política”, com conteúdo informativo sobre as formas de participação e a baixa representatividade feminina nos cargos do legislativo e do executivo. Tem uma abordagem histórica citando desde as lutas sufragistas. Muito ilustrado, de fácil leitura é assinado por um conjunto de entidades de diferentes perfis: da BBC, passando por Nós, mulheres da periferia, até o site do Tribunal Superior Eleitoral. No entanto, não o encontramos no site do Think Olga e também não identificamos a data de sua produção.

No Twitter, Think Olga também só tem uma postagem e é idêntica à realizada no Facebook, com o mesmo link para a cartilha sobre Mulheres na Política.

Embora, com baixa produção nas redes sociais, Think Olga prestou um serviço impar ao esclarecimento do voto e da participação política.

Volt Data Lab (<https://www.voltdata.info/>)

Volt Data Lab também não fez atualizações no site nos períodos de coleta. Na página do Facebook e na conta do Twitter vemos que a tendência das postagens é a mesma. Notas sobre atividades do arranjo, publicações de trabalhos realizados em parcerias: análise de dados, projetos e eventos. Destacamos, abaixo, um post da página do Facebook do dia 3/10.

“Com moderação do Sérgio Spagnuolo, a Simone Cunha, coordenadora da Énois, Vitor Conceição, um dos fundadores do Meio e a Carolina Oms, uma das fundadoras da Revista AzMina vão discutir sobre modelos de negócios sustentáveis para o jornalismo no Brasil. Saiba mais em: <https://bit.ly/2zC46HN>”

Sérgio Spagnuolo é um dos responsáveis pelo Volt Data Lab e gerador de vários projetos de comunicação. É uma agência de negócios de comunicação e jornalismo de ‘inovação’.

Outra publicação, no dia 6/10/2018, mostra a atuação do Volt Data Lab no jornalismo:

Com análises do Volt Data Lab, saiu hoje no UOL o especial sobre eleições e votos inválidos produzido pela Eder Content. Veja como os votos nulos, brancos e abstenções se distribuem e entenda quem são os eleitores que decidiram não

votar em ninguém: <https://www.uol/eleicoes/especiais/votar-nulo-anular-voto-em-branco-eleicoes-2018-.htm#eleicoes#eleicoes2018#votonulo#votobranco>. (Volt Data Lab, Facebook, 6/10/2018)

A mesma tendência de postagens se encontra no Twitter. São mensagens relativas à atividade do arranjo em várias frentes, todas vinculadas à análise de dados e publicações.

Nesse sentido, confirma-se o perfil inicial de uma agência de negócios de jornalismo e dados.

Vozes das Periferias (<http://vozesdasperiferias.com/>)

Vozes de Vila Prudente é uma iniciativa local que passa a publicar um jornal impresso, voltado aos comerciantes locais e a temas da comunidade. Tem o apoio da Brazil Foundation, organização não-governamental dos EUA com participação de brasileiros.

A iniciativa cresce e passa a outros bairros periféricos, daí a mudança do nome para Vozes das Periferias. No período de coleta o site do arranjo não fez atualizações. Apenas há uma publicação, em cada período, no Facebook.

A primeira mensagem, trata de divulgar a ação de formação de comunicadores para o “protagonismo social”, e incentiva a fazer doações.

#abracevozes e apoie as Oficinas de Comunicação nas comunidades da Vila Prudente, Brasilândia e Jardim Sinhá. O Vozes promove formação em comunicação aos moradores onde atua, para engajar novos comunicadores e incentivar o protagonismo social. Abrace o Vozes você também. Faça sua doação! <https://abraceobrasil.org/pt-br/projetos/vozescoletivodecomunicacao/> (Vozes, no Facebook, 1/10/2018)

Pelo visto, o protagonismo social, não tem a ver com participação política e esclarecimento sobre a relevância das eleições.

No próximo post, segunda coleta, 25/10/2018, a mensagem trata de um anúncio da missão do Vozes, no sentido de contar histórias dos moradores, para isso precisa da contribuição e convida ao abracevozes, por meio de doações cuja assinatura final é da #brazilfoundation°

#abracevozes e apoie pessoas como a Dona Domingas, moradora do jardim Sinhá, a contarem suas histórias através do Vozes das Periferias. Acesse o link bit.ly/abracevozes e faça sua contribuição para que a comunicação comunitária alcance nossas periferias! #abraceobrazil #brazilfoundation (Vozes, no Facebook, 25/10/2018).

Dessa forma, temos que a autodeclaração de veículo de comunicação que dá voz à periferia está conformado ao que o discurso hegemônico permite pensar e atuar à periferia. Com certeza, tipos de organizações internacionais e mesmo nacionais com finalidades semelhantes não têm muito de transformadoras das condições precárias de vida das populações. A periferia é um instrumento político e um negócio: o negócio da benevolência.

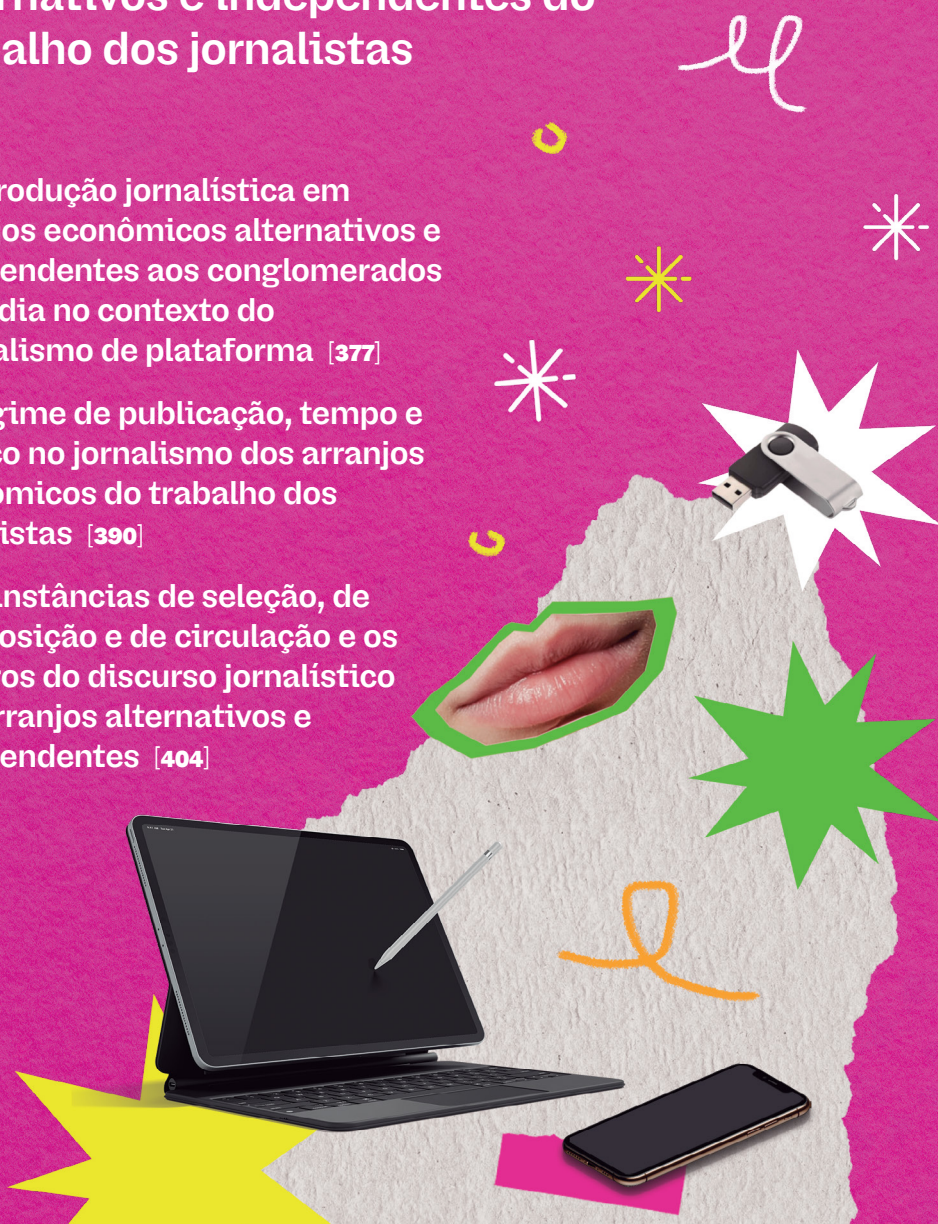
Capítulo III

Resultados da análise da produção jornalística dos novos arranjos alternativos e independentes do trabalho dos jornalistas

1. A produção jornalística em arranjos econômicos alternativos e independentes aos conglomerados de mídia no contexto do capitalismo de plataforma [377]

2. Regime de publicação, tempo e espaço no jornalismo dos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas [390]

3. As instâncias de seleção, de composição e de circulação e os gêneros do discurso jornalístico dos arranjos alternativos e independentes [404]



1. A produção jornalística em arranjos econômicos alternativos e independentes aos conglomerados de mídia no contexto do capitalismo de plataforma

Escrevemos este relatório em um momento ímpar de nossa história: a pandemia pela Covid-19 impôs uma série de procedimentos para a proteção social que desvela uma realidade cruel no que diz respeito à desigualdade econômica, social e política.

Fizemos uma pesquisa sobre as condições de trabalhadores da comunicação em situação de afastamento social (Figaro, et. al.,2020). Os resultados mostram que, além do estresse, dos riscos de doença, há aprofundamento da precariedade das condições de trabalho. Faltam equipamentos adequados para o *home office*. A casa e as condições da família não acolhem adequadamente horas seguidas de trabalho, aumento extensivo e intensivo da jornada de trabalho, corte de salários e perda de trabalho.

Mas, o que esse período de afastamento social tem mostrado vai além do medo do contágio abrange a insegurança com relação às políticas públicas de proteção sanitária, o medo da perda do emprego, a insegurança generalizada, o excesso de horas extenuantes de trabalho e a precarização. A conjunção desses fatores são o sintoma de que o futuro próximo não voltará a ser como antes e nos coloca desafios enormes no que diz respeito ao trabalho de milhares de profissionais. É esse olhar que adensamos aos estudos que temos realizado há quatro anos sobre o aparecimento de novos arranjos para o trabalho de jornalistas.

Denominamos de novos arranjos (Figaro, 2018a), porque eles são organizações ainda instáveis, um setor em mudanças muito frequentes e aceleradas. São arranjos porque em sua fragilidade econômica e organizacional se colocam como independentes e/ou alternativos aos grandes conglomerados de mídias. São arranjos para trabalhar, para buscar formas alternativas de ganhar a vida, fazendo algo em que se acredita e em que se pode investir o tempo, a inteligência, a saúde, já que as grandes corporações têm fechado vagas e imposto regimes de trabalho a pequenas equipes multifuncionais ou multiplataformas - e não há espaço para todos e todas.

Arranjos jornalísticos porque há profissionais sonhadores(as) que não se conformam em produzir jornalismo sem compromisso com a democracia e a cidadania. Para muitos dos organizadores desses arranjos, o jornalismo ainda é uma forma de discurso da racionalidade que ajuda a compreender o melhor caminho para a vida das pessoas. Mesmo que o *Mercado de Notícias*⁴⁶ (peça de Ben Jonson, de 1625, *The staple of news*) seja um tema antigo, ainda há uma chama incandescente nas inteligências daqueles que creem na possibilidade de uma vida melhor para todos e todas.

No entanto, são impressionantes a capacidade e a eficácia de o sistema econômico expropriar a relação capital/trabalho/informação (Dantas, 2012). Essa afirmação está baseada na complexa transformação da base sociotécnica que temos presenciado nas últimas décadas, e como a apropriação desses meios técnicos pelo capital tem ocasionado o aprofundamento da concentração de renda, o desmantelamento das democracias, a desorganização do mundo do trabalho, tornando-nos ainda mais vulneráveis aos ventos das crises cíclicas (cada vez mais rápidas e intensas) do capitalismo.

Se a máquina a vapor foi a chave para o desenvolvimento da grande indústria, sobretudo, lastreada no trilho do trem e depois no automóvel, as tecnologias digitais e a internet reconfiguraram essa indústria para torná-la a indústria dos meios de comunicação.

Na indústria da informação, a relação tempo/espaço está no centro das disputas da reestruturação produtiva contemporânea. Pois, essa relação tempo espacial é um dos componentes da organização da vida social e, desse modo, da organização econômica. A vida no campo nos séculos XVII e XVIII foi se confrontando com a vida nas cidades porque os tempos e os espaços se organizaram de maneira diferentes. O trabalho, conformado pelo relógio, substituiu o tempo/espaço das estações do ano e do amanhecer e anoitecer. Hoje, o relógio tradicional não faz muito sentido, visto que estamos conectados, produzindo dados, o tempo todo. O globo terrestre não é mais pensado por suas distâncias, estamos todos muito próximos. Os satélites, as ondas eletromagnéticas, as conexões a cabo, estão na base da organização da nossa vida nas cidades e em todos os lugares; são o que nos permite o trabalho na comunicação.

⁴⁶ Documentário a partir da peça homônima de Bem Jonson (1625), realizado pelo cineasta Jorge Furtado. Mias detalhes do projeto em: <http://www.omercadodenoticias.com.br/> Acesso em 22/07/2020.

Essa aproximação de tempo e espaço, formando um cronotopo próprio com narrativa que poderia nos revelar formas mais solidárias de vida, tem, na verdade, criado a presentificação e a exigência da disponibilidade completa e permanente. As narrativas hegemônicas exigem personagens felizes e ajustados (Casaqui, 2020) a determinadas habilidades e competências, cujos pressupostos são o ‘eu empreendedor de si mesmo’, o individualismo, o cumprimento da meta que nunca para de ser alterada e expandida. Esse tipo de expropriação da subjetividade nos leva à barbárie.

Conquanto haja a maravilha da proximidade e da possibilidade de conexão com os mais diferentes dos acervos da humanidade e das identidades mais longínquas, o que a forma de apropriação dessas tecnologias tem resultado é exatamente no contrário: a banalização dos relacionamentos, intolerância e polarização. A concentração de riquezas se dá pela captação e controle dos dados das pessoas (Morozov, 2020). Por isso, falamos da virada informacional do capitalismo. A informação valoriza o capital. Ao elaborar esses produtos materiais (alimentação, vestimentas, automóveis, equipamentos etc.) e toda a sorte de serviços e de bens culturais (saúde, educação, entretenimento, jornalismo, teatro, música, literatura etc.) produzimos ao mesmo tempo informação. Dados, que são captados e organizados para a venda, a oferta no mercado: da política, do consumo, da medicina, da educação, dos bancos, dos financistas etc. Os dados são a matéria prima para tudo funcionar (Morozov, 2020, Couldry, Mejias, 2018; Slee, 2017; Huws, 2020).

Assim como Taylor viu no corpo do trabalhador a fonte de regulação do tempo e do espaço para o aumento da produtividade e, daí extração de maior valor do trabalho, também a reestruturação produtiva dos tempos contemporâneos vê nos corpos e mentes a fonte para o aumento da produtividade e da lucratividade. Por isso, o entregador de refeições do *Ifood* não é um simples transportador de comida ou de qualquer outro produto. Ele ou ela é um produtor de dados e não é pago por isso (Abílio, 2020; Figaro, 2021). Ou seja, as pessoas em atividade são a mina de dados⁴⁷ de onde se extrai o ouro do século XXI.

⁴⁷ Já tratamos desse tema na introdução desse relatório e em outros artigos, mas é fundamental estudar as obras de autores que tem se aprofundado nesse estudo: Úrsula Huws, Shoshana Zuboff, Jose Van Dijck, Mejias e Coudry, C. Fuchs, Antonio Casilli, Tom Slee, e muitos outros).

É muito válida a expressão extrativismo de dados, também usada por Morozov (2020), para explicar a ação das empresas de plataforma em prol de seus dividendos.

[...] não seria inapropriado descrever a lógica que impulsiona o desenvolvimento desses setores como um ‘extrativismo de dados’ – em um paralelo direto com o extrativismo de recursos naturais que mantém as atividades de empresas de energia e dos produtores de *commodities* em todo o mundo. (p. 165)

Morozov analisa que o extrativismo de dados trata os ‘usuários’ como um estoque de informação. É preciso fazer com que ele aceite compartilhar suas informações de maneira espontânea ou involuntária, visto que só assim se obtém lucro. Essas informações são relevantes para a venda no mercado publicitário e, sobretudo, para o aprendizado de máquina, o que gerará ainda mais dados, e que se chama de inteligência artificial.

O aprendizado de máquina requer um outro tipo de trabalho, aquele que executa atividades fragmentadas que dão suporte ao funcionamento dos algoritmos. O usuário pode ser esse trabalhador – trabalho de usuário – cuja atividade de reconhecimento (como o *Captcha*⁴⁸, por exemplo) faz a máquina aprender. No entanto, para usarmos o conceito clássico de trabalho nos reportamos aos milhões de trabalhadores no mundo que desempenham micro tarefas de identificação e reconhecimento para o aprendizado de máquina, como na Amazon Mechanical Turk⁴⁹, empresa que explora a força de trabalho a preços e condições lamentáveis para o montante de riqueza acumulada. Eles/elas também são chamados de trabalhadores do clique. Os humanos passam a assistentes da máquina, como nos explica Casilli (2019).

48 O CAPTCHA funciona porque os computadores são capazes de criar uma imagem distorcida e processar uma resposta, mas não são capazes de ler ou de resolver o problema do mesmo modo que um ser humano faz para passar no teste. (Disponível em Suporte do Google, acesso 22/07/2020)

49 “Para cada tarefa automatizada com o uso de inteligências artificiais (IA) é preciso de bancos de dados robustos e, em alguns casos, bastante treinamento humano. Ensinar um algoritmo a diferenciar um cachorro de um gato, por exemplo, pode demandar algumas horas de trabalho humano classificando cada uma dessas fotos. Parte desse treinamento pode ser contratado por empresas e pesquisadores em plataformas como o Amazon Mechanical Turk, também conhecido como MTurk.” (Alessandro Feitora Jr, MTurk: quem são e o que fazem os brasileiros que estão na plataforma de “bicos” da Amazon⁹ CizModo, Brasil, 2020. Disponível em <https://gizmodo.uol.com.br/amazon-mechanical-turk-plataforma-bicos-ia/>)

L'implication humaine est nécessaire autant pour des raisons techniques que commerciales. Les intelligences artificielles, on le verra, se basent largement sur des procédés d'apprentissage automatique que l'on appelle 'supervisé': les machines apprennent à interpréter les informations et à réaliser des actions au fil des interactions avec l'accompagnement de 'professeurs' humains. (p.54)

Desse modo, a onda do trabalho digital, ou do trabalho mediado pela infraestrutura das empresas de plataformas (Srnicek, 2018), quer seja a atividade do usuário, quer seja a do trabalhador do clique, ou, como no caso dos jornalistas, cuja atividade necessita dessa infraestrutura para ser produzida e circulada, veio para ficar e será necessário repactuar formas de regulação que possam proteger usuários e trabalhadores.

É o caso dos trabalhadores da comunicação, especificamente, os/as jornalistas, cujo tipo de atividade é produzir informação - jornalística - fundamental para fazer mover esse moinho de dinheiro. Diferente do usuário de internet ou de outro meio digital, diferente também do trabalhador do clique, 'professeur de la machine', os/as jornalistas produzem informações de dois tipos, aquelas que os demais produzem a partir de seus dados captados pelos sistemas, e aquelas informações jornalísticas que já estão garimpadas, limpas, organizadas e prontas para o consumo. A lógica de captação de dados é cruel, porque tudo é captável e comercializável. O/A profissional entrega a notícia para o veículo que lhe paga o salário ou a hora trabalho como PJ, freelancer, microempreendedor, seja lá qual for o nome da precarização, mas essa mesma notícia é também produto captado pela empresa de plataforma (Google, Facebook, Microsoft...) no momento de sua produção. Essa informação já qualificada é apropriada pela plataforma, sem nenhum pagamento pela apropriação. A denominada e cantada 'inteligência coletiva' transformou-se em captação privada do conhecimento para construir um sistema de lucros. A comunicação é fundamental para a circulação do capital (Grohmann, 2020). Tanto é assim que, Google e Facebook adentram o mercado jornalístico via projetos de incentivo àqueles que servem como ponta de lança para os futuros negócios das empresas. Mais ainda, a produção e a circulação das informações são formatadas na escrita sistêmica (SEO) de palavras chaves e links que permitam a maior recuperação,

fluxo e monetização. As pautas jornalísticas da grande imprensa não fogem a essas lógicas de monetização.

O sistema das empresas de plataformas possibilita o trabalho dos novos arranjos. Antes, os jornais ou as revistas impressos, feitos de forma alternativa e independente, sempre existiram de maneira artesanal ou amadora. A infraestrutura cara e pesada não possibilitava a durabilidade desses veículos, bem como a ampla circulação. A internet e todos os demais recursos do digital – dos *softwares* às demais ferramentas – abriram um horizonte de perspectivas a aqueles que buscam uma alternativa de trabalho fora da empresa tradicional de comunicação. Há contradição entre a exploração já descrita e o potencial emancipador do desenvolvimento das forças produtivas, pois são enormes as perspectivas para tornar o trabalho e os bens advindos dele propriedades coletivas, no sentido da distribuição das riquezas que esse trabalho gera. Então, os arranjos do trabalho do jornalista são uma inspiração para o jornalismo, uma alternativa de trabalho, e, contraditoriamente, são fonte de ganhos para o sistema do capital; são formas de minorar o sofrimento e a falta de perspectivas de emprego para os/as profissionais, embora haja aumento da precarização e densificação do trabalho.

É esse o contexto desta pesquisa, em sua segunda fase, com apoio do CNPq.

O perfil que traçamos com 70 arranjos da Grande São Paulo, sistematizados em uma amostra de 30 participantes da pesquisa – entrevistas e grupos de discussão – mostrou que a maioria absoluta dos envolvidos é jornalista formado/a em curso superior, é jovem, muitos têm uma trajetória de experiências na grande empresa jornalística, outros nunca trabalharam em tais empresas. A maioria sustenta-se com duplos empregos, buscam recursos em assinaturas de leitores, doações, projetos para fundações e para o poder público. Poucos, muito poucos, conseguem viver do trabalho no arranjo jornalístico. Dedicam-se muitas horas a essas atividades e empenham o pouco que têm em equipamentos e recursos para viabilizar a produção jornalística. São exímios no uso de *softwares* e das linguagens híbridas para a produção de conteúdo escrito, audiovisual, sonoro, imagético, infográficos, memes, charges etc. São multiplataformas, do impresso, ao televisivo ao digital. Produzem *online* para sites, página no Facebook, conta no Twitter no Instagram, para o canal do Youtube. Muitos deles têm uma rede de colaboradores efetiva e geograficamente instalada no local onde o fato está

ocorrendo. Esses arranjos têm uma lógica própria de produção, no entanto, tal produção é limitada pelos recursos econômicos e de tempo de trabalho.

A maioria dos arranjos estudados (amostra de 30 deles) existem há alguns anos, uns vêm do início dos anos 2000 (Ciranda, CMI, Outras Palavras); os demais forjaram-se a partir de 2008/2015. Desse modo, em 2020, já contam com mais de cinco anos de existência e produção frequente. Instigam discussões sobre o jornalismo, sobre jornalismo e identidade, jornalismo local, de gênero, periférico, cultural, engajado, de profundidade, independente, alternativo, internacional, entre outros qualificativos e nichos.

Aspecto fundamental que compõe o quadro das conclusões da primeira fase da pesquisa, diz respeito aos processos de organização do trabalho. Mais ágeis, mais conectados, usando frequentemente aplicativos para a gestão das equipes de trabalho, os profissionais dos novos arranjos jornalísticos constroem métodos mais horizontalizados em suas relações de comunicação no trabalho. Tal horizontalidade das relações de comunicação potencializam a produção, o engajamento no arranjo e à causa do jornalismo ou a outras a ele vinculadas. Impressiona a capacidade que desenvolvem em gerir contatos, pautas, fontes, material de cobertura, responsabilidades por cada etapa do trabalho, bem como da segurança das fontes. Em qualquer lugar e em qualquer hora podem produzir seu material. Também articulam a agenda das publicações, os fluxos de rede, as *tags* e como tratar as pautas. Sobretudo, há grande discussão entre os pares para alinhar a abordagem dos conteúdos.

A primeira fase da pesquisa (Figaro, 2018a) mostrou a relevância desses arranjos jornalísticos e o potencial que têm em termos econômicos, viabilizando emprego e renda para jovens jornalistas que não encontram espaço na grande mídia; potencial de democratização dos meios de comunicação, pois ampliam o leque de opções para os cidadãos, visto trabalharem com temas e linhas editoriais que vão desde o jornalismo ativista ao jornalismo comunitário, passando pelo jornalismo com pautas culturais, de gênero e identidade, às pautas internacionais, políticas e ao jornalismo interpretativo de profundidade. Potencial ainda de democratização das relações de trabalho, via relações de comunicação mais horizontais dada pela propriedade coletiva do arranjo ou mais aberta, na qual o responsável institucional se coloca também como um trabalhador da informação. Esses aspectos positivos debatem-se com a fragilidade desses arranjos

em sua viabilidade financeira. Tal fragilidade é possível de ser superada se a apropriação do trabalho e dos dados desses profissionais for remunerada pelas empresas que captam esses dados, via o trabalho digital. Referimo-nos às empresas de plataforma. A regulamentação da atuação delas pode gerar fundos para bancar iniciativas do trabalho como essas dos arranjos jornalísticos. Políticas públicas nesse sentido precisam ser desenhadas, para viabilizar a sustentação da avalanche que estamos vivendo em termos de perda de postos de trabalho e enfraquecimento do desenvolvimento local de cidades e comunidades de países periféricos como o nosso.

Ao adentrarmos a segunda fase da pesquisa, para responder à questão: que tipo de jornalismo produzem esses arranjos do trabalho do jornalista?, ocupamos-nos da observação e análise da produção publicada nos respectivos *sites* e nas contas do Facebook e do Twitter. A decisão de fazer esse acompanhamento e análise da produção a partir do tema das eleições, sem dúvida um fato jornalístico por excelência, levou-nos ainda a delimitar um período para a coleta da produção. A decisão foi a de recolher a produção de 1 a 8 de outubro de 2018, primeiro turno das eleições; e de 22 a 29 de outubro de 2018, segundo turno das eleições. Como bem relatamos nos capítulos anteriores, esse material foi coletado, via dois *softwares*, NVivo e Netlytic (este último mais adequado para as redes Facebook e Twitter), e tratado para permitir as análises. Elaboramos planilhas das listagens das produções, fizemos levantamento das editoriais, palavras chave mais usadas nas matérias publicadas nos sites nos dois períodos e adentramos na formulação do ferramental teórico-metodológico para a construção das análises das matérias, conforme discutimos no Capítulo I deste relatório. Todo esse processo revela-nos a quantidade, o tipo e a qualidade do material jornalístico produzido.

Para comprovar nossa hipótese sobre a relevância da produção desses arranjos do trabalho do jornalista já destacamos a longevidade deles, ou seja, têm mais ou cerca de cinco anos de existência, congregam um conjunto de profissionais engajados na produção de conteúdo jornalístico para circulação e acesso de diferentes públicos. O volume de produção é mais um aspecto relevante na comprovação dessa hipótese.

Desse modo, os quadros que passamos a apresentar mostram a produção de cada um dos 30 arranjos estudados nos dois períodos de coleta, ou seja, de 1 a

8 de outubro de 2018; e de 22 a 29 de outubro de 2018. A produção diz respeito aos *sites* próprios de cada arranjo e às respectivas páginas no Facebook e contas no Twitter.

Quadro demonstrativo da produção de matérias nos sites

Arranjos	1.semana da coleta	2.semana da coleta
Agência Pública	17	11
AzMIna	3	4
B9	49	38
Brasis	0	0
Central 3	23	25
CMI	7	1
Ciranda	2	2
Democratize	0	0
Farofafá	0	0
É Nós	1	1
Envolverde	20	19
Jornalistas Livres	24	22
Justificando	37	32
Lado M	10	0
Mães de Peito	1	0
Mídia Ninja	12	32
Migramundo	4	3
Mobilize Brasil	5	16
Nexo	78	77
Nós, Mulheres da periferia	3	2
O Novelo	0	1
Opera Mundi	41	37
Outra Palavras	16	16
Periferia em Movimento	3	7
Pressenza	6	14
Sound Like US	0	1
Think Olga	0	0
Viomundo	36	34
Volt Data lab	0	0
Vozes da Periferia	0	0
Total do regime de publicação	398	395

Fonte: arquivo da pesquisa CPCT/2018

São matérias (notícias, reportagens, artigos, colunas, entrevistas, podcast, notas) publicadas nos dois períodos de coleta. Foram 398 produções na primeira coleta e 395 na segunda. Vê-se a regularidade e o regime de publicação mais ou menos constante, embora não possamos falar em periodicidade. Os arranjos “Brasis” e “Democratize” fecharam. (parecem parafrasear o que acontece no Brasil). Nada foi coletado deles nos sites. “Farofafá” não teve atividade no período nem nas redes sociais. Mas, mantém-se como blog na página da Carta Capital. “Vozes da Periferia” não teve atuação no site, e muito pouco nas redes sociais. Mas, passadas as eleições mantém-se ativo. Nossa hipótese é de que os compromissos com os apoiadores e com a comunidade local podem ter feito o arranjo optar por não publicar durante a campanha eleitoral. “Volt Data Lab”, com o perfil de agência comercial para conteúdo de marcas, também não publicou no site, mas teve atividade nas redes Facebook e Twitter; talvez a decisão de não publicar tenha a ver com os clientes e os embates da campanha.

A movimentação no Facebook e no Twitter foi expressiva. O regime de publicação de alguns arranjos é frenético. Cabe destacar que não foi objetivo da pesquisa acompanhar a recepção em termos de *likes* e comentários.

Quadro demonstrativo das postagens nos dois períodos de coleta no Facebook e no Twitter

	Facebook 1º semana de coleta		Facebook 2º semana de coleta		Twitter 1º semana de coleta		Twitter 2º semana de coleta	
	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais
Ag. Pública	462	27	324	32	31	31	44	44
B 9	557	50	351	48	180	180	233	233
Central 3	54	10	58	9	47	47	39	39
Ciranda	2	2	4	4	0	0	0	0
CMI SP	0	0	0	0	6	6	22	22
Democratize	4	2	29	12	0	0	0	0
Énois	14	7	16	10	11	11	5	5
Envolverde	17	16	19	16	0	0	0	0
Jornº Livres	11336	430	26091	973	463	463	1162	1162
Justificando	825	114	735	71	35	35	18	18
Mães Peito	40	7	47	5	24	24	5	5
Mídia Ninja	9352	344	30252	901	276	276	497	497

Migramundo	10	6	9	5	4	4	4	4
Mobilize BR	30	18	34	22	17	17	17	17
Nexo	1210	106	1324	106	150	150	123	123
Nós Mulheres	37	17	26	15	0	0	0	0
O Novelo	11	3	2	1	0	0	0	0
Opera Mundi	699	81	946	74	48	48	87	87
Outras Palavras	251	31	284	34	0	0	12	12
Periferia em Movimento	21	18	45	29	18	18	22	22
Pressenza	18	18	20	19	11	11	13	13
Rev. Azmina	81	6	28	5	21	21	45	45
Site LadoM	24	22	4	3	46	46	87	87
Soud Like Us	9	4	5	5	2	2	2	2
Think Olga	17	1	1	0	1	1	0	0
Viomundo	873	51	1031	76	101	101	208	208
Volt Data Lab	8	6	4	4	8	8	3	3
Vozes Periferia	1	1	1	1	0	0	0	0

Fonte: arquivo da pesquisa CPCT/2018

Os números mostram a movimentação expressiva do conjunto dos arranjos. Há uma quantidade de produção e circulação de informação qualificada de nicho social de relevância que interessa economicamente e politicamente. Desse modo, se tivessem condições de trabalho e de sustentação mais adequadas, a produção poderia aumentar e se estabilizar, prestando serviço ainda mais relevante para a comunidade. No aspecto que tange à democracia e à liberdade de expressão, mantendo independência e sendo alternativos, é significativa a contribuição que podem representar.

As características das mensagens nas respectivas páginas do Facebook e Twitter propiciam uma escrita mais rápida, sintética, permitindo que *hiperlinks*, *hashtags*, fotos, *banners* e audiovisual componham a produção mais dinâmica do que as matérias produzidas para os *sites*. Essa relação *site*, página no Facebook e no Twitter muda, a depender do arranjo. “Jornalistas Livres” e “Mídia Ninja” são arranjos que dialogam profundamente com a instantaneidade, o relacionamento e a presentificação dos temas a serem reportados nas redes sociais. É uma linguagem mais quente, mais veloz e os arranjos nasceram

dessas lógicas, nas manifestações políticas entre 2013 e 2015. “Nexo”, “Opera Mundi”, “Justificando” e “Viomundo” têm um regime de publicação mais estável no *site*; percebe-se organização no ritmo das publicações. No período de coleta, no Facebook e no Twitter, embora as produções sejam bem expressivas, as interações com outras publicações, comentários etc., no caso do Facebook, não são em grande volume.

“Agência Pública”, “B9” e “Outras Palavras” têm regularidade no *site* e atividade expressiva na página do Facebook e no Twitter. Outros arranjos que se aproximam em relação ao regime de publicação são “Central 3”, “Envolverde” e “Pressenza”, comportam-se com regularidade no *site* e nas redes sociais. “Lado M”, “Mães de Peito” “Revista AzMina”, “Nós, Mulheres da Periferia”, “Periferia em Movimento”, “Migramundo” e “Mobilize Brasil” tiveram baixo regime de publicação nos respectivos *sites*, e uma produção um pouco mais presente nas redes sociais. Esses arranjos caracterizam-se pela temática de gênero, de identidade e de causa. Têm entre seus fundadores jovens mulheres que dividem o trabalho no arranjo com outras atividades profissionais para sustentação (Figaro, 2018a).

O “Nexo”, que se estrutura como empresa jornalística de pequeno porte a considerar as condições de produção *online*, tem um regime de publicação sintonizado a partir do *site*, derivando em notas e chamadas nas redes Facebook e Twitter.

A “Agência Pública” atua como agência de jornalismo, mas também mantém atividades outras - formação - e o projeto de checagem “Truco”, que se manteve muito ativo durante as eleições, checando declarações de políticos. Esse trabalho também aparece no *site* e nas páginas das redes sociais.

“Central 3” é um arranjo especializado em podcast e manteve um regime de publicação com 23 e 25 produções respectivamente, na primeira e segunda coleta do *site*. As editorias são cultura, esporte e política. O acervo de programas é expressivo e está organizado à disposição do ouvinte.

Tal conjunto de produções jornalísticas e de conteúdos culturais são contribuição efetiva para a discussão de temas relevantes da atualidade, para a informação dos cidadãos, para a democratização e a diversificação dos meios de comunicação. É uma exigência da democracia que esses trabalhadores da comunicação sejam reconhecidos e tenham condições de manter seu sustento a partir desse

trabalho. O material que eles produzem está sendo apropriado pelo sistema de subtração dos dados para a operação das empresas de plataforma, tanto no que diz respeito à publicidade programática, quanto ao controle e sistematização de dados para fins políticos e de aprendizado de máquina e aperfeiçoamento do negócio dessas empresas. Portanto, nada mais justo do que exigir-se o pagamento por esses dados.

2. Regime de publicação e o cronotopo tempo e espaço no jornalismo dos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas

A grande quantidade de material coletado do trabalho jornalístico dos arranjos, no período de duas semanas de coleta: 1 a 8/10/2018 e depois de 22 a 29/10/2018, por meio dos softwares NVivo e Netlytic, nos fez adotar uma metodologia para o tratamento dos dados, conforme foi explicitado no capítulo I e aqui retomamos na forma de uma síntese.

Após a coleta, os dados foram transferidos para planilhas no Excel, foram limpos de marcas e códigos dos rastros de internet que, no momento, não são usados na pesquisa. As planilhas foram organizadas por arranjo e por site e respectiva página no Facebook e conta no Twitter, os quadros das páginas anteriores mostram a quantidade e a organização do material. Esse é o *corpus* que compõe o arquivo da pesquisa (sobre arquivo ver Cap. I)

A essas planilhas foram aplicadas as decisões de mapear o ritmo e a periodicidade das publicações e gerar gráficos que possam ilustrar esse montante, usar apoio do NVivo e de outros *softwares* para a contagem das palavras mais usadas nas matérias produzidas, e representação delas em nuvens de palavras e grades de hierarquização das quantidades em que apareceram. Também foi realizado o levantamento das editorias dos *sites* de todos os arranjos.

Adotados esses procedimentos, eles revelaram os seguintes aspectos (todos eles comentados um a um no Capítulo I): periodicidade não explica o ritmo de publicação; a noção de tempo e espaço tornam-se quase descartáveis, visto a cobertura *online*, a quebra da periodicidade, a possibilidade de uma mesma

pauta ser produzida tocando tempos e espaços diferentes para compor a mesma história, bem como o trabalho ser realizado sem referência a tempo e lugar, como nas redações virtuais (Marques, 2019). Essas características fizeram-nos propor a adoção dos conceitos de regime de publicação, dispositivo comunicacional e cronotopo.

De periodicidade para regime de publicação

Não há um ritmo definido de publicação; esse aspecto já havia nos chamado a atenção na primeira fase da pesquisa, e agora confirma-se com os dados consolidados. Essa constatação nos fez ver que o conceito de periodicidade, tão caro ao jornalismo, não se circunscreve ao que estamos habituados: diário, semanário, mensal; hora a hora; minuto a minuto. Não é dessa forma que o jornalismo funciona no *online*, sobretudo, os novos arranjos do trabalho do jornalista.

Por esse motivo, adotamos o conceito de regime de publicação para tentar nomear o processo de publicação desses arranjos. Sugerimos que esse conceito passe a ser adotado para identificar, analisar e discutir o ritmo de publicação no jornalismo *online*.

O conceito de regime de publicação foi adaptado de diferentes fontes: desde Roger Chartier (1999), em sua análise sobre “Ordem dos livros”, às referências que a ele se fazem para tratar dos processos de produção e publicação de artigos científicos, às referências de publicações oficiais, autorizando a circulação de editais na internet, entre outras referências como discutimos no Capítulo I. Desse modo, podemos definir regime de publicação como um conceito vinculado a tempo, velocidade, agilidade e relativo ao processo de produção e de publicação editorial concernente a determinado dispositivo comunicacional. Desta feita, periodicidade não recobre as produções e as formas de publicação permitidas pelas inovações tecnológicas. A dimensão de tempo e de espaço foram reconfiguradas, produzindo efeitos de sentidos de maior presentificação, simulação do presencial, simulação do diálogo, aceleração da noção de tempo; e deslocalização na medida em que o ‘lugar’ geográfico adquire outros sentidos.

Acoplada ao conceito de regime de publicação está necessariamente a noção de dispositivo comunicacional (Maingueneau, 2001; Figaro, Grohmann, 2017). Pois,

midium, situação de enunciação, situação de recepção e situação de circulação compõem uma totalidade e interferem no regime de publicação.

Outro conceito que retrabalhamos a partir do material coletado dos arranjos e por meio da observação do regime de publicação foi o de cronotopo. Mikhail Bakhtin (1992) propôs a aplicação da noção de cronotopo para estudar na literatura - Dostoiévsky e Goethe - como a temporalidade e a espacialidade formulam uma totalidade que compõe a narrativa, a trajetória do personagem, do herói. Ainda de maneira muito incipiente e modesta, queremos aplicar esse conceito para pensar as narrativas jornalísticas, quando tempo e espaço são retrabalhados em regime de publicação que pode ser atualizado constantemente, remetido ao presente por meio de *links* e *tags*, vídeos, outras matérias etc. Como exemplo, podemos citar o caso da cobertura das manifestações nos EUA em repúdio ao acontecido com George Floyd. Esse fato correu o mundo e suscitou inúmeras manifestações em protesto. Uma trajetória de injustiças contra os negros foi lembrada e recontada. O espaço da rua e o joelho do policial no corpo de Floyd trouxeram para hoje a dor e as injustiças da escravidão e do racismo estrutural, conectando países e continentes nessa memória da barbárie.

Desta feita, regime de publicação e cronotopo nos ajudam a caracterizar os processos envolvidos nas estratégias discursivas utilizadas para contar o evento jornalístico.

No Capítulo II, estudamos cada um dos arranjos em seus processos produtivos, aplicando as categorias analíticas já referidas. Passemos, então para uma análise mais comparativa entre os arranjos e assim poderemos tirar algumas conclusões.

Síntese das análises

O regime de publicação no site dos “Jornalistas Livres” mostra como foi a produção jornalística daquele arranjo nas duas semanas de coleta. Retomamos o gráfico para ilustrar o regime de publicação.

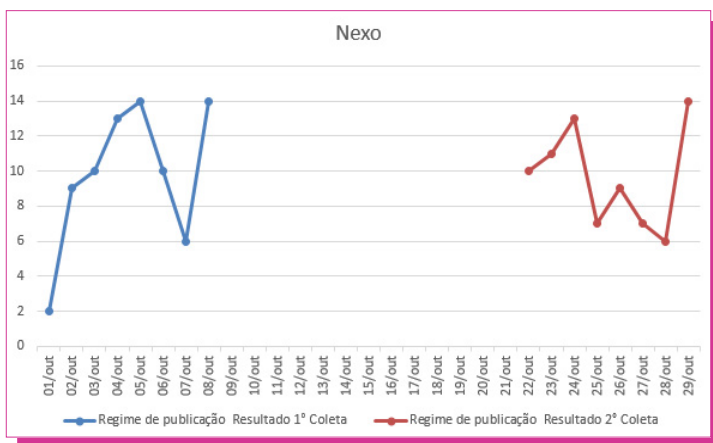


Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Jornalistas Livres no período da coleta.

Como se depreende do Gráfico, não há um intervalo fixo, certo para publicar. Há dias que temos uma publicação, mas há outros em que temos seis matérias publicadas. Há mesmo dia em que nada foi publicado. Essa inconstância abre o precedente para afirmarmos a não viabilidade do uso do termo periodicidade. Existem justificativas da ordem das condições de produção do arranjo que levam a esse ritmo específico. Eles são um conjunto de jornalistas que se colocam voluntariamente para trabalhar por um jornalismo de reportagem, em defesa dos direitos humanos e da democracia. A não regularidade não descaracteriza a produção como jornalística. O mídiun e a situação de produção e de circulação *online* permitem a existência desse regime de publicação.

Atentemos para outro exemplo. O arranjo “Nexo Jornal”. Podemos afirmar ser este arranjo o mais identificado com a organização de uma empresa jornalística tradicional. Há uma redação com cerca de 30 trabalhadores, há uma direção de redação e a diretora do jornal. Tem sede em endereço fixo, os trabalhadores são registrados conforme a legislação. Vemos no gráfico como o “Nexo” estabelece suas publicações. Note-se que não há número fixo de produções por dia. Há um fluxo variável de publicações.

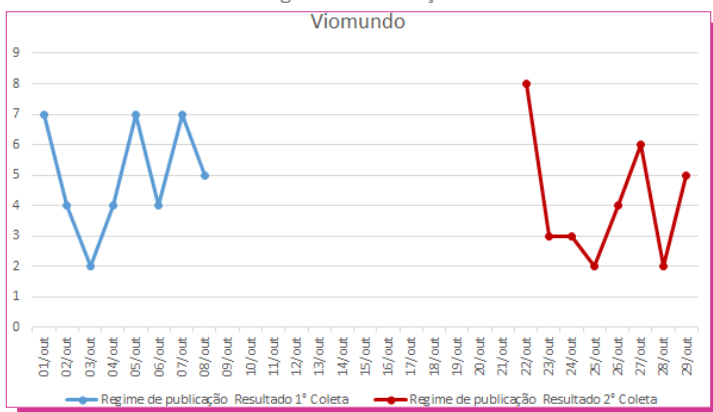
Gráfico regime de publicação Nexo Jornal



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Nexo Jornal no período da coleta.

Mais um exemplo pode ajudar a compreender melhor o que estamos aplicando como regime de publicação. Temos em seguida o gráfico das publicações do site “Viomundo”. Este é um arranjo liderado por um jornalista muito experiente, que ainda trabalha em outro veículo hegemônico, em São Paulo e juntamente com mais uma jornalista, baseada em outro estado, fundaram e produzem o jornalismo do “Viomundo”.

GRÁFICO 1 – Regime de Publicação do Viomundo



Fonte: Arquivo CPCT - o Regime de Publicação do site Viomundo no período da coleta.

O regime de publicação, no período de coleta, mostra-se relevante em termos de uma equipe com duas pessoas, mas é intermitente: há dias com oito publicações e outros com duas. Como tratar esse ciclo de periodicidade? Definitivamente, não comporta. Daí nossa opção por regime de publicação.

Com relação ao regime de publicação nas redes sociais, verificamos que também não podemos tratá-lo como periodicidade. Os quadros que seguem comparam o regime de publicação dos três arranjos acima citados no período da coleta de 01 a 08/10/2018 e de 22 a 29/10/2018.

Regime de publicação dos Jornalistas Livres, Nexo e Viomundo no Facebook

Facebook 1º turno 01/10 a 08/10	Jornº Livres	Nexo	Viomundo	Facebook 2º turno 22/10 a 29/10	Jornº Livres	Nexo	Viomundo
Post totais	11336	1210	873	Post totais	26091	1324	1031
Post autor	430	106	51	Post autor	973	106	76
01/10/18	45	14	13	22/10/18	92	14	16
02/10/18	60	13	6	23/10/18	99	15	10
03/10/18	48	13	5	24/10/18	106	12	8
04/10/18	58	14	4	25/10/18	110	15	8
05/10/18	58	15	8	26/10/18	163	16	10
06/10/18	77	13	6	27/10/18	212	11	5
07/10/18	60	11	4	28/10/18	148	10	7
08/10/18	24	13	5	29/10/18	43	13	12

Fonte: Arquivo pesquisa CPCT – regime de publicação Facebook.

No quadro do regime de publicação no Facebook dos três arranjos em análise, para exemplo, temos algumas questões interessantes. Em primeiro lugar, reafirmar a adoção do conceito de regime de publicação para tratar dos intervalos e ritmos de publicação também no Facebook; visto que é impossível falar de periodicidade nesse tipo de mídia. Em segundo lugar indicar que temos dois

regimes de publicação, um da função-autor, ou seja, do próprio arranjo (Jornalistas Livres, 430 e 973; Nexo, 106; Viomundo, 51 e 76) e o outro, das postagens de comentários, seguidores, seguidos etc., conforme a lógica de hiperlinks do Facebook. Essas interações mostram o fluxo de rede e os rastros das conexões de cada arranjo com seus leitores.

No Twitter, o regime de publicação também é intenso. Todos os três arranjos publicam em ritmos bastante acelerados e também ali se trata de observar o regime de publicação. Vejamos o ritmo de uma parte do dia de coleta dos Jornalistas Livres.

https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055492514206093312	2018-10-25 12:13:20	Um texto do caderno Ilustrada publicado na quinta (18) está repercutindo nas redes sociais nas últimas horas por <i>sugerir ação de bots (robôs) nos comentários da publicação da Folha no Twitter</i> . https://t.co/BfamTQYC9n
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055496451256713216	2018-10-25 12:28:58	AGORA: A vereadora Mariana Conti e Valério Arcary falam em atividade sobre democracia e eleições em evento promovido pelo DCE/Unicamp https://t.co/xOOMESBDgR
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055496952761081856	2018-10-25 12:30:58	Não adianta pedir desculpas daqui a 50 anos A defesa da democracia está no cerne do jornalismo https://t.co/2qkeVWgPrh
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055506478784802816	2018-10-25 13:08:49	Conheça a história de Aparecida das Dores Silva, de Livramento de Nossa Senhora (BA), e saiba como @Haddad_Fernando mudou sua vida como Ministro da Educação. Ela é a primeira de treze irmãos a ingressar no ensino superior. #HaddadÉEducação https://t.co/gRcug8tsow
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055510001178025984	2018-10-25 13:22:49	A dança que nos une nos fortalece por Caleidos Cia. de Dança https://t.co/aSDdubgPF
https://twitter.com/J_LIVRES/statuses/1055510441882017793	2018-10-25 13:24:34	Vamos introduzir uma agenda estratégica de transição ecológica que colocará as políticas ambientais, territoriais, regionais, produtivas, científicas e educacionais como aliadas e instrumentos para construir as bases para um Brasil do futuro mais próspero #HoraDaVirada

Fonte: Pesquisa CPCT regime publicação Twitter Jornalistas Livres

Esse pequeno quadro demonstra o ritmo de postagem no período coletado. Aqui apenas um exemplo do que já discutimos no Capítulo II. Entre essas mensagens há um intervalo médio de 14 minutos e cinco segundos. Mas, a diferença do ritmo entre as postagens vai de 38 minutos a 2 minutos. Ou seja, também aí se comprova o regime de publicação como o conceito mais adequado para registro dos intervalos de publicação.

O regime de publicação está diretamente vinculado ao dispositivo comunicacional. No jornal impresso, outro dispositivo, a periodicidade, pode ser aferida e acompanhada. Essa noção de intervalos determinados e estabelecidos para a produção *online* não são pertinentes. Os ‘fechamentos’ são descontinuados, intermitentes e constantes. Mesmo o termo – fechamento – cai em desuso. (Eram falas comuns entre profissionais da velha guarda: “fechar depois do Jornal Nacional”, “sexta-feira de ‘pescoção’ para fechamento da revista que circula no sábado”).

O regime de publicação também é determinado pelo tamanho das equipes, quantos são os parceiros que entram no processo de produção e circulação das informações. Depende de infraestrutura de *softwares*, de rede e de expertise nas diferentes linguagens que o *online* oportuniza utilizar. A produção de um *podcast* pode ser feita de um celular, mas se houver um estúdio e equipamentos adequados, ou próximos a isso, como vimos, por exemplo no arranjo Central 3, certamente a produção será em outro ritmo e com outra qualidade.

As condições de produção no Nexo Jornal, organizado como empresa jornalística, não são as mesmas de Jornalistas Livres, um arranjo coletivo, com trabalho voluntário, no qual toda a organização do trabalho é *online*, inclusive decisões de pauta, cobertura e publicação. O montante da produção e a qualidade dela também se expressa no envolvimento e na adesão de um número expressivo de profissionais à causa do jornalismo, comprometido em reportar acontecimentos por outras vozes que não àquelas hegemônicas. São organizações diferentes que requerem tipos específicos de “gestão” da atividade jornalística.

As condições de produção do discurso jornalístico no “Opera Mundi”, por exemplo, são bastante diferentes daquela da “Mídia Ninja”. Trabalham para colocar em circulação outras vozes, outras narrativas sobre o jogo do poder, mas articulam essa ação por meio de formas de organizações também específicas.

O perfil coletivista e ativista do “Mídia Ninja”, inclusive com perspectiva de formação cultural, tem um regime de publicação que destoa do “Opera Mundi” com sua equipe de jornalistas profissionais e estagiários, focados no jornalismo internacional.

As condições de produção em termos de equipe, projeto e ideal de jornalismo, recursos e linha editorial vão propiciar determinada maneira de tratar o tempo e o espaço no *online*. E esse modo de contar, condicionado por todas essas especificidades, traz em relevo o problema do tempo/espaço da matéria e de sua circulação.

O Cronotopo

Nossa apropriação do termo cronotopo pressupõe um deslocamento da literatura para o jornalismo. Baccega (1995) discute os aspectos que compõem o discurso da História e o discurso da Literatura. A autora trata desses domínios para nos fazer ver que os relatos de cada um deles bebe no seio da vida cotidiana: “no cotidiano que a história e a ficção buscam sua matéria prima” (p.85). É essa compreensão que nos faz pedir licença para o deslocamento do uso de cronotopo da literatura (ficção) para o jornalismo, como o domínio do cotidiano que vai abastecer o relato histórico. No domínio do jornalismo, tempo e espaço são (foram) fundamentais. Quando e onde são duas questões primevas a serem respondidas, ou foram. Isto porque, com o digital, o dispositivo comunicacional nos dá a resposta sem a necessidade de marcarmos o tempo e o espaço físico. O *online* nos coloca outra dimensão em que a simulação do aqui e do agora (duas categorias enunciativas fundamentais) está presentificada. É por essa lógica do dispositivo comunicacional que a narrativa jornalística passa a tratar o cotidiano.

O tuíte dos “Jornalistas Livres”, dia 25/10/2018, 12:30:58: “*Não adianta pedir desculpas daqui a 50 anos. A defesa da democracia está no cerne do jornalismo* <https://t.co/2qkeVWgPrh>”, pode nos servir de exemplo.

A frase de 119 caracteres faz uma relação interdiscursiva com o tipo de cobertura que a imprensa hegemônica fez das eleições de 2018, sobretudo com relação ao candidato do Partido dos Trabalhadores, e o golpe militar de 1964, com os apoios dados a esse feito pelo jornalismo de então. São dois tempos históricos, são duas realidades diferentes, mas a trajetória do personagem principal – Bra-

sil - é que está sendo contada. Também a trajetória de um tipo de jornalismo, que se autodeclara profissional, mas está sempre de ‘rabo preso’ com a classe dominante, para além de governos. Esse pequeno tuite traça uma trajetória entre João Goulart, resistência à ditadura e Dilma Rousseff. Passa por vários discursos, da História, do jornalismo, e da desculpa que, sobretudo, Rede Globo fez e, muito acanhadamente, a Folha de S. Paulo. Essa interdiscursividade traz elementos intertextuais de referência por meio do termo “daqui a 50 anos”, e por meio de links que permitem ao leitor acessar os textos originais.

Podemos discutir o cronotopo ainda em outro exemplo. Trata-se de uma notícia no “Nexo Jornal”, publicada em 29/10/2018, portanto, pós-eleitoral.

Título da matéria	Autoria	Gênero	Instância de seleção	Instância de composição	Instância de Circulação	Título das matérias
Este museu oferece visitas como tratamento de saúde	André Cabette Fábio	Notícia	Museu dará ingressos para médicos entregarem a seus pacientes, associando arte e saúde (saúde e arte)	Relatório de parlamento britânico + release de museu canadense	Foto de agência (Reuters) e links para os documentos que pautam a notícia; ao fim da matéria há link para outra matéria complementar	Há links para os temas abordados: “ciência e saúde”, “sociedade” e “cultura”. Não há tags, hashtags ou comentários

Fonte: Pesquisa CPCT, site do Nexo Jornal 29/10/2018.

É um texto que noticia para o leitor brasileiro a existência de um museu canadense que oferece aos médicos 50 ingressos anuais. Como se lê no quadro anterior, título, autoria, gênero, fonte, composição e circulação permitem uma leitura que transita do Museu no Canadá, ao relatório do parlamento britânico, a outras matérias relacionadas, além da relação arte e saúde, em um contexto brasileiro em que não temos infraestrutura para saúde de todos e muito menos acesso à arte para todos. O tempo e o lugar estão a serviço de um relato sobre como se trata as pessoas no Brasil. Essa notícia é notícia, porque aqui não temos sequer atendimento médico, quanto mais médico e museu. São os deslocamentos favorecidos pelos *links* que oportunizam esse tipo de relato.

No dia 5/10/2018, “Viomundo” publica a matéria que analisa resultado de pesquisa eleitoral pré-primeiro turno. O título, a autoria, o gênero, a fonte e

a composição do artigo mostram o efeito de sentido produzido pela relação da campanha de 2018 com a de 1985.

Título da matéria	Autoria	Gênero	Instância de seleção	Instância de composição	Instância de Circulação
Balanço das pesquisas: Bolsonaro ainda está longe de vencer em primeiro turno, mas surpresas acontecem — como em 1985, em São Paulo	Da Redação	Análise	Texto analisa os dados de pesquisa eleitoral Data Folha, sobre o primeiro turno.	Fonte: Poder 360º, Data Folha,	Há foto em preto e branco de Jânio Quadros acompanhada do slogan “varre, varre vassourinha”, o texto tem hiperlink para outro texto do veículo e uma retranca.

Fonte: Pesquisa CPCT, site do Viomundo 5/10/2018.

É a composição com *slogans*, *links* e foto da campanha de 1985, simulando que Bolsonaro seria um novo ‘Jânio Quadros’, um populista conservador, atabalhado que cai ao gosto do eleitor. As fontes são o DataFolha e o site Poder 360, de Fernando Rodrigues. À época as pesquisas indicavam vitória ao ‘príncipe da sociologia’ Fernando Henrique, mas foi Jânio quem ganhou. Não há traço histórico e nem conjuntural que permita fazer relação entre Jânio Quadros, em 1985, e Bolsonaro, em 2018, somente há aí os recursos intradiscursivos, ou seja, da própria mídia, e a dissimulação de certo desarme do discurso anti-bolsonarista. Afinal, Jânio mostrou-se bem mais inofensivo do que o propalado à época. No mais, o efeito de sentido de amenização da figura de Bolsonaro, pode ser relacionada com a figura de Jânio Quadros pelo estilo burlesco, desarrumado e simplório que também se relaciona à imagem criada para o então candidato a presidente. Assim, recorre-se à História e ao imaginário de um personagem para tratar de outro, em outro lugar (presidência e não prefeitura) e tempo. A banalização do mal.



Fonte: Viomundo, 5/10/2018.

Assim, o movimento dialógico dos discursos faz operar tempos e espaços que criam o ambiente do cronotopo narrando o acontecimento.

Retomando Amorim (2006, p. 103), que comenta Bakhtin, temos que o tempo marca em sua conexão com o espaço a transformação do homem (herói), dos fatos a serem narrados.

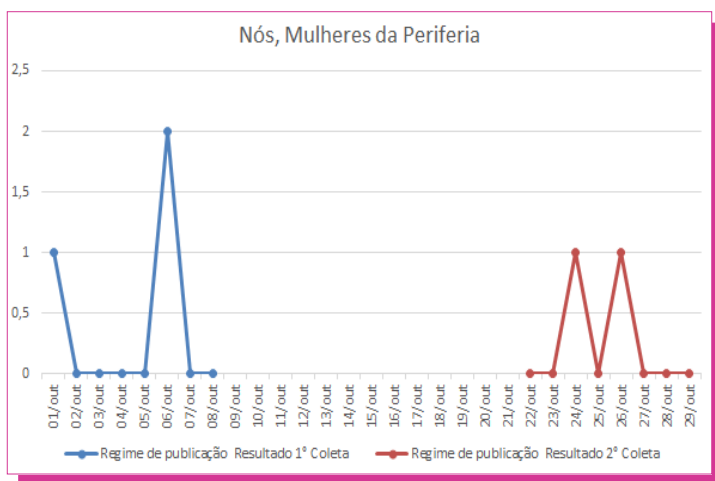
[Bakhtin] Parte, do tempo, para identificar o ponto em que este se articula com o espaço e forma com ele uma unidade. O tempo, [...] é a dimensão do movimento, da transformação[...]

A aceleração do tempo e a desespacialização, gerados pelo *online*, criam a sensação do eterno presente conectado. O jornalismo entra nessa dimensão pela porta do regime de publicação, as marcas de interrupção da periodização não

são mais necessárias, as informações são reportadas nesse fluxo constante de postagens, atualizações, republicações, *links* e circulação por meio de diferentes dispositivos. Assim, a narrativa vai se transformando à medida que sai do *site* e vai para a página do Facebook, depois para o Twitter, o Instagram *ad aeternum*.

Essa forma de narrar exige mais dos narradores jornalistas. Eles e elas estão conectados mais tempo. Se a equipe é pequena, essa condição será revelada na maior ou menor intermitência do regime de publicação e nas formas que se buscará construir para encontrar eixos de continuidade e presentificação da atuação do arranjo. As condições de produção ao atenderem a essas lógicas do dispositivo comunicacional podem levar à densificação do trabalho, ao aumento do ritmo e das horas trabalhadas. São aspectos que o produto jornalístico vai revelar.

Gráfico regime de publicação do arranjo Nós, mulheres da periferia



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Nós, Mulheres da Periferia no período da coleta.



Fonte: Nós, mulheres da periferia, página no Facebook, 8/10/2018.

Veja-se o regime de publicação do arranjo Nós, mulheres da periferia: são duas matérias em cada semana de coleta. As jovens jornalistas têm outro trabalho para manter seu sustento. As reuniões de pauta, a cobertura e a produção são realizadas nos espaços entre o emprego, o estudo e as atividades domésticas (Figaro, 2018a). As pautas são locais e abrem espaço para as vozes das mulheres das regiões pobres da cidade. A singularidade do fato reportado pela voz de uma mulher, conectada a aspectos particulares das eleições e aos universais dos direitos humanos. É o cotidiano de 'lutadoras' que se desvela no tempo/espaço relatado pelo Nós, mulheres da periferia. De certa forma, é a transformação dessas mulheres (heroínas?) que se conta no tempo/espaço criado pelo discurso.

3. As instâncias de seleção, de composição e de circulação e os gêneros do discurso jornalístico dos arranjos alternativos e independentes

No Capítulo 1, onde discutimos os aspectos teórico-metodológicos desta pesquisa, apresentamos, no item 3, uma trajetória de discussão sobre os critérios de noticiabilidade até decidirmos desenvolver nosso ferramental pela via de um outro caminho, o das instâncias de seleção, composição e circulação. Essa decisão foi tomada para darmos continuidade ao objetivo de, a partir do mundo do trabalho, compreendermos as condições de produção do produto jornalístico dos arranjos alternativos aos conglomerados de mídia.

Ao realizarmos a análise da produção de um a um dos arranjos no Capítulo 2, no qual estão identificados o regime de publicação, os temas, as instâncias e os gêneros jornalísticos, verificamos como as condições de produção – sobretudo infraestrutura, recursos financeiros e disponibilidade de tempo – incidem nas decisões do que será reportado, circulado e como isso será realizado.

Nos respectivos *sites* e páginas no Facebook e contas no Twitter, encontramos uma gama de atuação cujo regime de publicação já foi bastante discutido, e que revela particularidades da organização do trabalho de cada arranjo. As linhas editoriais são o norte geral que vão sendo concretizadas nos desafios de todos os dias fazer o arranjo permanecer, mostrar-se vivo e ativo. Sim dizemos vivo, porque nessa trajetória de três anos da pesquisa, alguns arranjos deixarem de publicar e/ou saíram do ar, como é o caso do “Brasis” e do “Democratize”.

As instâncias

A instância de seleção comporta a seleção do tema (assunto, pauta) e da fonte a partir dos quais se seleciona o acontecimento a ser reportado. A instância de composição é onde está o tratamento dado ao que se está reportando. Como se articulam as fontes, o texto, a foto, *links*, se há composição com linguagens híbridas, vídeos, *podcasts*, infográficos, charges, memes, *tags*. A instância de circulação é a tentativa de verificar quais estratégias o arranjo adota para fazer circular seu conteúdo. *Hiperlinks* com as redes sociais, compartilhamento por

hashtags, comentários, *likes* e todas as formas novas de conexão com parceiros por meio de republicação, retuïtes etc. Esse conjunto vai alinhar-se às características que nos permitem identificar gêneros.

Dessa forma, quando identificamos os elementos que compõem cada uma das instâncias, estamos operacionalizando uma maneira de analisar o processo produtivo da matéria publicada. Essa estratégia se mostrou mais objetiva do que a adoção de critérios de noticiabilidade, pois conforme já discutimos, tais critérios são adaptáveis e difusos, não permitindo cumprir o propósito da nossa pesquisa.

No exemplo que segue, classificamos a matéria publicada no dia 26/10/2018, pelo “Nós, mulheres da periferia”. Como se lê estão explicitados título, autoria, gênero, instância de seleção, instância de composição e instância de circulação. Cada um dos elementos foi identificado e com eles podemos ter mais evidente como se dá a abordagem jornalística do arranjo. Desse modo, no dia 26/10/2018, o “Nós, mulheres da periferia” mobilizou o trabalho de Semayat S. Oliveira para fazer a cobertura de um acontecimento no centro na cidade de São Paulo. Tratava-se de uma manifestação de evangélicos contra o então candidato à presidência, Jair Bolsonaro. A escolha deste tema, no conjunto de possibilidades de acontecimentos, tem de particular a relação com as populações trabalhadoras da periferia muito adeptas a esse tipo de organização religiosa. A singularidade do fato (Genro Filho, 2012) está resguardada quando as fontes escolhidas para a realização da matéria são as mulheres, cidadãs comuns e lideranças evangélicas que participam da manifestação e relatam seus motivos e propostas. São mulheres negras, evangélicas, periféricas, assim autodeclaradas, que defendem a democracia.

A instância de composição comporta a nota de abertura, texto escrito com as informações sobre o quê, quando, onde, quem do acontecimento. As fontes fazem seu relato no vídeo a que o leitor tem acesso por *link*. Há fotos e chamadas para outras matérias do arranjo. Na instância de circulação, foram identificadas *tags*: genocídio, paternidade, periferia e racismo, há indexação na temática Direitos. Há botões que remetem para um conjunto de outras páginas de redes na internet. Não identificamos comentários, há 67 curtidas na matéria.

Título da matéria	Autoria	Gênero	Instância de seleção	Instância de composição	Instância de Circulação
O amor vai vencer o ódio: evangélicas ocupam as ruas contra Bolsonaro	Semayat s. Oliveira	Notícia/ Vídeo reportagem	Mulheres evangélicas, protagonistas e anônimas	Um hiperlink externo. Leia mais ao final com sugestões de outras matérias do arranjo relacionadas ao tema e um vídeo que complementa a matéria trazendo mais depoimentos de manifestantes presentes no ato.	Sem comentários. Uso das tags: genocídio, paternidade, periferia e racismo. Uso da categoria temática Direitos como indexador interno do site. Botões para compartilhamento direto da matéria para Twitter, Pinterest, Tumblr, Google +, Facebook e há opção de curtir a matéria no próprio site via link do Facebook. A reportagem obteve 67 curtidas.

Fonte: Banco de dados do CPCT/ site Nós, mulheres da periferia, 2018.

O “Nós, mulheres da periferia” publicou no site, no período da coleta, quatro matérias, três reportagens e uma notícia. O tema da eleição é sempre contextualizado às demandas da periferia: a roda de samba, interesse das periferias nos programas dos candidatos, a manifestação de religiosas, as mulheres da periferia na manifestação #elenão.

No Facebook, o regime de publicação é mais intenso no período da coleta, foram 63 postagens. As fotos e os vídeos com as falas das mulheres são as formas privilegiadas de composição. A circulação é a própria disponível na plataforma e se relaciona com o *site* do arranjo.

Assim, os gêneros notícia e reportagem, em vídeo e/ou texto, têm como fonte privilegiada as mulheres, negras e periféricas. São jovens, senhoras, rostos comuns, sempre belos e dignos, com falas afirmativas e vigorosas.

As jornalistas fundadoras do “Nós, mulheres da periferia” cumprem assim o propósito de sua linha editorial, dentro dos limites que têm em termos de tempo para o trabalho jornalístico do arranjo e de recursos para financiá-lo.

Sobre o gênero notícia podemos dizer que ele tem se expandido, mostra-se com cronotopo cuja expressão tempo-espacial é outra. O *online* permite por meio de *hiperlinks* saltar dos elementos informativos básicos presentes em uma notícia para outras composições em diálogo direto com a notícia, ou mesmo extrapolando o tema e alargando a abordagem. É um recurso já bastante usado abrir o tema

com a notícia e juntar a ela um vídeo com a reportagem, ou um conjunto de fotos, à moda de um portfólio, ou mesmo áudio com a prova de determinada fonte. É um efeito de aspas em que outras informações corroboram o que foi noticiado.

Como afirma Giacomini Botta (2015, p.123) “os gêneros são estruturados em determinados formatos”. Os formatos estão diretamente vinculados aos tipos de suporte: impresso, televisivo, oral, *online*. Segundo Mikhail Bakhtin (1992), os gêneros são muitos, pois são enunciados mais estabilizados que se constituem em relação ao tema, aos interlocutores e aos seus objetivos. O autor trata de classificar os gêneros em primários (mais simples, vinculados à oralidade cotidiana) e os secundários (mais complexos, sobretudo, relativos ao escrito, a uma comunicação cultural, científica). Como salienta Bakhtin, essas duas categorias de gêneros do discurso se entrelaçam, pois o discurso secundário se atualiza nas relações sociais entre os falantes. Podemos tomar como exemplo, as conversas presenciais entre amigos, como sendo de um gênero primário que, transmutadas para o aplicativo WhatsApp, ou qualquer outro, sofrem alteração. Veja-se que o gênero primário sofre aí uma mudança dada pelo mídiu, pelo distanciamento, pela agilidade do gravado ou do escrito em sinais e simplificações da escrita. Houve uma alteração no gênero, uma imbricação que faz pensar o mídiu como simulador do presencial, mas também como um arquivo, registro gravado, texto, imagem e som, de documentos. Quando se trata do jornalismo *online* há semelhante alterações nos gêneros jornalísticos, sobretudo, naquelas que incidem nas formas vindas do impresso.

Corroborando a afirmação de Bakhtin, de que os gêneros do discurso refletem de maneira imediata, sensível e ágil a menor mudança na vida social (1992, p.285), as mudanças na vida social com a reestruturação produtiva, o trabalho digital *online* implicam em mudanças nos gêneros do jornalismo e no próprio jornalismo como um gênero do discurso. Assim, quando trabalhamos na análise da produção dos arranjos jornalísticos e identificamos as instâncias de seleção - tema e fontes, instância de composição e instância de circulação, estamos trabalhando para identificar os gêneros dos discursos. Mais uma vez, repetimos a produtividade do conceito de dispositivo comunicacional (Maingueneau, 2001, Figaro, Grohmann, 2017) como o conjunto dos elementos - mídiu, discurso, situação de enunciação, situação de recepção e situação de circulação - como muito relevante para entendermos o produto comunicacional.

De outra forma e perspectiva, mas reiterando a importância do dispositivo comunicacional, Charaudeau (2006) afirma que “Os gêneros de informação são, como já demonstramos, o resultado do entrecruzamento das características de um dispositivo, do grau de engajamento do sujeito que informa e do modo de organização discursivo que é escolhido” (p. 212). Assim sendo, no jornalismo *online* os gêneros tradicionais atualizam-se diante das características de um dispositivo comunicacional que simula a presentificação, a instantaneidade, a conexão horizontalizada e assíncrona, um regime de publicação e um cronotopo próprio. As instâncias de seleção, composição e circulação são elementos que permitem compreender essa movimentação entre os gêneros. Vejamos mais um dos nossos arranjos. Desta vez, analisamos a estratégia compositiva do “Mídia Ninja” para a notícia do dia 8/10/2018, “Mídia internacional alerta sobre o risco de Bolsonaro para o Brasil e América Latina.”

Título	Arranjo	Data	Gênero	Instância de seleção	Instância de composição	Instância de circulação
Mídia Internacional alerta sobre o risco de Bolsonaro para o Brasil e América Latina	Mídia Ninja	8/10/2018	Notícia	Eleição presidencial. Matéria a repercussão internacional sobre riscos da vitória de Bolsonaro	Links dos veículos de imprensa internacionais	Arte gráfica com os nomes de alguns dos veículos (33 ao todo). botões com opções de compartilhamento para sites de redes sociais, caixa de comentário do Facebook, arte com pedido de doação financeira

Fonte: Pesquisa CPCT/ site do Mídia Ninja, 08/10/2018.

A instância de seleção da matéria, comporta tema e fonte, e o “Mídia Ninja”, em sua cobertura engajada na campanha eleitoral contra Bolsonaro, publicou em forma de notícia, como repercussão, a preocupação da imprensa internacional com a possibilidade de vitória de Bolsonaro. A notícia foi publicada no dia 8/10, portanto já com o resultado do primeiro turno, e recorre à citação de 33 veículos internacionais que se manifestaram. A notícia, na instância de composição, além de citar os veículos, também coloca os *links* que remetem a eles, possibilitando assim ao leitor comprovar o que foi afirmado, navegando pelas páginas originais. Na instância da circulação, a matéria comporta botões que remetem às redes sociais e possibilita comentários e compartilhamentos. Ou seja, a notícia

extrapola suas características tradicionais de relatar um fato e dar a fonte dele, para permitir por meio dos *links* a intertextualidade para além da citação e da paráfrase, levando o leitor ao contexto do outro veículo de informação.

O post do “Mídia Ninja” no Twitter, em 1/10/2018, é quase uma brincadeira juvenil.

Além da *hashtag* e do trocadilho café com Boulos (candidato do PSOL à presidência) há as figurinhas da xícara de café e do bolo. Tudo isso para chamar o leitor (chamada) para ver o vídeo ali postado. A descontração é convidativa e vai da chamada de um evento, para comentá-lo e permitir que se adentre, por meio do *link*, para assisti-lo.

Data da postagem	Texto da mensagem	tipo	likes
2018-10-01 09:26:44	#AoVivo mais uma edição do Café com Boulos sobre voto útil e comenta o debate de ontem na RecordTV. Acompanhe e interaja!	vídeo	21

Fonte: Pesquisa CPCT, Twitter do Mídia Ninja, 1/10/2018.

Outro exemplo pode ser retirado do site do arranjo Mobilize Brasil. Este veículo discute as condições e as alternativas de mobilidade no país. No dia 3 de outubro de 2018, publicaram uma notícia, seguida de entrevista com o ciclista que cruzou a América do Sul - do Brasil ao Chile - de bike.

Título	Autoria	Gênero	Instância seleção	Instância composição	Instância circulação.
Paulistano chega a Valparaíso, no Chile. De bike	Marcos de Sousa	Notícia / entrevista	Um ciclista pedalou 1.930km entre o RS e o Pacífico	Entrevista com o personagem, o jornalista Diego Salgado / Google Maps	1 foto no banner da notícia do ciclista nos andes / 1 imagem do Google Maps no meio do texto

Fonte: Pesquisa CPCT, site do Mobilize Brasil, 3/10/2018.

Esta composição já é bem usada. Título, foto, legenda, notícia com as informações básicas, mapa do percurso (Google Maps) e a entrevista, com as falas do protagonista em cores destacadas. Os recursos do *online* permitem ampliar foto e ver o trajeto no mapa. De toda forma, o relato pessoal do ciclista destacado em cor de texto diferente do restante, permite ao leitor, a estratégia de ler

somente as falas do ciclista, como um depoimento da trajetória. Está aí outro exemplo de cronotopo, pois o caminho trilhado é o percurso em que tempo/ espaço são materializados na transfiguração do ciclista ao superar suas metas e conectar-se com as comunidades locais.

mobilize
Mobilidade Urbana Sustentável
brasil

MELHORADO PEL
Curte 34 mil Seguir

Notícias Estudos Estatísticas Fotos Vídeos Mapas Links Agenda Blogs Mobilize-se Campanhas

Paulistano chega a Valparaíso, no Chile. De bike

De Rio Grande (RS) à cidade chilena foram 1.930 km pedalados, via Uruguai e Argentina, pelos Andes, até Pacífico

Tamanho da fonte | Tamanho original | Comunicar Erro | Imprimir | Enviar por E-mail | Compartilhar | Curte 34 mil | Tweet

Notícias

Fonte: Mobilize Brasil | Autor: Marcos de Sousa | Publicado em: 03 de outubro de 2018

Diego na descida da Cordilheira dos Andes
enfoque: Foto: Diego Salgado

O jornalista Diego Salgado estava ontem (2) em Los Andes quando falou ao Mobilize. Ele chegou à cidade chilena na noite de segunda-feira, depois de descer 60 km pela estrada repleta de curvas e de caminhões na Cordilheira dos Andes, entre a Argentina e o Chile. "Em alguns pontos eu alcançava 45 km/h e seguia perigosamente ao lado dos caminhões, mas não queria reduzir para aproveitar o embalo da descida", explicou.

Hoje ele já atingiu seu objetivo e está em Valparaíso, a grande cidade portuária chilena, no Pacífico, depois de percorrer 1.930 km no pedal. O plano era andar 2.019 km, mas no caminho, por conta da neve e da proibição de circular com a bicicleta em alguns trechos, ele teve que recorrer a uma carona nos 180 km de subida da

Mais lidos

Do dia	Da semana	Do mês	Do ano
24.07	Políticas Públicas - Colocamos pessoas em 1º lugar, não carros, diz prefeito de Pontevedra		
24.07	Bicicleta - Prefeitura de Cascavel entrega bikes a veículos amovíveis		
16.04	Políticas Públicas - Quem tem direito a gratuidade no transporte? Como obter o benefício?		
20.05	Transporte Individual Motorizado - Onze aplicativos de carona solicitam para ganhar menos (e aliviar o trânsito)		
14.09	Pedestre - Custa muito construir uma calçada?		
18.12	Políticas Públicas - Cinco pontos para melhorar o transporte público no Brasil		

VER MAIS

Fonte: Site Mobilize Brasil, 3/10/2018

Já o site “Lado M”, fundado em 2014, afirma-se como: “um portal sobre empoderamento e protagonismo feminino.” Produz reportagens entre outros discursos para propagar o protagonismo feminino. Tem um regime de publicação bem irregular e no período de coleta da pesquisa houve apenas dois dias de publicações de resenhas críticas de livros e filmes. Uma das resenhas é a do filme *Cinco Graças*, da cineasta turca Deniz Gamze Ergüven^o Como está descrito nas instâncias de seleção e de composição, trata-se de um texto escrito sem maiores recursos para potencializar a leitura e conhecer o filme. Além da foto não há links. É uma composição bastante tradicional, bem próxima do texto impresso. A instância de circulação, mostra organização da seção em tags e as reações dos leitores por meio de emoji (claps).

Título	Autoria	Gênero	Instância seleção	Instância composição	Instância circulação.
O peso de ser mulher retratado em cinco graças	Graciela Paciência	Crítica de cinema	Não há fontes, além do filme.	Há uma foto do filme sem legenda. Não há links.	72 reações (claps). Não há comentários. As tags são: Cultura Lado M; Brasil; Filmes; Resenha; Críticas

Fonte: Pesquisa CPCT/ Lado M, 7/10/2018.

“Justificando”, como se lê no título, é um veículo voltado à comunidade de juristas. Teve um regime de publicação bastante intenso nos períodos de coleta, com a pauta voltada para as eleições para presidente. Majoritariamente, o arranjo publicou artigos de colaboradores. O gênero artigo foi trabalhado de forma bem adequada ao dispositivo comunicacional *online*. Como exemplo, podemos comentar o artigo de 22/10/2018.

O título já indica o estilo polêmica, visto o enunciado ser uma questão retórica. Muito bem estruturado, a base do argumento é o ordenamento jurídico do país confrontado às posições abertamente ilegais do candidato Bolsonaro: uso de *fake news*, fala sobre controle do STF. Essas escolhas têm na instância de composição elementos adequados à escrita *online*: foto montagem e 16 links internos - intertextualidade, e um *hiperlink* que remete a texto anterior do autor - intratextualidade. Na instância de circulação, usam-se botões para compartilhamento, mas não há espaço para comentários. O material também está organizado em *tags*.

Título	Autor	Gênero	Instância seleção/tema	Instância de seleção/fonte	Instância de composição	Instância de circulação.
Que tipo de jurista vota em Bolsonaro	Bruno Baghim	Artigo	Questiona como juristas podem votar em Bolsonaro, usando para isso o próprio ordenamento jurídico violado pelo candidato.	Posições públicas da campanha Bolsonaro (controle do STF, uso de fake news, intolerância a minorias)	Montagem sobre foto histórica de agentes nazistas, 16 links internos com conteúdos relacionados ao tema e há um hiperlink específico, no meio do texto, para artigo anterior do autor, algo que não é usado como forma de edição pelo arranjo.	Não há espaço para comentários, há compartilhamento para redes sociais (9,5K no Facebook), há várias tags

Fonte: Pesquisa CPCT, site Justificando, 22/10/2018.

A Agência “Envolverde” é um dos arranjos do núcleo 3 (Figaro, 2018a, p.48) que pratica jornalismo voltado à prestação de serviços. Produz pesquisas, conteúdos e trabalha com publicação de interesse a partir de releases de divulgação das organizações. No período da coleta, manteve um regime de publicação intermitente e as pautas não trataram diretamente das eleições, mas foram trabalhados temas durante a campanha e, muitos deles, foram temas combatidos pelo candidato vencedor. Um exemplo é a notícia: “IPCC alerta para a urgência de ações contra as mudanças do clima”. A escolha deste tema e a seleção das fontes, dando espaço a instituições como ONU e Greenpeace, oferece argumentos de autoridade para o alerta de risco à floresta. A instância de composição usa foto, mapa de satélite informando pontos de calor. A instância de circulação tem *tags* de organização da matéria, botões para se compartilhar nas redes sociais e comentários, inclusive resposta do editor à crítica recebida pela publicação da notícia. Dessa forma, a notícia é enriquecida com possibilidades de intertextualidade e de participação.

Título	Autoria	Gênero	Instância de seleção/tema	Instância de seleção/fonte	Instância de composição	Instância de circulação
IPCC alerta para a urgência de ações contra as Mudanças do Clima	Sem autoria	Notícia	Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) da ONU lança resultados de cenário estudado relativo às mudanças climáticas	Fonte: estrategista internacional de Florestas do Greenpeace, Paulo Adário.	Há uma foto ilustrativa no banner de destaque da notícia de um mapa de satélite da terra mostrando pontos de calor. / Não há links. / Há a referência à ODS 13 da ONU	há dois comentários - um comentário crítica o post original e o editor do site, Dal Marcondes, responde o comentário. / Tags: Biodiversidade, Clima, IPCC, ONU /Marcação ao final: Greenpeace/#Envolverde)

Fonte: Pesquisa CPCT/ site Envolverde 8/10/2018.

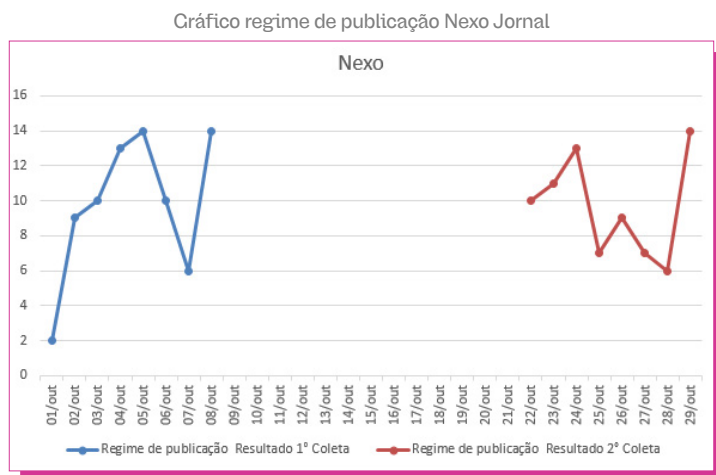


Fonte: Envolverde – 8/10/2018.

Cabe destacar ainda mais um exemplo na análise dos elementos de produção dos arranjos do trabalho do jornalista. Trata-se do “Nexo jornal”. Esta é uma empresa de pequeno porte que se organiza, como já destacamos em outros momentos, com uma estrutura bem próxima às empresas tradicionais de mídia. No entanto, promovem desde a sua fundação campanhas de assinaturas, entrega de *newsletters* semanal para cadastrados, informe especiais, como balanço semanal sobre a covid-19, e estão associados a projeto do *New York Times* sobre jornalismo digital. Desde a realização da entrevista com a diretora editorial do “Nexo”, em 2017, depois com a coleta do material produzido em 2018, o “Nexo jornal” consolidou-se como um veículo independente dos grandes conglomerados de mídia e afirma, segundo seu próprio enunciado: “produzir um jornalismo que contribua para um debate público qualificado e plural, e que seja capaz de fortalecer a democracia brasileira”. É um trabalho jornalístico voltado à análise e interpretação das informações, preza por um conjunto volumoso de oferta de dados, sobretudo em infográficos, e apresenta um leque bastante amplo e criativo de gêneros jornalístico no *online*: *podcast*, infográficos, vídeos, galeria de fotos, listas, *quiz*, *newsletter* entre outros (Giacomini Botta, 2015).

Como analisamos no Capítulo 2, no período da coleta da pesquisa, no site do “Nexo jornal” as chamadas não são separadas por editoria, mas a prevalente na *frontpage* é a Expresso, com 19 das 28 chamadas do dia analisado. As editorias, segundo o próprio *site*, são: Expresso, Explicado, Gráfico, Vídeo, Interativo, Entrevista, Serviço, Ensaio, Podcast, Estante, Especial, Externo, Acadêmico, Profissões, Léxico e Colunistas. No entanto, no site há chapéus com outras designações como Debate, Entrevista e Tribuna, para as chamadas, o que não permite identificar quais são as editorias do veículo ou se ele tem editorias fixas.” (Capítulo 2)

No material coletado, entre 1 e 8 de 2018 e 22 e 29 de 2018, o Nexo teve um regime de publicação com certa estabilidade, conforme mostra o gráfico.



Fonte: Arquivo CPCT, 2018. Regime de Publicação do site Nexo Jornal no período da coleta semana do primeiro turno e semana do segundo turno.

O regime de publicação mostra que, mesmo em um arranjo mais estabilizado, a produção não é tão grande. As condições de produção estão demarcadas entre funções e cargos no processo produtivo de um jornalismo feito essencialmente via os recursos disponibilizados pelo digital. Ou seja, sem reportagem, sem depoimento de fonte coletada presencialmente, sem cobertura de acontecimentos. O acompanhamento dos eventos é feito por meio da busca de informações em diferentes fontes e origens, sempre permitidas pelo disponível na internet.

Documentos oficiais, pesquisas acadêmicas, pesquisas de opinião, institutos de pesquisa, grande imprensa, imprensa internacional, enfim um mundo de fontes possíveis de serem verificadas e buscadas via internet.

A essa situação, de um jornalismo mais analítico e interpretativo, junta-se a criatividade em formatar gêneros que apresentem as matérias. O *podcast* “Durma com essa”, por exemplo, é bem criativo desde sua nomeação como também na apresentação objetiva e irônica.

Título	Autoria	Gênero	Instância de seleção/ tema	Instância de seleção/ fonte	Instância de composição	Instância de circulação
O dia seguinte à votação. E a ressaca eleitoral brasileira	Conrado Corsalette, José Orenstein e Olívia Fraga. Com colaboração de Laila Mouallem e Laura Cape-lhuchnik	Pdcast Durma com Essa	Podcast introduzido por lide que informa o leitor o pós eleitoral desde 1989. Áudio de 10min22	Cravações históricas dos candidatos e leitura de aspas em jornal imprenso: 1989, 1994,1998, 2002, 2010, 2014.	Introdução musical, abre as falas dos apresentadores; voz feminina e voz masculina. Em revezamento, apresentam a abertura do podcast, apresentação de falas históricas dos candidatos sobre as eleições, aspas de jornais impressos, mediados pelas falas dos apresentadores.	links para redes sociais, acesso aberto.

Fonte: Pesquisa CPCT/ site Nexo jornal 08/10/2018.

Como se pode constatar no quadro anterior, com autoria de Conrado Corsalette, José Orenstein e Olívia Braga, e com colaboradoras, o podcast “Durma com essa”, no pós primeiro turno, trata de forma bem original o resultado das urnas. Na instância de seleção tema e fontes são articulados na perspectiva histórica para dar lastro à análise da atualidade. Aqui também o recurso da interdiscursividade na composição dos tempos faz a narrativa das eleições ganhar outra dinâmica, o cronotopo é trabalhado com pertinência ao trazerem para a audição gravações históricas, leituras de jornais de época, tudo para contextualizar o processo eleitoral de 2018. A instância de composição é pertinente a um programa radiofônico, com música, vozes alternadas masculina e feminina, gravações históricas e leituras. Na circulação, reproduz-se o disponível no site, *links* para redes sociais e a possibilidade de assinatura do podcast nas bases do *iTunes*, *Spotify*, *Google* entre outros, expandindo a audiência.



Fonte: Pesquisa CPCT/ Site do Nexo jornal, 8/10/2018.

No segundo período de coleta, podemos destacar a matéria analítica sobre a presença feminina no congresso nacional pós-eleição. Sob o título: “A representatividade feminina depois das eleições de 2018”, a autora Juliana Domingos de Souza, produz uma notícia analítica com a seleção do tema representação feminina no congresso nacional e as fontes retiradas de jornais da grande imprensa, agências de notícia e documentos oficiais.

Título	Autoria	Gênero	Instância de seleção/tema	Instância de seleção/fontes	Instância de composição	Instância de circulação
A representatividade feminina depois das eleições de 2018	Juliana Domingos de Lima	Notícia analítica	Participação e percentual das mulheres eleitas no pleito (política)	Imprensa tradicional, agência de notícias governo e documentos oficiais. Entrevista com Beatriz Rodriguez Sanchez, USP, e Flávia Biroli, profa. UnB.	Foto de agência (senado) e destaques do texto (olhos)	Ao lado da matéria há link para o tema abordado: “política”. Não há tags, hashtags ou comentários

Fonte: Pesquisa CPCT/ site Nexo jornal, 29/10/2018.

Além dessas fontes secundárias, traz também uma entrevista com duas pesquisadoras acadêmicas. Ou seja, também trata do tema pela voz, da função-autor, feminina e duas outras fontes de autoridades acadêmicas femininas. A instância de composição traz foto de agência e destaque do próprio texto, sem maiores

criações. Na instância de circulação há *link* para a aba Política, mas não há *tags* ou comentários, apenas os *links* da página geral que remetem às redes sociais.

Também é importante salientar as inúmeras produções informativas na forma de infográficos. De fato, o site do “Nexo” não perde oportunidade de transformar em números ou esquemas os diferentes acontecimentos. Na eleição não foi diferente, tema, aliás, rico em proporcionar material para esse tipo de produção. No dia 29/10/2018, pós-eleitoral, Bolsonaro eleito, foram inúmeros os gráficos para mostrar os resultados e analisar como fica a representação política no Brasil.

Título	Autoria	Cênero	Instância de seleção/ tema/fonte	Instância de composição	Instância de circulação
Como o Brasil votou no segundo turno para presidente, em mapas	Rodolfo Almeida e Gabriel Zanlorenzi	Notícia - infográfico	Resultado das eleições; fonte TSE.	Texto do título e linha fina; imagens com mapas do Brasil ilustrados, gráficos com os dados em porcentagens.	Os gráficos e mapas não são interativos, não há tags, comentários, além dos rotineiros da homepage.

Fonte: Pesquisa CPCT/ site Nexo jornal, 29/10/2018.

A essa prática denominamos de notícia/infográfico, porque o tema e a fonte são as eleições e os mapas com os resultados eleitorais e a composição é toda ilustrada em mapas, gráficos e tabelas. É uma notícia aberta com a chamada e a linha fina e toda composta por esses elementos visuais. No entanto, não há possibilidade de interação com os mapas e gráficos. Na circulação, o leitor está limitado aos recursos gerais oferecidos pelo *site*.

O “Nexo jornal” é, entre os arranjos, o mais estabelecido e estabilizado, escolheu um nicho de atuação para a produção jornalística *online* toda ela produzida na redação, sem cobertura *in loco*, e com isso busca recursos em diversas fontes, bem como usa e abusa da fala e de artigos de especialistas, sobretudo, pesquisadores das universidades. Esse distanciamento do fato em si por uma opção de organização do negócio, reforça a ideia de distanciamento e transparência conforme afirmam no texto que trata da identidade do empreendimento.

O jornalismo dos novos arranjos do trabalho dos jornalistas

Para concluir este capítulo, queremos retomar o objetivo desta segunda fase da pesquisa, qual seja, conhecer o jornalismo produzido pelos novos arranjos e saber se este jornalismo tem compromisso com a cidadania, no sentido da clássica afirmação de que o jornalismo serve à democracia e as informações são fundamentais para os cidadãos.

O jornalismo bem como os conceitos de democracia e cidadania estão vinculados, ou pelo menos no discurso de autoafirmação do jornalismo, porque a ampliação do acesso às informações é um advento da modernidade burguesa. As cidades e o espaço público passam a fazer aparecer um sujeito que trata dos temas da sociedade para além de seus interesses privados. O voto, a estruturação dos partidos no parlamento colocam para um círculo social mais amplo os temas do poder, da economia e da gestão da cidade.

Habermas (2003) discute esse acontecimento da esfera pública burguesa como o máximo de visibilidade que a questão do poder adquire no sistema burguês.

A política ganha visibilidade e o voto é discutido na cena pública por meio das campanhas e da participação dos eleitores. Esse cenário favorece o aparecimento de um discurso capaz de fazer essa mediação entre o sujeito e o poder, este discurso é o jornalismo. Por diversas ancoragens de estudo, o século XIX, na França, tem grandes contribuições ao que entendemos por jornalismo (Kalifa, et. al., 2011), mesmo que marcado pela dubiedade opinião-informação, produção industrial-comercial.

Assim, o discurso jornalístico vai se ajustando e interferindo, ao mesmo tempo, na formação desse sujeito cidadão que, na cena pública, discute a política e o papel das instituições. A democracia liberal, como modelo de organização do poder de gestão e representação da sociedade, se fundamenta na representação por meio do voto. A configuração dos poderes é regida pela norma legal, lastreada na prática social e no jogo de forças entre as classes sociais.

É dessa hipótese que o jornalismo se oferece como o discurso da ilustração, da razão, da verdade para a regulação entre poder, vida pública e cotidiano. É o discurso que promete ser o olho do cidadão em defesa da coisa pública: o cão de

guarda. Toda essa fabulação concorre para tornar o jornalismo, no século XX, sobretudo depois dos anos de 1930, nos EUA, a instituição comercial/industrial a serviço da democracia liberal. Acontece, no entanto, que essa instituição jornalística convive com a contradição de ser um negócio de interesse privado e precisar ser um meio de informar amplamente o cidadão comum.

Nesse contexto, mesmo Karl Marx, em sua experiência na Gazeta Renana, vai, além de trabalhar no jornalismo, tratar da relevância desse discurso para denunciar as mazelas da exploração do capitalismo (Teixeira, 2019; Souza, 2019). No mundo todo o papel da imprensa sempre viveu essa contradição. Sobretudo nos séculos XIX e XX, pode-se falar na imprensa de oposição, imprensa anarquista, imprensa revolucionária, imprensa popular e alternativa, imprensa operária, imprensa sindical.

Assim, a disputa pela propriedade do discurso do jornalismo sempre está em pauta. Mesmo na atualidade essa disputa é enunciada de diferentes formas: jornalismo profissional, jornalismo em profundidade, investigativo, alternativo, independente entre outros qualificativos para identificar o papel de atores hegemônicos e não hegemônicos que atuam por meio do discurso jornalístico. Também estão presentes nessas disputas, os discursos formulados pelos novos arranjos do trabalho do jornalista.

Como discutimos na primeira fase da pesquisa (Figaro, 2018a), identificar pela autodeclaração o lugar que esses arranjos ocupam nas disputas sobre o discurso jornalístico e seu papel social foi a decisão que tomamos para podermos compreender a natureza desse fenômeno (não novo, mas atualizado pelo *online*) das organizações que nascem para fazer um jornalismo diferente daquele feito pelos grandes conglomerados de mídia.

Por meio do estudo das autodeclarações nos respectivos sites, bem como de entrevistas e grupos de discussão, chegamos a nuclear os 30 arranjos da amostra da pesquisa em seis grupos, cujas características dizem respeito aos marcadores jornalísticos⁵⁰ que encontramos nos sites e nas respectivas autodeclarações sobre a posição que ocupam em relação ao jornalismo *mainstream*; identificações que

⁵⁰ Marcadores jornalísticos são tomados na pesquisa como aqueles elementos (autodeclarados) identificadores de práticas, rotinas produtivas e gêneros jornalísticos. Exemplos: jornalismo independente, entrevista, reportagem, fonte, pauta, matéria jornalística, apuração, checagem, edição entre outros.

foram também comprovadas ou não pelos grupos de discussão: independentes, alternativos, inovadores, empreendedores.

Desta feita, a nucleação se caracteriza pela produção de jornalismo que se propõe a:

Núcleo 1-Alternativo/independente mais três categorias do fazer jornalístico

a) Subgrupo mais identificado com um jornalismo de novo tipo, nascido essencialmente das práticas do movimento social, das mobilizações populares; querem mostrar um outro ponto de vista sobre os acontecimentos. Apoiam-se numa prática que amplia as vozes presentes no discurso jornalístico.

b) Subgrupo mais identificado com a deontologia tradicional do jornalismo. Proclama-se jornalismo independente, com apuração aprofundada, desvinculado de interesses comerciais e políticos.

c) Subgrupo que ajusta sua prática jornalística aos interesses da periferia, das demandas locais e populares;

d) Subgrupo que se autodenomina de agência de jornalismo e dados.

e) Subgrupo que produz jornalismo a partir da perspectiva dos movimentos de mulheres e outras questões de gênero e voltado para as mulheres.

f) Subgrupo que se propõe a produzir um jornalismo para esclarecer acontecimentos internacionais a partir de perspectiva diferente da empresa jornalística tradicional.

Núcleo 2: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico, mais declaração de Alternativos/ Independentes.

a) Mídia contra hegemônica. Afirmam fazer um jornalismo contra hegemônico, crítico e democrático.

b) Jornalismo segmentado. Praticam um jornalismo ou a produção de conteúdo segmentado cultural e desportivo.

c) Produzem conteúdo voltado para as questões femininas, negras, inclusive as jovens, com aspecto militante ou cultural.

Núcleo 3: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/Sem outra identificação.

a) Conteúdo sobre temas da cidadania. Jornalismo voltado para prestar serviços a diferentes públicos, comprometidos de alguma maneira com os direitos humanos (em amplo leque de aspectos: jurídico, cidade, educação, migração etc.).

b) Conteúdo jornalístico cidades e mobilidade.

c) Jornalismo segmentado. Produção de conteúdo segmentado cultural e meio ambiente (sustentabilidade).

d) Jornalismo segmentado de gênero. Conteúdo cujo viés feminista trata do empoderamento (conceito mais vinculado a autoestima e desenvolvimento de competências).

Núcleo 4: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + empreendedores/ inovadores.

a) Jornalismo como empreendedorismo social.

b) Jornalismo como empreendedorismo empresarial.

Núcleo 5: Nenhum marcador jornalístico e nenhum qualificativo da instituição

Núcleo 6: Autodeclaração independente ou coletivo/nenhuma declaração de jornalismo

Essas seis categorias de nucleação abarcaram os 30 arranjos da amostra em estudo. Nesta segunda fase da pesquisa, percorrido todo o caminho para a análise do material produzido pelos arranjos, podemos afirmar que de fato, eles fazem

o que declaram em seus respectivos sites. Cabem, no entanto, alguns ajustes, realocando alguns dos arranjos em núcleos diferentes do inicialmente categorizados. Os gêneros são marcadores jornalísticos que orientam nossa análise, também as instâncias de seleção, composição e circulação foram fundamentais para entendermos como esses arranjos trabalham na composição do discurso jornalístico, na organização das matérias endereçadas a seus públicos.

Esse ferramental teórico-metodológico nos orientou ainda para observarmos as transformações do discurso jornalístico em suas formas compositivas, por exemplo, o regime de publicação fez-nos compreender que a periodicidade não nos revela quando publicam os arranjos. A relação tempo espaço alterada pelo *online* cria também interferências na narrativa jornalística que, por meio de vários recursos de *hiperlinks* e tratamento da imagem e do som, entre outros elementos, nos permite alçar voos para o uso do conceito de cronotopo.

Desse modo, no quadro que segue, temos a classificação dos arranjos por núcleo realizada na primeira fase da pesquisa em 2018.

Núcleo 1	Núcleo 2	Núcleo 3	Núcleo 4	Núcleo 5	Núcleo 6
Agência Pública	CMI,	Envolverde	B9,	O novo	Brasis
AzMina.	Ciranda,	Farofafá	É Nós		
Democratize	Central 3,	Justificando			
Jornalistas Livres	Nós mulheres da Periferia	Lado M,			
Mídia Ninja	Outras Palavras	Mães de Peito			
Nexo jornal	Sound Like Us	Migramundo			
Opera Mundi	Think Olga	Mobitize Brasil			
Periferia em Movimento					
Pressenza					
Viomundo					
Vozes das Periferias					
Volt Data Lab					

Fonte: Pesquisa CPCT, primeira fase, nucleação dos arranjos por autodeclaração. Figaro, 2018.

Esta segunda fase da pesquisa confirmou por meio da análise, desenvolvida nos capítulos II e III, que a maior parte dos arranjos jornalísticos alternativos e/ou independentes aos conglomerados de mídia mantém-se na nucleação

inicial. Ou seja, confirmamos pelo jornalismo produzido a autodeclaração dos respectivos veículos de comunicação da pesquisa.

No entanto, há exceções. “Brasis” e “Democratize” fecharam, assim, não temos como tratá-los. “Farofafá” não teve atividade no período estudado. Ficam categorizados conforme a primeira fase da pesquisa, pela autodeclaração. “O Novelo”, embora esteja fora do ar, a pequena produção do site e as postagens no Facebook e Twitter, no período da coleta, nos levam a mantê-lo no núcleo 5, ou seja, nenhum marcador jornalístico e nenhuma autodeclaração sobre a forma de organização do site. Já os arranjos “Sound Like Us” e “Think Olga” devem ser remanejados para o núcleo 3, porque têm marcador jornalístico, mas não têm identificação com alternativo, independente, coletivo, empreendedor. Ou seja, propõe-se a atuar com uso de gêneros jornalísticos em seus respectivos nichos, música e questões relativas à mulher e feminismo. Com relação ao site e ao trabalho de “AzMina”, pelo que pudemos analisar no período de coleta, a produção jornalística voltada ao feminismo é marcada pelo viés da militância feminista e, por isso, avaliamos ser mais adequado categorizar “AzMina” no núcleo 2, com marcadores jornalísticos e declaração de independente ou alternativo. As marcas discursivas da produção de “AzMina” no período da coleta mostram que produzem um jornalismo engajado. “Vozes das Periferias” também deve ser mudado de categoria. A falta de dados para a coleta, limitada a poucos posts auto declarativos no Facebook, e o que tem de trabalho no site nos levam a categorizá-los no núcleo 5, ou seja, sem marcador de organização e sem marcador jornalístico. Vozes da Periferia, embora se declare coletivo, seus atores trabalham com a performance de lideranças locais por região de São Paulo. Na aba quem somos, do respectivo *site*, há incongruências importantes sobre a identidade do arranjo. Abrem o texto se denominando como ‘coletivo’, mas ao listar a equipe de participantes colocam um dos fundadores na função de CEO. No Brasil, o movimento de coletivos, segundo a literatura, trata de forma mais horizontalizada a relação entre os participantes. A categoria CEO - Chief Executive Officer - não corresponde à estrutura e nem mesmo à tradicional orientação ideológica de coletivos. É muito estranho ler o termo CEO nesse tipo de *site*, com a atuação importante que tem na comunidade. Talvez esse título/função caiba mais à lógica da estrutura de Organizações não-governamentais com apoio de fundações estrangeiras, cujas identificações de responsabilidades favorecem a captação por meio de projetos. Finalmente, temos de também

recategorizar o “Volt Data Lab”. Esse arranjo passa do núcleo 1 para o núcleo 4, ou seja, é um empreendimento de agência que inclusive produz jornalismo. O núcleo 6 deixou de constar nesse quadro final, porque o site “Brasis”, ali categorizado, deixou de existir.

Reconfigurando a identificação dos arranjos do trabalho do jornalista segundo a produção nos respectivos sites e redes sociais.

Núcleo 1	Núcleo 2	Núcleo 3	Núcleo 4	Núcleo 5
Agência Pública	AzMina	Envolverde	B9	O novo
Jornalistas Livres	CMI	Justificando	É Nós	Vozes das Periferias
Mídia Ninja	Ciranda	Lado M	Volt Data Lab	
Nexo jornal	Central 3	Mães de Peito		
Opera Mundi	Nós mulheres da Periferia	Migramundo		
Periferia em Movimento	Outras Palavras	Mobilize Brasil		
Pressenza		Sound Like Us		
Viomundo		Think Olga		

Fonte: Pesquisa CPCT/ segunda fase, 2020.

Portanto, temos assim configurado o tratamento que demos ao material empírico da pesquisa, à análise desenvolvida e aos resultados a que chegamos. Por fim, cabem ainda algumas considerações sobre a organização do trabalho nos arranjos jornalísticos.

Para a análise da produção jornalística nos novos arranjos do trabalho foi desenvolvida uma metodologia que opera a estrutura compositiva do material discursivo, sem entrar na análise do discurso. Ao se analisar regime de publicação, gênero, instância de seleção – tema e fonte -, instância de composição e instância de circulação, buscamos entender como as escolhas feitas pelos profissionais, nas condições concretas que dispõem para o desempenho de seu trabalho, resultam no discurso jornalístico – em seu âmbito de domínio característico – e no que essas escolhas e práticas oferecem de novidade, de mutação, de hibridização de gêneros e formatos (GIACOMINI BOTTA, 2015).

A condição do trabalho em jornalismo *online*, sem dúvida, conforma uma série de demandas que se coloca para a prática jornalística cotidiana. A primeira

delas, como já anotamos em vários artigos, é a desestruturação de um modelo empresarial calcado no negócio da notícia, reconfigurando-o para algo que ainda está em transição, mas tem apontado para a maior concentração e oligopolização do negócio jornalístico, controle das informações e, sobretudo, controle do ferromental produtivo em um nível mais dramático do que aquele da impressora rotativa offset, podemos denominá-lo de plataformação do jornalismo.

Se os jornalistas dispõem de uma caixa de ferramentas (smartphone, acesso à internet, computador, alguns softwares de edição), como as possuía o artesão, diferem do artesão, porque ele conseguia produzir e transformar uma matéria em um produto (outra matéria) com o seu trabalho e suas ferramentas. Os jornalistas dos novos arranjos, sobretudo aqueles que não têm vínculo empregatício, portanto não são empregados⁵¹; não têm o mesmo poder do artesão. A caixa de ferramentas dos jornalistas só cumpre sua função se conectada a uma empresa de plataforma. São essas empresas que passarão (já estão) a controlar o trabalho dos profissionais da informação e a informação e suas lógicas de produção e circulação.

As redações virtuais são o passo definitivo para esse controle. Ana Flávia Marques (2019), em sua dissertação de mestrado, estudou as redações de quatro arranjos jornalísticos: Jornalistas Livres, Pressenza, Outras Palavras e Opera Mundi. Três deles mantêm sedes e interlocução presencial e a distância, redações híbridas. Jornalistas Livres têm a totalidade de seu processo produtivo na redação virtual. Assim estamos denominando redação virtual a condição da produção *online*, já conhecida e debatida, na qual o processo de organização da atividade de trabalho não é presencial e os instrumentos de produção são digitais, *softwares*, bancos de dados, sistemas de edição e transmissão.

Estamos entrando na fase de total virtualização do trabalho digital. Os Jornalistas Livres, o Nós, mulheres da periferia, o Viomundo, entre outros dos arranjos analisados, atuam com a redação virtual por vários motivos, entre eles o tipo de resistência que escolheram fazer frente ao jornalismo tradicional. Esses arranjos, formados por jornalistas militantes da área, praticam sua artesanaria graças aos dispositivos comunicacionais móveis e digitais conectados à internet. Atuam em comum com outros colegas e fazem toda a gestão do processo produtivo *online* via *softwares* e aplicativos disponíveis na internet.

⁵¹Sobre o assunto vale uma reflexão específica sobre como as empresas tradicionais de mídia tornaram-se dependentes das empresas de plataformas, desde os meios de produção, não só para circulação do produto.

A caixa de ferramentas que eles carregam, ao se conectar à internet, por meio das plataformas, tem um mundo de possibilidades inventivas, atualizando na prática o fazer jornalístico. No entanto, entregam seu trabalho primeiro para as empresas de plataformas.

Ao se analisar o processo de gestão da atividade de trabalho para a produção dos Jornalistas Livres, por exemplo, Marques (2019) mostrou como uma rede de trabalhadores conectados em diferentes locais do país e até no exterior (também o arranjo Pressenza) pode fazer jornalismo com muito pouco, mas com intensa atividade vinculada às fontes, na cobertura do acontecimento *in loco*. Este é o sangue novo do jornalismo. A mobilidade, a intensa ramificação e a capilaridade da cobertura. Mídia Ninja alçou seus melhores voos ao conseguir agregar voluntários que se vincularam ao arranjo para serem ninjas, os olhos da informação. Temos aí, novamente a história se apresentando, a vanguarda com profundo compromisso com as transformações sociais e humanistas, abrindo novas fronteiras, perspectivas de como é possível trabalhar e produzir para além dos interesses de acumulação de capital.

No entanto, essa experiência está sendo deslocada pelos donos das tecnologias para fins que aprofundam a precarização e a densificação do trabalho, a exploração do tempo e da vida dos trabalhadores.

Assim, as redações virtuais ou híbridas dos arranjos do trabalho de jornalistas são um campo de experimentações e de criatividade. Essas contribuições vão desde a gestão do trabalho, à distribuição e circulação do material produzido, bem como trazem novidades para os gêneros jornalísticos e no uso dos formatos. A maior contribuição destes arranjos, no entanto, é no âmbito das fontes e dos temas pautados. A diversidade de fontes: movimentos populares, cidadãos comuns, membros de associações, representantes e lideranças locais e culturais, partidos de oposição, intelectuais críticos constam das agendas dos jornalistas. As pautas também cobrem temas como a questão da moradia e o movimento dos sem teto; a questão da sustentabilidade abordada pelas comunidades afetadas pela exploração dos rios, das minas, das florestas. Mesmo os arranjos mais orientados por uma lógica empresarial, como Nexo jornal, Envolverde, Volt Data Lab entre outros, tratam as pautas por uma perspectiva progressista, democrática e voltada aos direitos dos cidadãos. O jornalismo do Nexo jornal - jornalismo *online*, redação híbrida - chama atenção por inovar em termos de

gêneros e formatos, embora o trabalho com as fontes seja muito pautado pela lógica da institucionalidade. Nesse quesito, a novidade é o amplo espaço que tem dado aos acadêmicos e pesquisadores das universidades.

Para concluir, cabe mais alguns apontamentos que faremos na seção seguinte.

Conclusão



A pesquisa “*As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas, em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*” teve início em 2016, com apoio da Fapesp. Em 2018, lançou o relatório dos resultados da análise da organização do trabalho e dos processos comunicacionais que viabilizam a realização da atividade jornalística e a sustentação do arranjo. Em 2017, obtivemos apoio do CNPq para estudar a produção jornalística desses arranjos. Denominamos este estudo de segunda fase de investigação dos arranjos de trabalho de jornalistas, sob o título: *Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. Foi realizada coletivamente pelos pesquisadores do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, CPCT, sob minha coordenação.

Desde os anos 2010, estudamos o trabalho do jornalista e temos acompanhado a crescente crise na indústria do jornalismo e, sobretudo, no que diz respeito às condições de trabalho do profissional e do produto jornalístico produzido. O livro de nossa autoria (com co-autores: Nonato e Grohmann), *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*, 2013, traz os desafios enfrentados por esses trabalhadores no exercício de sua profissão. Desde então, orientamos mestrados⁵² e doutorado⁵³, com pesquisas em torno do tema, além de acompanharmos outras pesquisas desenvolvidas no país.

Efeitos dessas crises, aparecem nos movimentos sociais de 2013. As manifestações colocaram na cena nacional um conjunto de iniciativas que buscavam informar a população sobre os acontecimentos efervescentes que levaram milhares de pessoas às ruas. Fomos acompanhando essas iniciativas e identificamos a presença de muitos jornalistas que se dedicavam a coletar, organizar e transmitir esses eventos, inclusive inovando nos formatos de edição e circulação. À época, chamou-nos atenção a experiência do Mídia Ninja e um de seus colaboradores, Bruno Torturra. Várias outras experiências foram nos chegando e alertando para um movimento de jornalistas pela busca de alternativas dentro do jornalismo, sem estar vinculado aos grandes conglomerados de mídias.

52 Crohmann, Rafael. Os Discursos dos Jornalistas Freelancers Sobre o Trabalho: comunicação, mediações e recepção. Mestrado, ECA-USP, São Paulo, 2012.

53 Lima, Claudia Nonato. Comunicação e Mundo do Trabalho do Jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação. Mestrado. ECA_USP, São Paulo, 2010. Lima, Claudia Nonato. Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Doutorado, ECA-USP, 2015.

Assim nasce o nosso problema de pesquisa: quem são esses jornalistas, como se organizam, que tipo de organização é essa, que tipo de jornalismo produzem?

A falta de informações e a dificuldade em classificar essas organizações nos fizeram trabalhar o termo “arranjos” como uma alternativa de organização econômica para o trabalho no jornalismo. Essa hipótese conceitual foi então estruturada no projeto de pesquisa. Trata-se, portanto de pesquisa exploratória no sentido em que Gil (2008) nos esclarece e ao qual nos reportamos como à abordagem metodológica que “permite explorar conceitos, técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que levem a apurar os resultados ameadados na investigação” (Figaro, 2018a, p.32).

Desde então, trabalhamos no planejamento da pesquisa em duas fases: a primeira fase, tratou do levantamento dos novos arranjos do trabalho do jornalista no Brasil. Identificamos⁵⁴ 170 organizações de mídias na internet em todas as regiões do País.



Banco de dados do CPCT/ 2016-2020

A partir desses dados, circunscrevemos a pesquisa à cidade de São Paulo. Essa delimitação conta com 70 iniciativas de trabalho nativas digitais. A esse universo

⁵⁴ Para um relato mais aprofundado sobre o método desse levantamento ver: Figaro (org.), 2018.

foram aplicados métodos de levantamento de informações para a composição de um banco de dados sobre a identidade da organização, seus fundadores, objetivos da linha editorial, além de outras informações. Esse banco de dados deu origem então à amostra à qual aplicamos uma série de filtros conceituais, por exemplo, marcadores jornalísticos, e identificação da linha editorial de jornalismo alternativo, independente, coletivo, empreendedor entre outros. Foram então, construídos, a partir desses elementos, todos na forma de auto-declaração, seis núcleos categoriais.

Núcleo 1: Alternativo/independente mais três categorias do fazer jornalístico.

Núcleo 2: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico, mais declaração de Alternativos / Independentes.

Núcleo 3: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação.

Núcleo 4: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + empreendedores/ inovadores.

Núcleo 5: Nenhum marcador jornalístico e nenhum qualificativo da instituição.

Núcleo 6: Autodeclaração independente ou coletivo/nenhuma declaração de jornalismo.

Ao situarmos os 70 arranjos em cada um desses núcleos, decidimos recortar uma amostra aleatória de 40% dos arranjos de cada núcleo⁵⁵. Essa decisão foi tomada por conveniência de tempo e de recursos de execução da pesquisa. Composta a amostra, a partir dos seis tipos de núcleos dos 30 arranjos, partimos para as entrevistas e os grupos de discussão. Dessa forma, a primeira fase da pesquisa cumpriu os objetivos de saber quem são os jornalistas desses arranjos de trabalho, como se organizam, por que buscam esse tipo de atividade, e como se sustentam.

Em resumo, retomamos os resultados daquela primeira fase da pesquisa, afirmamos que os novos arranjos de trabalho de jornalistas são uma alternativa independente aos conglomerados de mídia, atuam de forma organizada em ‘arranjos’ com diferentes características - coletivos, micro empreendimento, pequena empresa, voluntários, organização cultural, entre outras formas. A

⁵⁵ Ver mais detalhes sobre a composição da amostra no relatório de pesquisa da fase 1, Figaro (org.), 2018, p. 41-42.

pesquisa mostrou também que eles são resilientes e buscam formas criativas e novas de relacionamento e de solidariedade entre eles. Buscam formas de financiamento, as mais variadas: *crowdfunding*, assinaturas, doações, projetos, prestação de serviços. O relatório final da pesquisa, dessa primeira fase, indicou a necessidade de se buscar políticas públicas para viabilizar a manutenção desses arranjos, pois eles se configuram como uma alternativa de trabalho para os profissionais, bem como uma alternativa de informação ao cidadão para além dos veículos consolidados da grande empresa de mídia. Mesmo porque os arranjos alternativos de trabalho dos jornalistas trazem para a cena um conjunto de vozes sociais que não tem espaço no jornalismo normativo liberal das grandes empresas. Concluimos que esse tipo de organização jornalística contribui para o debate na cena pública, assim propiciando amadurecimento da nossa tão combatida democracia; e se constituem concretamente em alternativa de trabalho para os jornalistas.

A primeira fase da pesquisa foi concluída no primeiro semestre de 2018. Lançamos então o relatório dos resultados (Figaro, 2018a) no formato e-book, disponível no site do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho - CPCT (<http://twixar.me/LqC3>), e também no formato impresso, ISBN 978-85-72-5-226-9, (pequena tiragem).

Ainda em 2017, iniciamos o planejamento da segunda fase da pesquisa. O problema central que ela traz é: que tipo de jornalismo produzem esses novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas? Para responder a essa questão, em paralelo ao levantamento do perfil dos arranjos, das entrevistas e dos grupos de discussão, fomos acompanhando a produção deles.

Também no escopo de aprofundamento dos estudos sobre o tema, é preciso salientar que orientamos dois mestrados nesse período. Ambos abordaram questões relativas que envolvem a presente pesquisa. Camila Acosta Camargo⁵⁶ estudou organizações da sociedade civil, e entre elas um arranjo jornalístico, para compreender as relações de trabalho e comunicação dessas organizações. Ana Flávia Marques da Silva⁵⁷ estudou a organização das redações virtuais, a partir de quatro desses novos arranjos do trabalho de jornalistas. Há inúmeras

⁵⁶ Camargo, Camila Acosta. A comunicação do terceiro setor como expressão do neoliberalismo: as práticas discursivas e os sentidos do trabalho em ONCs de comunicação. Mestrado, ECA-USP, São Paulo, 2018.

⁵⁷ Silva, Ana Marques da. A redação virtual e as rotinas produtivas dos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. Mestrado, ECA-USP, São Paulo, 2019.

ros artigos que publicamos, nos quais se apresentam dados da pesquisa e dos respectivos mestrados. Outro momento importante de aprendizado relativo ao tema da pesquisa deu-se com a supervisão do pós-doutorado de Rafael Bellan Rodrigues de Souza⁵⁸. A temática foi a crise do jornalismo em uma perspectiva da crítica ontológica, que defende a relevância do discurso jornalístico no que ele pode oferecer ao conhecimento e à participação social. As publicações com os resultados do pós-doutorado estão em várias revistas⁵⁹ da área. Nesse período de financiamento do CNPq, tivemos a oportunidade de orientar três bolsistas⁶⁰ de iniciação científica com atividades vinculadas ao projeto maior, embora cada um deles tenha desenvolvido seu próprio trajeto e relatório final. Os três foram apresentados do SIICUSP (2018, 2019), Simpósio internacional de iniciação científica da USP.

Assim, concomitante à pesquisa e por causa dela, tivemos a oportunidade de atuar na formação desses jovens pesquisadores, da iniciação científica ao pós-doutorado, aprofundando nossa convicção de que a pesquisa é fundamental para a formação e o ensino.

O desenho da continuidade da pesquisa, na fase dois, indicou a obrigatoriedade de estudarmos a produção jornalística desses arranjos. Como discutimos no Capítulo I deste relatório, novas questões metodológicas foram sendo colocadas. Como definir o material a ser analisado? Como coletar a produção jornalística dos respectivos sites, e também das redes sociais que eles mantêm. Como delimitar as redes sociais a serem objeto da coleta do material jornalístico?

Dessa forma, decidimos que os respectivos sites e as páginas do Facebook e as contas no Twitter dos 30 arranjos seriam objeto de coleta da produção jornalística. Decidiu-se por esses *midiums* porque foram identificados na primeira fase da pesquisa como os prioritários na prática jornalística cotidiana desses

⁵⁸ Souza, Rafael Bellan Rodrigues de. A “crise do jornalismo” e o trabalho comunicacional: uma abordagem ontológica. ECA-USP, 2017. O relatório final aprovado, teve publicação em forma de artigos em diversas revistas da área.

⁵⁹ SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE), v. 41, p. 55-69, 2018. SOUZA, R. B. R. . O trabalho do jornalista e suas contradições: uma ontologia da crise. MATRIZES (ONLINE), v. 11, p. 129-149, 2017. RODRIGUES DE SOUZA, RAFAEL BELLAN^o Ontologia do jornalismo: trabalho do conhecimento e práxis noticiosa em tempos de crise. E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 20, p. 1-15, 2017.

⁶⁰ Os três bolsistas e seus respectivos projetos são: Amanda Cordeiro da Silva, relatório: As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos as corporações de mídia, ECA-USP, 2018. Wilton da Silva de Jesus, relatório final: Jornalismo Independente: análise do discurso produzido por esses novos arranjos midiático, ECA-USP, 2019. Leonardo David Dias Cruz, relatório: Mídia Ninja no Instagram: Jornalismo ou Mídiaativismo?, ECA-USP, 2020.

arranjos do trabalho do jornalista. O quê e quando coletar o produto jornalístico passou a ser objeto de muitas reflexões por parte da equipe. O conceito de acontecimento jornalístico voltou à pauta das discussões para essa definição. Era preciso encontrar um evento jornalístico inquestionável em termos de relevância para a sociedade e para todos que pretendem fazer um trabalho jornalístico. A decisão foi tomar o período das eleições majoritárias no país que aconteceriam em outubro de 2018.

A contento com as ferramentas escolhidas para a coleta, softwares NVivo e Netlytic, treinada a equipe, coletamos duas semanas de material produzido pelos 30 arranjos, sites e contas no Facebook e no Twitter, de 1 a 8 de outubro de 2018; e de 22 a 29 de outubro de 2018. Terminada a coleta, passamos ao problema dos arquivos. Como organizar e o que significa trabalhar a partir de arquivos e suas camadas de seleção e composição de sentidos. Artigos foram produzidos sobre essa etapa da pesquisa e apresentados em encontros e congressos da área⁶¹. Também rediscutimos o tema com a equipe e fizemos ajustes na organização e nomeação dos arquivos e planilhas. É preciso ressaltar a quantidade de tempo de trabalho que se dispense na organização de arquivos de informação, montagem de planilhas, quadros e gráficos. Foi uma fase de tratamento geral do material coletado e que demandou tempo e muita discussão para ajustes de procedimentos. Esse trabalho ocupou mais de oito meses de atividades compartilhadas com estudos sobre os conceitos envolvidos, organização de três seminários⁶² com a participação de estudiosos do jornalismo para debate e ajustes na parte conceitual da pesquisa.

Como se vê, a atividade de pesquisa comporta muito estudo, debate, troca de experiências entre grupos de pesquisa, formação de novos quadros e publicações. Atuamos intensamente em todas essas frentes ao tratarmos do tema da investigação. O principal resultado, sem dúvida, é a consolidação do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, CPCT, e a ampliação de nossas redes com a sociedade e o campo acadêmico.

⁶¹ Ao final, listamos as produções publicadas em periódicos e livros sobre a pesquisa.

⁶² Realizamos os III e IV Fóruns de Comunicação e Trabalho, da Intercom, com a participação de convidados, entre eles Prof. Dr. João Curvello (UnB); Profa. Dra. Claudia Rebechi (UTFPR); Profa. Dra. Luciana Miranda Costa, UFRN, Edgard Patrício de Almeida Filho, UFC, entre outros; o seminário Ainda podemos falar em jornalismo?, com a participação de Prof. Dr. Carlos Franciscato, UFS, Profa. Dr. Felipe Pontes, UFPC, Profa. Dra. Beth Saad, USP, com a participação dos representantes dos arranjos: Jmalistas Livres, Nós, Mulheres da Periferia, Envolverde, Opera Mundi e Outras Palavras; e a palestra sobre critérios de noticiabilidade com a profa. Lia Seixas.

Antes de entrarmos nos resultados propriamente da pesquisa, cabe destacar também a atividade internacional que estabelecemos a partir do projeto. Formamos uma Rede Latino-americana de Pesquisa sobre o Trabalho e a Identidade do Jornalista (2016, CIESPAL), com a participação de pesquisadores do México, Equador, Colômbia, Argentina, Uruguai e Brasil. Essa rede realizou um encontro em 2018, por ocasião do Congresso da Associação Latino-americana de Investigadores de Comunicação - Alaic, em Porto Rico; constituiu um Grupo de Interesse - Comunicação e Trabalho - para o congresso da Alaic, 2020, organizamos um dossiê sobre o mundo do trabalho dos comunicadores para a revista Avatares, a Universidade de Buenos Aires (<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/issue/view/621>). As reflexões sobre comunicação e trabalho no âmbito do jornalismo também nos propiciou o convite do Prof. Dr. Denis Ruellan, para um mês na L'École des Hautes Études en Sciences de L'Information et de la Communication, CELSA, Sorbonne Université, Paris, onde como professora convidada, ministramos palestras e seminários para os estudantes e a comunidade. Também formamos uma rede nacional de pesquisa denominada Retij, Rede de Estudos do Trabalho e da Identidade de Jornalistas, vinculada à Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, SBPjor. Participamos de um livro desta rede, no qual consta capítulo sobre a pesquisa. Em todas essas iniciativas, levamos o tema da pesquisa e o nome do CNPq como financiador dela.

Por fim, cabe registrar que, durante este período de afastamento social, demos continuidade a este relatório final, e ainda realizamos o *survey* “Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?”. Essa investigação, por meio de um questionário com perguntas abertas e fechadas, durante o período de 5 a 30 de abril de 2020, recolheu dados sobre as condições de trabalho dos comunicadores em situação de afastamento social devido à covid-19. Os resultados amplamente divulgados estão publicados em artigo⁶³ científico e relatório⁶⁴ de pesquisa. Mais de 70% dos respondentes são jornalistas, entre eles cerca de 20% são de jornalistas que trabalham em arranjos alternativos e

63 Figaro, R., Visibeli Barros, J., Rodrigues da Silva, N^o, Acosta Camargo, C., Marques da Silva, A. F., Moliari, J. A., Kinoshita, J. O., & Ferreira de Oliveira, D. (2020). Como trabalham os comunicadores na pandemia do Covid-19?. Revista Jurídica Trabalho E Desenvolvimento Humano, 3. <https://doi.org/10.33239/rjtdh.v.76>.

64 Figaro, R., (coord.) et. Al. Relatórios de resultados da pesquisa : Como trabalham os comunicadores na pandemia do Covid-19? Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho. São Paulo, ECA-USP, 2020. Disponível em: <http://twixar.me/srDm>

independentes dos conglomerados de mídia. Essa investigação sobre o trabalho e a saúde dos comunicadores nos fez ver o aprofundamento da dramática situação de precarização do trabalho dos jornalistas. Neste momento, estamos analisando a segunda fase da pesquisa Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de covid-19?.

Todos esses temas reportados fazem parte dos resultados deste projeto de pesquisa. A investigação é o eixo que orienta nossa atuação e produção. Passemos agora à síntese do que foi discutido nos capítulos anteriores e às conclusões que nos permitem.

Síntese dos resultados da pesquisa

As perguntas que enunciamos na introdução e que orientaram a segunda fase da pesquisa foram: as prescrições e as relações de comunicação para o trabalho jornalístico nesses novos arranjos econômicos alternativos resultam na produção de um jornalismo de compromisso com os direitos da cidadania? Essa questão tem em seu cerne duas outras que também precisam ser verificadas: esses arranjos produzem jornalismo? E que tipo de jornalismo produzem?

À primeira questão, respondemos afirmativamente. Sim, os arranjos de trabalho dos jornalistas que estudamos estão comprometidos e exercem um jornalismo mais plural, mais engajado com os direitos das maiorias, defensores da democracia e da maior participação dos cidadãos nas decisões da coisa pública. Estão mais próximos a parcelas da população que não têm espaço na grande mídia, a não ser como personagem vítima, burlesca, estereotipada. Essa aproximação traz demandas inclusive para a organização do processo produtivo, abrindo espaço para iniciantes e mostrando rostos pouco presentes - fotos, vídeos, modos de falar - no jornalismo tradicional. Podemos fazer essa afirmação a partir da análise do material jornalístico coletado para a pesquisa, duas semanas do primeiro e segundo turnos eleitorais de 2018. Esse engajamento aos temas democráticos e populares se deu por vias diversificadas: os abertamente engajados na cobertura da campanha de candidatos à esquerda do espectro político; os que fizeram a cobertura dos temas polêmicos que não interessavam aos candidatos e posições à direita do espectro político; os que fizeram a cobertura focada em questões de gênero e identidade que também foram foco

de ataque dos candidatos à direita do espectro político. São claros os matizes de posições que orientam as pautas e as coberturas. Mas, podemos afirmar que, se esses arranjos tivessem mais e melhores condições de trabalho para produção jornalística, certamente não estaríamos tão carentes de informação de qualidade, bem como a sociedade poderia fazer uso dessas informações para escapar à lógica da desinformação que monetiza e despolitiza.

As duas outras perguntas da pesquisa foram: esses arranjos produzem jornalismo? E que tipo de jornalismo produzem? Sim, produzem jornalismo. Mesmo aqueles que têm uma clara vinculação com outras missões, por exemplo, o Énois, uma escola de jornalismo, trabalha com a formação de jovens, o material que eles produzem e publicam, sobretudo com parcerias, é de muito boa qualidade jornalística. Eles agregam ao processo produtivo a pedagogia da formação de jovens. Outro arranjo que poderia ser contestado em sua produção jornalística, é o Mídia Ninja, arranjo declaradamente vinculado ao protagonismo cultural, ao ativismo por meio das redes digitais. No entanto, vinculam-se a uma tradição do jornalismo das mídias radicais (Downing, 2002), embora desligados das questões de classe. A contribuição efetiva do Mídia Ninja ao jornalismo é a renovação dos gêneros e dos formatos. A forma de organização do processo produtivo está muito ligada à forma de circulação do produto, visto falar de dentro do acontecimento e para quem participa deles, traz resultados interessantes para a reportagem em *streaming*, para a escrita curta, enérgica e vibrante. Na forma de organização, o Mídia Ninja tem no coletivismo expressões de uma ‘horizontalidade vertical’, porque matizada por lideranças míticas, construídas com a colaboração das mídias hegemônicas. Jornalistas Livres, sem adentrar nos termos do coletivismo e da organização cultural, afirmam-se como jornalistas, livres das empresas. Trabalho voluntário que permite uma capilaridade na cobertura e na seleção de temas para as notícias. A proximidade do jornalista ao acontecimento permite compromisso com o relato e como esse relato vai circular. Essa proximidade tira o jornalista do *status* de personalidade (da Vênus platinada, por exemplo), representante de uma instituição da mídia, para ser olhos e ouvidos do cidadão. Há ainda os arranjos vinculados a uma prática de agência de comunicação, tanto Envolverde como Volt Data Lab trabalham nesse espectro, vinculados a temas contemporâneos como sustentabilidade, identidades, direitos humanos, entre outros. Migramundo, Mobilize Brasil e Sound Like Us trabalham com jornalismo voltado a determinado nicho - migrações,

mobilidade, música - realizam por meio das ferramentas do jornalismo pautas voltadas para públicos específicos e mantêm a marca de um compromisso com o tratamento dos temas pelo viés progressista, quebrando estereótipos e propondo alternativas. Importante destacar o esforço jornalístico dos arranjos AzMina, Nós, mulheres da periferia, Periferia em Movimento na realização de seu trabalho. São equipes pequenas, sem infraestrutura ou sede, desempenham outras atividades para a própria sustentação e têm no jornalismo de causa a sua militância. Cabe mais um destaque, agora para o trabalho jornalístico de reportagem da Agência Pública, também com a experiência do projeto de checagem Truco. As jovens mulheres jornalistas que fundaram e trabalham na Agência Pública atuam em defesa de um jornalismo de apuração, vivo e dinâmico, acreditam na missão de “cão de guarda” do jornalismo e têm efetivamente dado contribuições com reportagens. Essa atuação prova a riqueza desse gênero e mostra que é possível enfrentar as lógicas de monetização que ditam as pautas, bem como as lógicas de produção que atuam somente com fontes secundárias, sem a cobertura *in loco*.

Uma última reflexão sobre a abordagem de comunicação e trabalho e os resultados da pesquisa.

A compreensão de que os processos comunicacionais são ativados pela atividade de construir sociedade é banal, simples e lógico. Dessa compreensão deriva percebermos a comunicação como parte da ontologia do ser social, do estar no mundo em atividade e deste estar fazer-se como ser humano no processo civilizatório. A linguagem humana, sobretudo a verbal, é fruto dessa ontologia na atividade de trabalho e de comunicação (Figaro, 2008, Figaro, 2018b).

Essa abordagem tem implicações, portanto, nas pesquisas na área da comunicação. Primeiro, incide sobre a forma de perguntar, ou seja, de problematizar temas na área de conhecimento; segundo, incide na forma de tratar esses temas em destaque. Puxar o fio das perguntas ao objeto empírico construído a partir da atividade de trabalho é o diferencial. Pensar a comunicação a partir da atividade de trabalho proporciona ao pesquisador um leque de implicações que abrange todo o processo de produção, recepção e circulação.

No caso específico da pesquisa sobre os novos arranjos do trabalho do jornalista, a abordagem de comunicação e trabalho nos fez observar esse fenômeno na perspectiva da organização do trabalho - primeira fase da pesquisa - e agora destacando, na segunda fase, o produto produzido por esses jornalistas em seu trabalho. A metodologia também vai sendo construída conforme o desenho das perguntas, problemas e do desenvolvimento da construção do objeto empírico. A triangulação metodológica tem sido usada para dar conta de tão complexas arestas que se formam aos questionamentos feitos ao objeto que se apresenta.

Dessa forma, queremos destacar as escolhas metodológicas para análise do produto jornalístico dos novos arranjos estudados. Os conceitos regime de publicação, instâncias de seleção, composição e circulação foram sendo construídos à luz das respostas e dos problemas que fomos encontrando no manuseio do material coletado bem como da revisão bibliográfica feita. Como resultado, deixamos a contribuição que esses conceitos operacionais podem trazer às novas pesquisas. O regime de publicação sem dúvida responde muito melhor ao que se faz hoje no processo produtivo do jornalismo. Periodicidade já não alcança. Isso se dá porque a lógica da instância da circulação também incide no ritmo de publicação. Assim, o regime de publicação e as instâncias de seleção, composição e circulação são conceitos vinculados uns aos outros, dado que o dispositivo comunicacional está sendo dirigido por uma lógica em que tempo/espaço estão coordenados pela sistemática da constante renovação, atualização, presentificação e imediatismo. Em aderência a esses conceitos está o de cronotopo, visto que a alteração da produção jornalística dada por outra noção de tempo/espaço transforma as narrativas jornalísticas, possibilitando que o sistema de *hyperlinks* componha o fato que se narra, trazendo diferentes dimensões do contexto do evento que se reporta. Os exercícios de interdiscursividade e intertextualidade ganham em formas que vão além das fotos, das aspas e das paráfrases.

É preciso ressaltar que essas lógicas não são inerentes ao *mídiun*, materializam-se nele, mas são originadas da maneira como circula o capital (Grohmann, 2020). A comunicação é a ponta de lança na circulação do capital. Aí está outra razão de tratarmos comunicação e trabalho como um binômio, tema discutido em outros artigos.

O ritmo ditado pela monetização advinda das interações dos cliques, dos acessos, incide sobre as formas do dizer jornalístico também dos arranjos do trabalho dos jornalistas. A instância de circulação concretizada em termos de botões e ferramentas para compartilhamento e participação estão disponíveis nos sites dos arranjos e incorporadas nas formas oferecidas pelas páginas do Facebook e do Twitter. Embora não tenha sido objeto desta pesquisa focar na participação dos leitores do jornalismo dos arranjos, é a instância da circulação que vai trazendo a constante dinâmica de renovação do produto jornalístico, inclusive do *mídiun* que vai absorvendo e incorporando as novidades, na forma de aprendizado de máquina.

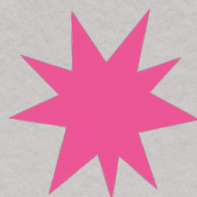
Mídia Ninja chamou a atenção da grande imprensa quando passou a reportar as manifestações de junho de 2013 de dentro da manifestação. O ângulo da câmera do celular, sendo portada em movimento, com a voz do repórter narrando e ao mesmo tempo os sons do movimento falando por si trouxeram uma vivacidade que renovou o conceito de “verdade”, “objetividade” no jornalismo e foram adotadas e incorporadas por outros arranjos. No entanto, no uso dos canais das redes sociais, a instância de circulação é governada pelas lógicas das respectivas plataformas (Facebook, Twitter) que, assim como possibilita a inovação como citado no exemplo das transmissões ao vivo, também confina as práticas jornalísticas ao cumprimento das métricas das empresas de plataformas, cujos objetivos estão direcionados para alcançar os interesses de monetização desse tipo de negócio

As reportagens realizadas pela Agência Pública, estruturadas a partir das parcerias, das formas de captação de recursos para produzi-las, bem como das bolsas de trabalho para a seleção de jovens repórteres, incidem sobre o gênero reportagem e sua forma de apresentação. O mesmo podemos dizer do jornalismo praticado pelo Nexo jornal. A redação fixa presencial e o jornalismo *online*, esse hibridismo, inteiramente praticado a partir e com as possibilidades dadas pelas buscas, pesquisas, acessos etc. do *online*, têm propiciado ao Nexo jornal inovar na linguagem do jornalismo. Mesmo não fazendo a clássica reportagem, não podemos dizer que eles não praticam seus elementos de investigação, visto o aprofundamento de muitas das notícias, sobretudo, no tratamento dos dados. O reportar *in loco* faz falta, a fonte de primeira mão é fundamento da reportagem, mas, com os recursos que se tem, a notícia aprofundada é o gênero ampliado. A

forma de circulação do produto, fazendo resumo da semana e a leitura no site ser possibilitada em pílulas de minutos, a depender da disponibilidade do leitor (1, 3, 5, 10 minutos) é uma contribuição dada pela necessidade da circulação, que incide diretamente na instância de composição, na produção da escrita do texto, da imagem e do som.

Portanto, estamos concluindo um trabalho, porque chegou a hora de encerrarmos esta fase do tratamento do material, sobretudo, em sua forma de organização e de operação dos conceitos teórico-metodológicos. Mas, está claro para nós que esta pesquisa não terminou. Há inúmeros aspectos que necessitam ser aprofundados e aperfeiçoadas as análises realizadas. Continuaremos.

Assim, encerramos esse projeto de pesquisa afirmando que descobrimos para além da crise do jornalismo, um potencial de mudança que não está restrito ao jornalismo, mas implica a ação nesse domínio discursivo. Os novos arranjos do trabalho dos jornalistas têm um potencial de renovação, de mudança, de transformação do jornalismo e das relações de trabalho e de organização do trabalho no jornalismo. Um potencial vibrante de mudanças que depende para se efetivar do engajamento social, da democratização dos meios de comunicação, via a regulamentação da atuação das empresas de plataformas no setor da comunicação. Esse engajamento é necessário não somente para ampliar e revigorar o jornalismo. Essa ação engajada da sociedade é necessária para mantermos a democracia, quiçá alcançarmos ampliá-la.

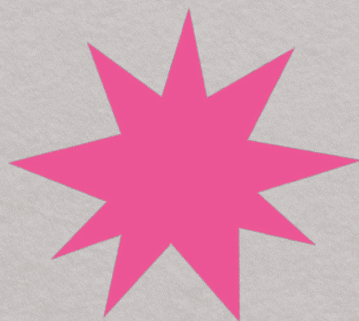
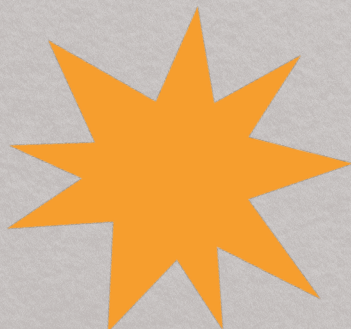
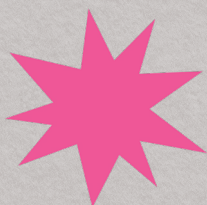
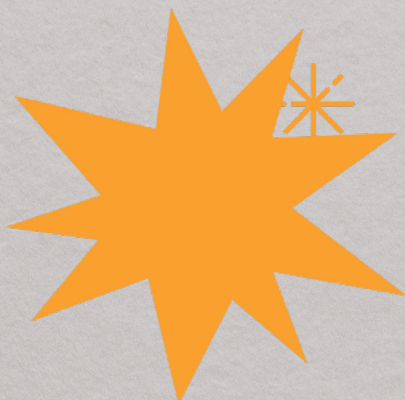


Referências [443]

Lista de produções [450]



Anexos [452]



Referências

- ABÍLIO, Ludmila. Uberização: a era do trabalhador just-in-time? **Revista Estudos Avançados** USP. Jan-Apr 2020 · <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3498.008>
- . **Uberização do trabalho**: A subsunção real da viração, Site Passapalavra/ Blog da Boitempo, 2017.
- AL-RAWI, Ahmed. **News values on social media**: News organizations' Facebook use Journalism. 2017, Vol. 18(7) 871-889 DOI: 10.1177/1464884916636142
- ALVES, Marcelo. Abordagem de coleta de dados nas mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; STABILLI, Marques. **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais**. Metodologias, aplicações, inovações. 2016.
- AMORIM, Marília. Cronotopo e exotopia. In: Brait, Beth (org.) **Bakhtin e outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso**. História e Literatura. São Paulo: Ática, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas. Como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 1, n° 1, p. 49-83, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>.
- BOLAÑO, C. FIGUEIREDO, C. Social media and algorithms: configurations of the lifeworld colonization by new media. **The International Review of Information Ethics**. n 26, 2017.
- BRAIT, Beth (org.) **Bakhtin e outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.
- . (org.). **Bakhtin**: Conceitos-chave. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- BRIGHTON & FOY. **News Values**. SAGE, 19 de nov. de 2007 - 216 páginas.
- BRO, Peter & WALLBERG, Filip. **Digital Gatekeeping News media versus social media**. Pages 446-454. Published online: 14 Apr 2014. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>
- BRUNO, F. Rastros digitais na perspectiva da teoria ator-rede. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 19, n° 3, p. 682-704, set.-dez. 2012.
- . Et.al. (orgs.) **Tecnopolíticas da vigilância**. Perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.
- CAPLE, Helen° News Values and Newsworthiness. **Journalism Studies Online Publication** Date: Jun 2018. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.850
- CARVALHO, L. C. ; LOUSADA, Vinícius Lima. A Revue Spirite (1858-1869) e as comunidades de leitores das obras de Allan Kardec. In: XV Encontro Sul Riograndense de Pesquisadores em História da Educação, 2009, Caxias do Sul - RS. **Anais do XV Encontro Sul Riograndense de Pesquisadores em História da Educação**. Caxias do Sul - RS: Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2009. v. 1. p. 1-12.

CASAQUI, Vander. A construção discursiva do futuro do trabalho: análise crítica de *white papers* e relatórios prospectivos. **Galáxia** (São Paulo) no.46 São Paulo, 2021. <https://doi.org/10.1590/1982-2553202147009>

----- O papel da narrativa no projeto da sociedade empreendedora e na cultura da inspiração. E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 23, p. ID 1850 / p.1-29, 2020.

CASILLI, Antonio. **En attendant les robots**. Enquête sur le travail du clic. Paris: Seuil, 2019.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza editorial, 2010.

CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros**. Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. 2.ed. Brasília: UnB, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CONFERENCE PAPER. Engenharia de Confiabilidade de Software: Um mapeamento sistemático da última década. November 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/273143917>

COULDRY, N°; MEJIAS, U. A. **Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject**. **Television & New Media** Sage, 2018, p. 1-14.

DANTAS, Marcos. **Trabalho com informação**. Valor, acumulação, apropriação nas redes do capital. Rio de Janeiro: UFRJ, 2012.

DARDO, Pierre; LAVAL, Christian° **A nova razão do mundo**. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2009.

DIAS, C. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas: Pontes Editores, 2018.

DIAS, C. Análise do discurso digital: sobre o arquivo e constituição do corpus. **Estudos linguísticos**, São Paulo, 44 (3): p. 972-980, set.-dez. 2015.

DICIONÁRIO HOUAISS da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

DOWNING , John D. H. **Mídia radical**. São Paulo: Senac, 2004.

FALZON, Pierre. **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2077

FEITORA JR, Alessandro. MTurk: quem são e o que fazem os brasileiros que estão na plataforma de “bicos” da Amazon° GizModo, Brasil, 2020. Disponível em <https://gizmodo.uol.com.br/amazon-mechanical-turk-plataforma-bicos-ia/>

FERNANDES, Rafael de Souza Bento; SEIDE, Márcia Sipavicius. Tempos verbais em artigos de divulgação científica: algumas considerações. **Anais 14. Jornada Regional e 4. Jornada Nacional de Estudos Linguísticos e Literários**, 2011, Unioeste.

FIGARO, Roseli. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: Anna-Blume, 2008.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. *Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito*. **Comunicação e Inovação**, v. 18, n, 38 2017. UMSC. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4669

FIGARO, Roseli. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: CPCT/ECA-USP, 2018a. Disponível em: <http://twixar.me/LqC3>.

FIGARO, R. Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. **Galáxia**. Revista da Pós-graduação em Comunicação e Semiótica. N° 38, 2018b. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/35905>

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. Potencial explicativo dos estudos de recepção no contexto do Big Data. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Sep-Dec 2019 <https://doi.org/10.1590/1809-58442019311>

_____. O ingrediente dos algoritmos: a produção de dados dos trabalhadores. **Nexo Jornal**, 11/03/2021. Disponível em: <https://pp.nexojornal.com.br/ponto-de-vista/2021/O-ingrediente-secreto-dos-algoritmos-a-produ%C3%A7%C3%A3o-de-dados-dos-trabalhadores>

FOLCHER, Viviane; RABARDEL, Pierre. Homens, artefatos, atividades: perspectiva instrumental. In: FALZON, Pierre. **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2077.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FUCHS, Christian° **Social media a critical introduction° Sage Publications**. London° 201

GALLO, S. ; SCHMITT, G. ; SOUZA, C. Ler o arquivo hoje. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C.L. **Michel Pêcheux & análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos: Claraluz, 2007, p. 251-256.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News Author(s). **Journal of Peace Research**, Vol. 2, No. 1 pp. 64-91 Published by: Sage Publications, 1965. <http://www.jstor.org/stable/423011>

GARCIA, D.A.; SOUSA, L.M.A. **Ler o arquivo hoje**: a sociedade em rede e suas andanças no ciberespaço. *Conexão Letras*, v. 9, n° 11, p.83-97. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/conexaoletras/article/view/55143/33536>.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GIACOMINIBOTTA, Mariana. Novos gêneros do jornalismo online: análise de portais e sites brasileiros. *Nonada: Letras em Revista*, vol. 2, núm. 25, julho-diciembre, 2015, pp. 121-145

Laureate International Universities. Porto Alegre, Brasil.

GOMEZ, Maria Nelida Gonzalez de. Reflexões sobre Ética da Informação: panorama contemporâneo. In: *ÉTICA DA INFORMAÇÃO perspectivas e desafios*, 2017. https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/anais-27-semana-letras_2.pdf

GROHMANN, R. A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. **Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**. v. 16 n° 1, Ibitc, 2020.

_____; ROXO, M. ; MARQUES, A. F. . Lugares de Enunciação e Disputas de Sentido em Relação ao Trabalho Jornalístico em Arranjos Alternativos às Corporações de Mídia. **Brazilian Journalism Research** (Online), v. 15, p. 200-221, 2019.

GUILHAUMOU, J.; MALDIDIER, D.; ROBIN, R. **Discurso e arquivo**: experimentações em análise do discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 2016.

HABERMAS, Jürgen° **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HARCUP, Tony & O'NEILL, Deirdre What is News?, **Journalism Studies**,18:12, 1470-1488, (2017) DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193

HELMOND, Anne. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. In **Social Media + Society**. July-December. 2015, p.1-11.

HUWS, Ursula. **A formação do cibertariado**. Trabalho virtual em um mundo real. Campinas: Editora da Unicamp, 2017.

-----°. **Reinventing the welfare state**. Digital platforms and public policies. London: Pluto Press, 2020.

KALIFA, Dominique. et. at. **La civilization du journal**. Historie culturelle et littéraire de la presse française au XIX. Siècle. Paris : Nouveau Monde, 2011.

KARLSSON, Michael & CLERWALL. Christer Negotiating Professional News Judgment and “Clicks” *Comparing Tabloid, Broadsheet and Public Service Traditions in Sweden Nordicom Review* 34 (2013) 2, pp. 65-76 10.2478/nor-2013-0054

LELO, Thales. Critérios de noticiabilidade e valores-notícia: uma revisão crítica. ECA-USP, CPCT, 2020. (estudo interno ao Centro de Pesquisa).

LIMA, Cecilia Almeida; MOREIRA, Diego. CALAZANS, Janaina. Netflix e a manutenção de gêneros televisivos fora do fluxo. **Matrizes**, v.9, nº 2, p. 237-256, jul./dez. Disponível em: DOI:<http://dx.doi.org/10.11.606/issn°1982-8160>.

LIMA, Claudia Nonato. **Jornalistas, blogueiros migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, 2015.115

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. Cortez Editora. São Paulo. 2001.

MARQUES, Ana Flávia. **A redação virtual e as rotinas produtiva nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Dissertação de mestrado. PPGCOM-USP, 2019.

-----; CAMARGO, Camila Acosta; MOLIANI, João Augusto. A produção noticiosa dos novos arranjos de trabalho dos jornalistas: análise das ferramentas de coleta Netlytic e N Vivo. **Anais do 17º Encontro Nacional**, nov., 2019 SBPJor. Disponível em: <http://sbppor.org.br/congresso/index.php/sbppor/sbppor2019/paper/viewFile/1918/1181>

-----; KINOSHITA, J. e MOLIANI J. A. Os arranjos de mídia alternativos e suas “redações virtuais”, in **16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, nov. de 2018. Disponível em <http://sbppor.org.br/congresso/index.php/sbppor/sbppor2018/paper/viewFile/1503/725>.

MARTINS, Gerson Luiz, et. al.(org.) **Performance em ciberjornalismo**. Tecnologia, inovação e eficiência. UFMS, 2017.

MARTINS, Gerson Luiz; RIVERA, Diana (org.). **25 perspectivas em ciberjornalismo?**. UFMS, 2020. Disponível em: <http://twixar.me/KJdm>.

MELO, Maria de Fátima A.Q.; MACHADO, Marília N^oM.; SANTOS, Larissa M.M. dos. Editorial 12(3) A revista *Pesquisas e Práticas Psicossociais* completa seu 12^o ano de vida com análises de práticas de cuidado e inclusão **Pesquisas**. *Pesquisas e Práticas Psicossociais 12 (3)*, São João del Rei, setembro-dezembro de 2017.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado (Comunicação) - UFBA/PPGCC, Salvador, 2003.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA REGULAMENTA REGIME DE PUBLICAÇÃO DAS SOCIEDADES ANÔNIMAS DE CAPITAL FECHADO. Disponível em: <https://gclaw.com.br/blog/ministerio-da-economia-regulamenta-regime-de-publicacao-das-sociedades-anonimas-de-capital-fechado/>

MINISTÉRIO DO TRABALHO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. Privilégio de invenção. Efeitos do despacho de arquivamento.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**. A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu editorial, 2020.

MP altera a Lei das S/A e permite a publicação de atos societários e demonstrações financeiras via internet por companhias abertas. <https://www.migalhas.com.br/depeso/309286/mp-altera-a-lei-das-s-a-e-permite-a-publicacao-de-atos-societarios-e-demonstracoes-financeiras-via-internet-por-companhias-abertas>

NONATO, Claudia; PACHI FILHO, Fernando F.; SILVA, Naiana Rodrigues da. O trabalho de jornalistas em arranjos econômicos independentes: uma interpretação a partir dos rastros digitais. **Anais do 17^o Encontro Nacional**, nov., 2019 SBPJor. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2075/1150>

NVIVO. Disponível em: <www.nvivo.com>

NETLYTIC. Disponível em: <<https://netlytic.org>>

ORLANDI, E. P. **Discurso em análise**: sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, E. P. A contrapelo: incursão teórica na tecnologia - discurso eletrônico, escola, cidade. **RUA**, v. 16, n^o 2, p. 6-17, 17 jul. 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638816>.

ORLANDI, E. **Ler a cidade: o arquivo e a memória**. In: ORLANDI, E. (org.). Para uma enciclopédia da cidade, 2003, p 7-20.

PAVEAU, M.A. **Les énoncés natifs du web**: analyse du discours des réseaux sociaux numériques (Twitter, Facebook, Pinterest). Campinas: Unicamp, 2014. Disponível em: <https://www.labeurb.unicamp.br/anexos/MAP-Conf.pdf>.

PÊCHEUX, M. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. (org.). **Gestos de leitura**: da história no discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 1994, p. 55-56.

PÊCHEUX, M. A aplicação dos conceitos da linguística para a melhoria das técnicas de análise de conteúdo. In ORLANDI, E. (org.). **Análise do Discurso**: Michel Pêcheux textos selecionados por Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2011a, p. 203-226.

PÊCHEUX, M. Análise de discurso e informática. In ORLANDI, E. (org.). In: **Análise do Discurso**: Michel Pêcheux textos selecionados por Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2011b, p. 275-283.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Ed. Sulina. 2018.

ROMÃO, L.M.S. De areia e de silício: as tramas do discurso no livro eletrônico. In: *Éspeculo*. **Revista de estudos literários**. Universidade Complutense de Madrid, 2005a. Disponível em <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero31/silicio.html>.

ROMÃO, L.M.S. _____. No país das maravilhas: uma metáfora sobre o dizer na rede. **Letra Magna** (Online), Recife, v. 3, p. 1-12, 2005b.

ROMÃO, L. M.S.; BENEDETTI, C. A navegação do sujeito no discurso jornalístico impresso e eletrônico. In: **Verso e Reverso**. São Leopoldo, v. 22, n° 49, 2008. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/7013>.

SAUR-AMARAL, I. **Curso completo de NVivo 10** - Como tirar maior proveito do software para a sua investigação. Madri: Bubok Publishing S.L., 2012.

SCHAUDT, S., CARPENTER, S. The News That's Fit to Click: An Analysis of Online News Values and Preferences Present in the Most-viewed Stories on azcentral. *Southwestern Mass Communication*° 2009.

SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. **Trabalho & Ergologia**. Rio de Janeiro: Eduff, 2008.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVA, Cristiani Bereta da. Era uma vez... uma editora, um livro: admissão ao ginásio, editora do Brasil (décadas de 1940-1960). **Revista Brasileira de História da Educação**. V. 18, 2 0 1 8. <http://dx.doi.org/10.4025/rbhe.v18.2018.e032> e-issn: 2238-0094

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia** Vol.II N° 1 - 1° Semestre de 2005.

SILVA, Tarcízio; STABILI, Marques. **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais**. Metodologias, aplicações, inovações. 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Responsabilidade algorítmica, personalidade eletrônica e democracia. **Eptic On-Line** (UFS), v. 22, p. 83-96, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12021>

SLEE, Tom. **Uberização**. A nova onda do trabalho precarizado. São Paulo: Elefante, 2017.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**. Notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2015.

SOUZA, J. AVELINO, R. SILVEIRA, S. **A sociedade de controle**. Manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.

SOUZA, Rafael B. Karl Marx - 200 anos. **RuMoRes**, v. 13, n° 26, p. 414-434, 12 dez. 2019.

- SRNICEK, Nick. **Capitalismo de plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.
- TEIXEIRA, Adriano Lopes Almeida. Marx jornalista: a empiria a serviço da crítica da economia política. **Nova econ**° vol.29 no.3 Belo Horizonte Sept./Dec. 2019 Epub Mar 06, 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-6351/4632>
- TORRES, Bolivar. Pandemia reforçou jornalismo e provou que comunicação humana é superior à tecnológica, afirma sociólogo. O GLOBO, Rio de Janeiro, 27/07/2020.
- TRILLING, Damian; TOLOCHKO, Petro; BURSCHER, Björn° From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics. **Journalism & Mass Communication Quarterly**. 2017, Vol. 94(1) 38-60
- DOI: 10.1177/1077699016654682
- TUCHMAN, Gay. Making News by Doing Work: Routinizing the Unespected. **American Journal of Sociology**, n° 79, p. 110-131, jul. 1974.
- VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn° **The platform society**. New York: Oxford University, 2018.
- VAN DIJCK, José. Faces da conectividade: Plataformas, Influência e Usuários. [Entrevista concedida a] Isadora Camargo e Carolina Terra. **Revista Parágrafo**, São Paulo: V.5, N°1. JAN/JUN° 2017.
- Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. In **Matrizes**. São Paulo: V.11 - N° 1 jan°/abr. 2017.
- VALMORE, Fabiane ; SOUZA, Nelson Rosário de. Movimentos sociais, instituições participativas e sociedade civil em sete periódicos nacionais (Qualis A1, A2 e B1), 2005-2014. **BIB, Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**. São Paulo, n° 82, 2° semestre de 2016 (publicada em setembro de 2017), pp. 105-126. Disponível em: https://www.academia.edu/37080173/Movimentos_sociais_institui%C3%A7%C3%B5es_participativas_e_sociedade_civil_em_sete_peri%C3%B3dicos_nacionais_Qualis_A1_A2_e_B1_2005-2014
- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**, v. 8, n° 1, p. 13-19, 2014.
- VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de tecnologia**. Vol. I. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 2012.

Lista de produções no período de 2017 a julho de 2020 relacionadas ao projeto

Artigos:

FIGARO, Roseli; SILVA, A. F. M. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. *REVISTA CONTRACAMPO*, v. 39, p. 1-15, 2020.

FIGARO, Roseli; BARROS, J. V. ; SILVA, N° R. ; ACOSTA, C. ; SILVA, A. F. M. ; MOLIANI, J. A. ; KINOSHITA, J. ; OLIVEIRA, D. F. . Como trabalham os comunicadores na pandemia do Covid-19?. <https://doi.org/10.33239/rjtdh.v.76>, v. 76, p. 1-39, 2020.

FIGARO, Roseli. Potencial explicativo dos estudos de recepção no contexto do Big Data. *INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE)*, v. 42, p. 223-237, 2019.

FIGARO, Roseli. O mundo do trabalho das jornalistas: feminismo e discriminação profissional. *BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)*, v. 14, p. 570-591, 2018.

FÍGARO, Roseli; NONATO, C. ; PACHI FILHO, F. F. . Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. *LÍBERO (FACASPER)*, v. 1, p. 1-15-15, 2018.

FIGARO, Roseli. 'El tema del trabajo del periodista en Chasqui: investigación bibliométrica para identificar autores y conceptos. *REVISTA LATINOAMERICANA COMUNICACIÓN CHASQUI*, v. 137, p. 367-389, 2018. (online)

FIGARO, Roseli. Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. *GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE)*, v. 3, p. 177-189, 2018.

Fígaro, Roseli; GROHMANN, Rafael . A recepção serve para pensar: um -lugar- de embates. *Palavra Chave*, v. 20, p. 142-161, 2017.

FIGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael . Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito. *COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE)*, v. 18, p. 62-75, 2017.

FÍGARO, Roseli; MARQUES, Ana Flávia . Por uma alternativa crítica para a comunicação educativa na América Latina. *Comunicação & Educação*, v. 22, p. 99-109, 2017.

FIGARO, Roseli; NONATO, C. . Novos arranjos econômicos alternativos para a produção jornalística. *CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE)*, v. 1, p. 47-63-63, 2017.

FÍGARO, Roseli. Germán Rey: a política tradicional não é suficiente, a cultura e as novas mídias podem ser espaços de resistência. *Comunicação & Educação*, v. 22, p. 109, 2017.

MAURO, R. ; FIGARO, Roseli . O dispositivo comunicacional nas mídias digitais: um estudo sobre páginas e grupos do Facebook. *Interin (UTP)*, v. 23, p. 90-115, 2018.

PACHI FILHO, F. F. ; MOLIANI, J. A. ; FIGARO, Roseli . Narratividade e autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil. *MATRIZES (ONLINE)*, v. 12, p. 143-163, 2018.

Livros:

FIGARO, Roseli, et. al. Relatório dos resultados da pesquisa [recurso eletrônico]: como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19? / Roseli FIGARO (Coord.). – São Paulo: ECA-USP, 2020.

FIGARO, Roseli. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias. 1. ed. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, 2018. v. 1. 245p .

Capítulos de livros:

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. In: Raslan Filho, Gilson; Visibeli Barros, Janaina (orgs.). Comunicação Desenvolvimento Trabalho. Perspectivas críticas. Divinópolis, MG: UEMG/ FI, 2020.

FIGARO, Roseli. Comunicação e Trabalho: mediações do local e implicações teórico-metodológicas. In: Trindade, Eneus; Fernandes, M.L; Lacerda, J.S.. (Org.). Entre comunicação e mediações: visões teóricas e empíricas. Ied. São Paulo: ECA-USP/UFPB, 2019, v. 1, p. 75-92.

FIGARO, Roseli. Pensar a contrapelo: Mattelart e a pesquisa em comunicação. In: Alberto Efendy MALDONADO; Edizon LEÓN CASTRO. (Org.). Investigación crítica de la comunicación en América Latina: diálogos con la vertiente Mattelart. Ied. Quito: Ciespal, 2019, v. 1, p. 89-206.

FIGARO, Roseli. O trabalho de empiria nos estudos de recepção. In: FIGARO, R. BRIGNOL, L. (Org.). Trabalho do pesquisador. Os desafios da empiria em estudos de recepção. Ied. Curitiba: Appris, 2017, v. 1, p. 19-44.

Anexos

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

DOCUMENTO DE PESQUISA – Nº1

Após a finalização da Fase 1 da pesquisa dos novos arranjos do trabalho do jornalista, deu-se início à discussão do processo metodológico para cumprir os objetivos da Fase 2, ou seja, compreender que tipo de jornalismo praticam os novos arranjos de jornalistas.

Com esse objetivo, a questão colocada era trabalhar a partir do produto jornalístico. Desta forma, a pesquisa deve focar nas publicações feitas por eles, sobre a organização e a produção do discurso jornalístico.

Essa decisão coloca para os pesquisadores algumas demandas:

O que e como obter material discursivo para a análise, quanto de material, que tipo de tema e cobertura jornalística?

A discussão nos levou ao consenso de que o material discursivo produzido pelos arranjos é a materialidade concreta do resultado de todo o esforço do trabalho verificado nos arranjos na Fase 1 da Pesquisa. Obter o discurso produzido pelos arranjos, portanto, coloca para os pesquisadores os problemas: como coletar? Quando coletar? O que coletar?

A quantidade de material a ser coletado e analisado levou à decisão da aquisição de dois softwares de coleta e análise: o NVivo e o Netlytic. O primeiro mais adequado para a coleta e a organização do material jornalístico publicado nos sites dos arranjos; o segundo software mais adequado para coletar material nas redes sociais dos arranjos.

Além da decisão de comprar os dois softwares, os pesquisadores também discutiram e adotaram dois outros procedimentos metodológicos: **observar a produção, publicação e republicação, enfim todo o movimento dos arranjos, nos respectivos sites e redes sociais no período de 17/09 a 20/09 de 2018.**

A observação foi feita e documentada em “Considerações sobre a observação dos arranjos”. Há dois arquivos no Excel, no google drive do CPCT.

(Documentos: Observações dos arranjos - Parte 2 - Site, Facebook e Twitter; Considerações sobre os arranjos e as redes sociais; Observações Gerais)

Outra questão decidida nesse processo de discussão foi o recorte temático e temporal da coleta do material jornalístico produzido pelos arranjos.

Decidimos **pela temática das eleições**, porque em ano eleitoral, período de coleta do semestre do processo eleitoral, pressupõe-se que veículos jornalísticos tratem do assunto mais importante no período no país. Desse modo, ao definirmos o tema eleições, também direcionamos nossas observação e coleta **para o período pré-primeiro turno (01/10 a 08/10/2018); e pré-segundo turno (21 a 29/10/2018).**

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

DOCUMENTO DE PESQUISA – Nº2

Ao definirmos observar, coletar e analisar o discurso do material jornalístico dos novos arranjos do trabalho do jornalista, colocaram-se para os pesquisadores duas naturezas de problemáticas: uma entender o fluxo de produção e publicação dos materiais jornalísticos produzidos, aspecto que definiu as plataformas de publicação: redes sociais (facebook e twitter) e o site propriamente dito; a segunda, observar a periodicidade e o regime de publicação dessa produção. Decidiu-se não trabalhar, nesta Fase 2 da pesquisa, com os comentários dos usuários e leitores desses veículos.

Também foi realizado um curto período de pré-teste de coleta (anterior ao período determinado para tal), no sentido de treinamento das equipes responsáveis por acionar os softwares no período da coleta propriamente dita.

A equipe 1 (João Augusto), por questões técnicas de manejo e acesso à ferramenta Netlytic, coletou, nos dois períodos determinados, o material discursivo publicado nas redes sociais Facebook e Twitter **de todos os 26** arranjos da pesquisa (amostra finalizada na Fase 1).

A equipe 2 (Ana Flávia, Camila, Wilton, Naiana e Janaina) coletaram, nos dois períodos as publicações dos sites dos respectivos arranjos da pesquisa.

A coleta - descrição das estratégias das equipes:

É importante destacar que algumas coletas de conteúdos dos sites dos arranjos tiveram que ser feitas de forma manual, sem a ajuda do software NVivo, pois ele estava instalado em apenas uma máquina localizada na universidade. Na coleta manual, foram capturados:

- Os endereços web das postagens, ou seja, os links gerados pelo navegador quando as páginas das matérias eram acessadas;
- Títulos das matérias;
- Textos das matérias;
- Fotos que estavam agregadas como conteúdo das matérias;
- Áudios, mais precisamente, podcasts, formato de conteúdo web.

Durante o período de coleta, foram criadas planilhas de controle e organização das ações. Ao final de cada dia de coleta, a equipe tinha que postar os títulos e links das matérias na planilha para uma conferência posterior, caso fosse necessário.

Ao final das duas semanas de coleta, o material textual capturado por via manual foi transposto para o software NVivo para que pudesse passar pelo mesmo tratamento que os demais materiais coletados de forma automatizada, ou seja, limpeza dos dados e geração de nuvens de palavras, primeiras ações realizadas após a coleta.

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

DOCUMENTO DE PESQUISA – Nº3

Após a coleta do material jornalísticos de todos os arranjos, o passo seguinte foi como tratar e organizar tudo o que foi coletado.

Na coleta feita das redes sociais (Facebook e Twiiter) pelo Netlytic, gerou-se uma pasta no Excel. O lembrete do João Augusto para introduzir a planilha foi o seguinte:

Este documento foi exportado do Numbers. Cada tabela foi convertida em uma planilha do Excel. Todos os outros objetos em cada folha do Numbers foram colocados em planilhas à parte. Esteja ciente de que os cálculos de fórmulas podem ser diferentes no Excel.

Na Folha 1 da planilha do Excel da coleta das redes sociais, temos um levantamento numérico das postagens por rede social e por arranjo. Dado que permite ver quantidade e a frequência de postagens durante o período. Esses dados foram transformados em gráficos para visualizarmos o fluxo de postagens.

Além desse levantamento geral e numérico, temos em planilha excel tudo o que foi coletado de cada arranjo nas redes sociais durante o período. **Tarefa:** Esse material discursivo precisa ser trabalhado, ou seja, organizado para darmos início ao levantamento dos temas mais postados, das palavras-chave, fazendo as nuvens de palavras, para entendermos melhor o material coletado e que tipo de “arquivo” temos.

O conceito de arquivo será discutido antes de darmos início às análises discursivas.

Outro conceito importante para a análise é o de dispositivo comunicacional. Vale retomar os artigos já publicados sobre o assunto na nossa bibliografia além de D. Maingueneau.

As planilhas Excel com a coleta de cada arranjo precisam ser revisitadas para extrairmos mais informações, antes de fazermos a escolha dos enunciados a serem analisados.

O arquivo com o levantamento descritivo do material coletado nos sites dos arranjos está nomeado como Dados preliminares da coleta nos sites dos arranjos da pesquisa. Nesse material, temos o gráfico com os dados quantitativos da postagem por arranjo, temos os gráficos da periodicidade da postagem, o levantamento das editoriais das publicações de cada arranjo, as nuvens de palavras mais usadas na redação das matérias postadas pelos arranjos e a árvore da hierarquia das palavras mais usadas, por fase da coleta.

Precisamos voltar a esse material para tirar dele indícios para a organização dos critérios para a seleção do material discursivo a ser analisado, além de outros indicadores/marcadores jornalísticos (periodicidade, reportagem, notícia etc.).

Tarefas importantes: estudar as teorias do jornalismo - organização de seminário de estudo entre o grupo de pesquisadores; organizar um seminário aberto ao público sobre o tema do jornalismo hoje, com convidados da academia e dos jornalistas dos arranjos.

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

Documento de Pesquisa nº 4

Fase 2 Pesquisa dos Arranjos do Trabalho de jornalistas – estudo da produção jornalística.

Algumas indicações metodológicas e teóricas de observação após tratamento dos dados brutos – tabelas e gráficos sobre a produção nos dois períodos de coleta

a) Facebook

1. Em relação aos nossos arranjos, há indícios de que não podemos falar em periodicidade. Esse conceito é demasiadamente fixo, não permite a maleabilidade que as publicações praticam em seu fluxo cotidiano. Acho que o conceito mais adequado é regime de publicação, porque é mais impreciso e permite verificar as descontinuidades das práticas de publicação, atualização e correção que são utilizadas a depender do fluxo de trabalho do arranjo;
2. Observa-se no regime de publicação que no Facebook o fluxo é intenso para Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Esses arranjos priorizam a plataforma de redes sociais Facebook e Twitter. Seguindo a lógica da própria ferramenta, as postagens no Facebook são frenéticas, alcançando números bastante expressivos nas duas semanas observadas. Além do próprio arranjo como autor da publicação, a movimentação das postagens é intensa a partir da contribuição dos seguidores e comentadores. Há que se observar o uso do Facebook pelos demais arranjos. No caso do Nexo Jornal, esse uso se dá em termos de presença diária com um regime de publicação bastante estável, entre 9 e 16 postagens dia, nas duas semanas da observação. Em seguida, Opera Mundi, Justificando e Viomundo também têm publicação constante e expressiva nas duas semanas, com um fluxo permanente, mostrando presença efetiva e regular no Facebook. Têm presença constante, quase diária, em um fluxo contínuo, mas de regime de publicação de baixa intensidade os arranjos: Agência Pública, Outras Palavras, B9; e os demais com ainda mais baixa intensidade: Nós mulheres da periferia e Periferia em Movimento. Nos outros arranjos, o regime de publicação é bem irregular.
3. Outra questão é a multimídia / hiperlink / das narrativas das matérias postadas; o que caracteriza uma multiplicidade de linguagens, gêneros e de ambientes que as publicações podem conjugar.

b) Twitter

1. Os Jornalistas Livres foi, de longe, o arranjo que mais publicou no twitter, primeiro e segundo turnos. Seguidos pelo Mídia Ninja; em terceira posição estão o B9 e Viomundo. Nexo, com mais postagens do que A.Pública, manteve estabilidade entre primeiro e segundo turno. A.Pública também manteve um número estável de publicações nos dois

períodos, embora bem abaixo dos demais arranjos já citados. Lado M tem no Twitter presença mais frequente do que no Facebook.

2. No período estudado, Jornalistas Livres teve um fluxo intenso. Há dias em que o regime de publicação chega a mais de duas centenas de mensagens.
3. O caso da publicação no Twitter também exige uma outra noção de tempo. A categoria periodicidade não dá conta desse meio de comunicação. Ali o regime de publicação é de fluxo contínuo ou de atualização contínua.
4. O Twitter tem a característica do limite de espaço de 280 caracteres e só recentemente som e imagem podem ser postados. Nesse sentido, vale problematizar como a relação tempo (regime de publicação) e espaço (280 caracteres) dão forma às narrativas postadas. Vale pensar o conceito de cronotopo* atuando na relação com o gênero do discurso (notícia/conversa).

Reflexões e orientações gerais

5. Fernando sugere pensarmos, a partir de regime de publicação, em regime de produção e regime de trabalho.

Regime, segundo o Houaiss, abrange um leque grande de sentidos pertinentes à ação ou maneira de reger, regimento, normas, regras, método, funcionamento contínuo, regulação de transferência/trânsito de coisas, mercadorias, bens. Nesse âmbito, no caso da periodicidade, para regime de publicação gosto de pensar em funcionamento contínuo e regulação de transferências. A ideia de mobilidade, movimento é boa porque é mais fiel ao que acontece em relação às publicações, e também é mais fiel à ideia de circulação que envolve os regimes (tppc) de trabalho, produção, publicação e circulação.

6. Fernando também sugere usarmos o livro do Maingueneau, Gênese do Discurso. Não tenho tanta certeza, mas vou estudar.
7. Desse modo, podemos adotar como critérios, para olharmos o material quantitativo que já temos (primeiro tratamento dos dados), os itens que comportam o conceito de noticiabilidade: **periodicidade, relevância, atualidade, interesse público**. É claro que cada um desses componentes da notícia deve ser observado à luz do regime de produção e do regime de trabalho, visto que a empresa jornalística e, no nosso caso, o arranjo jornalístico, por sua forma de organização e linha editorial, conformam cada um desses itens da noticiabilidade. Isto quer dizer que vamos observar como cada arranjo estabelece para si o trabalho com esses elementos (periodicidade, relevância, atualidade, interesse público).
8. O próximo passo, é conferirmos os dados quantitativos gerados a partir das planilhas (twitter, facebook, site); e analisarmos esses dados a partir de cada um dos componentes da noticiabilidade.

*sobre cronotopo ver: Bakhtin, M. Estética da criação verbal. SPaulo: Martins Fontes, 1992. P. 243-276. Bakhtin M. Questões de literatura e de estética. A teoria do romance. S.Paulo: Unesp/hucitec, 1990. P. 211-212.

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

Documento de Pesquisa nº 5

Fase 2 Pesquisa dos Arranjos do Trabalho de jornalistas – estudo da produção jornalística.

Algumas indicações metodológicas de observação após tratamento dos dados brutos – gráficos e planilhas sobre a produção nos dois períodos de coleta

A partir da indicação dos critérios de noticiabilidade, com destaque para o regime de publicação, desenhamos um caminho metodológico para análise das matérias coletas do primeiro e segundo turnos nos respectivos sites dos arranjos.

1. Ao voltar ao material coletado dos sites, nos deparamos com incongruências da coleta. O primeiro passo então, foi revisitar os dados coletados, verificar a data de publicação, conferir com o site, cortar as incongruências.

Esse trabalho permitiu montar um gráfico com o regime de publicação de cada arranjo da coleta nos dois turnos.

Essa ação permitiu ter uma ideia do volume de publicação por dia de cada arranjo e a intensidade por dia de publicação.

Esse procedimento nos levou a:

- a) produzir um relatório com a síntese das correções realizadas por arranjo; identificando incongruências que **exigirão correção das nuvens de palavras e gráficos já realizados.**
- b) produzir gráficos que permitem a visualização do regime de publicação por arranjo e por período de coleta.

Sugiro como critério de recorte ter o regime de publicação como orientação; assim a data de maior número de matérias publicadas, em cada período de coleta, será a data escolhida para a análise das matérias.

2. Identificadas as datas com maior volume de publicações, construímos uma planilha para proceder a análise de cada uma das matérias publicadas na data referida. Também identificamos gênero jornalístico, tema/assunto, e fizemos observações. Desse modo, revisitamos todas as matérias publicadas pelo arranjo na referida data (em cada período de coleta) e categorizamos cada uma em gênero, tema, instâncias de seleção, composição e circulação.

Um estudo preliminar foi realizado para listar alguns dos valores notícias que compõem os critérios de noticiabilidade. O resumo do assunto segue ao final deste documento.

3. Com esses procedimentos realizados, podemos voltar a observar cada arranjo das coletas a partir das definições das nucleações realizadas na primeira fase da pesquisa. Dessa forma, confirmaremos ou não os critérios de nucleação realizados da autodeclaração de cada arranjo na aba sobre de seus sites e redes sociais.

4. Esses procedimentos vão permitir ratificar as formações discursivas ideológicas que emanam de cada subgrupo das nucleações além do que já caracterizamos como independente e/ou alternativo.
5. Revisitar cada matéria do maior período do regime de publicação também permitirá verificar os temas tratados identificando as pautas pertinentes às formações discursivas/ideológicas; o uso de links e a interdiscursividade e a intradiscursividade.

Compõem este Documento 5 de Pesquisa:

- Síntese dos estudos sobre critérios de noticiabilidade (Thales);
- Síntese dos estudos de Wolf, Silva e Genro Filho;
- Planilha com o estudo do caso dos Jornalistas Livres;
- Relatório com os ajustes na coleta e os gráficos do regime de publicação de cada período de todos os arranjos;
- Plano dos arranjos da Nucleação 1 e seus subgrupos com as respectivas formações discursivas/ideológicas.

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

FASE 2 DA PESQUISA DOS NOVOS ARRANJOS

DO TRABALHO DO JORNALISTA – CNPq.

Documento de Pesquisa nº 6

Procedimentos para a análise das publicações nas redes sociais - Facebook e Twitter

A coleta de dados das publicações dos arranjos jornalísticos, realizada com o software Netlytic na semana de 1 a 8 de outubro e de 22 a 29 de outubro de 2020, primeiro e segundo turnos das eleições presidenciais de 2018, foi organizada em planilhas no Excel, por data de coleta e por arranjo. Para cada arranjo foi gerada uma planilha diferente em cada turno. Isso resultou em 26 planilhas a partir das publicações no Facebook no primeiro turno, considerando os que fizeram ao menos uma postagem no período, e 25 planilhas no segundo turno (CMI SP não participa dessa rede social e Think Olga não postou nada no segundo turno). No Twitter foram 21 planilhas tanto no primeiro quanto no segundo turno (Ciranda; Democratize; Envolverde; Nós, mulheres da periferia; O Novo; Think Olga e Vozes da Periferia - por diferentes motivos - não tiveram planilhas geradas nesta rede social).

Depois da coleta, executou-se a limpeza dos dados e a verificação de duplicações, erros de datas na coleta etc. Deve-se esclarecer que cada planilha é gerada a partir de indicadores próprios do instrumento coletor “Netlytic”, que gera diferentes indicadores para cada uma das redes. O primeiro deles é o ID e indica o número de cada postagem recolhida, ordenando-as numericamente. Depois há as colunas *Guid* e *Link* (no Twitter têm os mesmos dados) e que remetem à postagem original realizada pelo usuário (<https://twitter.com/agenciapublica/statuses/1046816515327184898>). Depois vem *Pubdate*, que indica a data e a hora da publicação e *Author*, que mostra o nome pelo qual o usuário é identificado na plataforma.

Então aparece *Title*, que transcreve a postagem e indica se é um retuíte (esta categoria pode não apresentar todo o texto produzido pelo arranjo), e *Description*, que traz o texto original na íntegra. Em *Source* é identificado a origem, isto é, a plataforma de onde foi postado o tuíte⁶⁵ (*TweetDeck*).

Depois vem o *User_id*, que é o número de identificação do usuário e *Profile_image_url*, que é o link para a imagem que identifica o arranjo. A seguir vem *User_statuses*, *User_friends_count* e *User_followers_count*, estes últimos indicando o volume de amigos e seguidores do usuário. Tem também a *User_created_at*, que é a data de criação da conta no Twitter, a *User_bio*, que é a descrição que o próprio usuário faz de si, além de *User_location*, que é a localização geográfica da conta e *Lang*, que é a língua usada para publicação. Também há o *Code*, que é um código alfanumérico que não conseguimos precisar para que serviria.

Após analisarmos esses dados foi definido que poderiam ser excluídos sem prejuízo à próxima fase da pesquisa os seguintes itens: *Id*, *Guid*, *User_id*, *Profile_image_url*, *User_statuses*, *User_created_at*, *User_bio*, *User_location*, *Lang* e *Code*. Vale esclarecer que parte dessas informações já foram objeto de análise em fases anteriores da pesquisa (FIGARO, 2018).

⁶⁵ Nós identificamos nas planilhas além de *TweetDeck*, *Twitter for Android*, *Twitter Web Client*, *Twitter for iPhone*, *Media Studio*, *Hootsuite Inc.*, *Twitter for iPad*, *Google*, *Echobox Social*, *Sprout Social*, *Facebook* ou nome do arranjo como, p.ex., *B9*, *MobilizeBrasil* e *Pressenza IPA pt*.

Optou-se por ficar com o *Author*, para saber quem tuitou e o *Link*, pois pode ser necessário verificar no tuíte original outras características não explicitadas pelo texto da mensagem. As colunas *Title* e *Description* foram mantidas pois são complementares para identificar as postagens feitas pelo arranjo. *Source* será utilizada para identificarmos a partir de onde parte a produção noticiosa e *User_friends_count* e *User_followers_count* servirão para identificar a abrangência dos conteúdos veiculados nas contas dos arranjos.

No caso do Facebook, a composição da planilha é um pouco diferente mas, da mesma forma que no Twitter, optou-se por descartar os dados alfanuméricos de identificação e postagens e do usuário que não serviriam para o objetivo de compreensão do conteúdo produzido⁶⁶. Permaneceram como referência o *Link* para o conteúdo original, a *Pub_date*, que indica a data da postagem e serve para identificar o regime de atualização das postagens, indicando o ritmo de produção dos arranjos, o *Author* e a *Description*, que é o conteúdo propriamente dito, além de *Source*, que indica o modo de compartilhamento da postagem (*shared_story*, *added_photos* ou *mobile_status_update*, p.ex), bem como *Type*, que é o tipo de postagem (link, vídeo ou foto) e o *Like_count*, que é a contagem dos likes, ou seja, um dos instrumentos de mensuração de penetração dos conteúdos veiculados pelos arranjos.

Ao fazermos a filtragem observamos que na coluna *Author*, onde deveria figurar, na nossa opinião, apenas o usuário detentor da conta, em alguns arranjos outros nomes também apareceram. No cruzamento dessa informação com as colunas *To* e *Comment_on*, identificamos que se tratavam de comentários de terceiros direcionados ao proprietário da conta. No primeiro turno identificamos que oito arranjos⁶⁷ tiveram comentários com identificação de outros autores. Alguns desses comentários, como os veiculados nas contas de Periferia em Movimento e Nós, Mulheres da Periferia foram feitos por um arranjo parceiro deles, a Agência Mural. Em sites mais voltados à cobertura política, como Mídia Ninja e Jornalistas Livres, havia postagens identificadas na coluna *Author* que serviam para criticar as postagens realizadas pelos arranjos. Como foram classificados como comentários eles não compõem a planilha final que contém apenas postagens ou compartilhamentos/retuítes feitos pelo próprio arranjo

Um outro tipo de publicação foram os comentários do próprio arranjo em suas postagens. Mais comuns ao serem usados para responder ou agradecer comentários de terceiros a respeito de suas publicações, esses auto-comentários também serviam para questionar a qualidade das transmissões realizadas pelos arranjos, para fazer comentários durante *lives* em coberturas, como as realizadas nos debates, para fazer chamamentos a essas ações ao vivo, para entrevistas ou para conteúdos que o arranjo considerava interessante de ser compartilhado. Esses comentários também não serão objeto de análise.

Posteriormente, para cada turno, foram organizadas tabelas por rede social, Twitter e Facebook, separadas por data e por arranjo com a finalidade de estabelecer a quantificação total posts, incluindo os comentários, e a quantificação das postagens exclusivamente feitas pelos arranjos. Neste momento foi feita uma nova conferência dos dados numéricos. As observações de eventuais inconsistências da coleta, quando não puderam ser sanadas,

⁶⁶ Foram excluídas as colunas *Id*, *Cuid*, *Author_id*, *Title* (nas planilhas do Facebook *Title* e *Description* têm o mesmo conteúdo e optamos por manter apenas a segunda), *Code*, *To* (que indica para quem foi postado, mas que em nossa seleção remetia apenas a comentários de terceiros para o usuário) e *Comment_on* (link para esses comentários). Cabe esclarecer que houve uma decisão anterior discutida no grupo de pesquisa do CPCT acerca de não serem usados comentários de terceiros nesta fase.

⁶⁷ Periferia em Movimento, Pressenza, Sound Like Us, Viomundo, Nós Mulheres da Periferia, Nexo, Jornalisas Livres e Mídia Ninja

foram anotadas, como observação, na própria tabela. Para facilitar o manuseio das diferentes planilhas foi criado um arquivo único no Excel com todas elas.

Gráficos demonstrativos das quantidades de publicações por data⁶⁸, por arranjo e por rede social revelam a disparidade numérica de publicações entre os arranjos, bem como a frenética publicação de Mídia Ninja e Jornalistas Livres, bem como a imensa repercussão que suas postagens alcançavam (Tabela 1). Verificou-se ainda se o post é de autoria do próprio arranjo ou se é repostagem de outro veículo. A Agência Pública, por exemplo, utiliza-se de repostagem de grandes veículos da mídia tradicional como BCC e Folha de S.Paulo.

Tabela 1

Rede Social	Facebook 1º turno		Facebook 2º turno		Twitter 1º turno		Twitter 2º turno	
	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais	Post. totais	Post. autorais
Ag. Pública	462	27	324	32	31	31	44	44
B 9	557	50	351	48	180	180	233	233
Central 3	54	10	58	9	47	47	39	39
Ciranda	2	2	4	4				
CMI SP					6	6	22	22
Democratize	4	2	29	12				
Énois	14	7	16	10	11	11	5	5
Envolverde	17	16	19	16				
Jornº Livres	11336	430	26091	973	463	463	1162	1162
Justificando	825	114	735	71	35	35	18	18
Mães Peito	40	7	47	5	24	24	5	5
Mídia Ninja	9352	344	30252	901	276	276	497	497
Migramundo	10	6	9	5	4	4	4	4
Mobilize BR	30	18	34	22	17	17	17	17
Nexo	1210	106	1324	106	150	150	123	123
Nós Mulheres	37	17	26	15				
O Novelo	11	3	2	1				
Opera Mundi	699	81	946	74	48	48	87	87
Outras Palavras	251	31	284	34			12	12
Periferia em Movimento	21	18	45	29	18	18	22	22
Pressenza	18	18	20	19	11	11	13	13
Rev. Azmina	81	6	28	5	21	21	45	45

⁶⁸ Este trabalho revisa artigos anteriores (NONATO; PACHI FILHO; SILVA, 2019 e MOLIANI; MARQUES; CAMARCO, 2019) que quantificaram as postagens dos arranjos, mas considerando a data de publicação dos arranjos no primeiro turno entre 30/09/2018 e 08/10/2018 e no segundo turno entre 21/10/2018 e 29/10/2018. Neste trabalho nós consideramos o início da coleta nos dias 01/10/2018 para o primeiro turno e 22/10/2018 para o segundo.

Site LadoM	24	22	4	3	46	46	87	87
Soud Like Us	9	4	5	5	2	2	2	2
Think Olga	17	1	1	0	1	1		
Viomundo	873	51	1031	76	101	101	208	208
Volt Data Lab	8	6	4	4	8	8	3	3
Vozes Periferia	1	1	1	1				

A partir desse levantamento foi possível identificar os dias de maior postagem tanto no Twitter quanto no Facebook para podermos comparar com o dia de maior postagem nos sites. Isso possibilita analisar qual foi o veículo prioritário, no período, para cada arranjo. Jornalistas Livres e Mídia Ninja produziram muitas publicações no Facebook e no Twitter e muito menos em seus respectivos sites. Vamos verificar se a publicação nas redes sociais também vai para o site, e vice-versa. Pretendemos avaliar se há uma lógica produtiva própria para cada veículo.

Também verificaremos as instâncias de produção, composição e circulação de pelo menos duas postagens por período da coleta de cada arranjo no dia de maior publicação no Facebook e no Twitter. Esse recorte é aleatório e serve apenas para exemplificar o processo de produção e a linha editorial do arranjo nas redes sociais.

Com essas análises das publicações nas redes sociais, podemos ter uma visão geral da produção dos arranjos do trabalho do jornalista nos respectivos sites e nas redes sociais.

Também se poderá fazer considerações sobre como a linha editorial de cada arranjo incide no tratamento do material produzido e publicado.

Outra observação cabível é se os arranjos, nas redes sociais, mantêm ou não as características da nucleação realizada na Fase 1 da Pesquisa.

Essa caracterização considera a formação discursiva/ideológica declarada na aba sobre o site dos arranjos. Outra característica da discursividade que poderá ser observada e analisada é a da intra e da interdiscursividade. Isto é: como cada arranjo trabalha a intra-discursividade entre redes sociais e site; e a interdiscursividade entre arranjos, dos arranjos com outros veículos da mídia e com os comentários.



Esta obra foi composta em Winslow Book e Saes Grotesk. São Paulo, 2021.

Regime de publicação sem dúvida responde muito melhor ao que se faz hoje no processo produtivo do jornalismo. Periodicidade já não alcança. Isso se dá porque a lógica da instância da circulação incide no ritmo de publicação. Assim, o regime de publicação e as instâncias de seleção, composição e circulação são conceitos vinculados uns aos outros, porque o dispositivo comunicacional está sendo dirigido por uma lógica em que tempo/espço estão coordenados pela sistemática da constante renovação, atualização, presentificação e imediatismo. Em aderência a esses conceitos está o de cronotopo, pois a alteração tempo/espço da produção e da circulação transforma as narrativas jornalísticas, possibilitando que o sistema de *hiperlinks* componha as diferentes dimensões do contexto narrado. Os exercícios de interdiscursividade e intertextualidade ganham em formas que vão para além das fotos, das aspás e das paráfrases.

