

## **Circulação midiática no especial Clima nas Eleições: estratégias de contato da Agência Pública de Jornalismo Investigativo junto aos leitores<sup>1</sup>**

Ângelo Jorge de Souza Lima Neckel<sup>2</sup>

Pâmela Rafaela Neckel de Souza Lima<sup>3</sup>

### **Resumo expandido**

#### **1. Tema de pesquisa e apontamentos teóricos**

Este resumo tem como tema as estratégias da Agência Pública de Jornalismo Investigativo para a criação de zonas de contato com os leitores nos processos de circulação midiática engendrados pelos produtos jornalísticos do especial Clima nas Eleições – cobertura jornalísticas das eleições municipais de 2024 em todas as regiões do país, enfatizando planos de governo de candidatos e o impacto de fenômenos climáticos na realidade social dos municípios.

A Agência Pública apresenta o especial do seguinte modo (2024, s/n):

As ondas de calor e os eventos extremos estão se tornando cada vez mais comuns no Brasil. É nas cidades, na casa de cada um de nós, onde a crise climática aterrissa. Os prefeitos e vereadores são os primeiros a terem de lidar com uma emergência – e a forma como eles planejam administrar suas cidades nos próximos quatro anos vai impactar diretamente como vamos passar por essas situações. Moradia, mobilidade, saúde, saneamento, poluição, até mesmo segurança pública tendem a ficar mais complexos diante da crise do clima. É por tudo isso que nós, da Agência Pública, decidimos fazer uma cobertura pioneira

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Eixo Temático C - Estratégias comunicacionais em eventos climáticos extremos do XVII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, realizado nos dias 4 a 06 de dezembro de 2024.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação. Professor de Jornalismo Digital no Centro Universitário Leonardo Da Vinci – Uniasselvi. E-mail: angeloneckel@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestranda em Educação na Ufrgs. Graduada em Relações Públicas. Professora nos cursos de Comunicação no Centro Universitário Leonardo da Vinci – Uniasselvi. E-mail: pamelarafaelalima@gmail.com.

nestas eleições municipais de 2024. Vamos investigar os problemas das cidades sob a perspectiva das mudanças climáticas.

O especial abrange dois gêneros de produtos jornalísticos: reportagens multiplataforma e um conjunto de entrevista com candidatos denominado ‘Climômetro’, no qual, a partir das respostas sobre conhecimentos e propostas sobre a questão climática, são atribuídos de 0 a 5 pontos a cada um. Ambos têm conteúdos distribuídos em diferentes plataformas sociodigitais da Pública. Importam os processos de circulação midiática em torno da hibridização dos acontecimentos *clima* e *eleições*, protagonizados pela mediação da Agência Pública em situação de produção, e, por atores individuais em situação de recepção ou de recepção-produtiva em diferentes plataformas sociodigitais do veículo (ciber)jornalístico.

### 1.1 Problematização do tema

Nos processos de circulação entre os polos de produção e recepção/reconhecimento interpostos pela ambiência midiaticizada (GOMES, 2017) – que envolve a copresença de meios hegemônicos, plataformas sociodigitais, organizações jornalísticas, instituições sociais e atores individuais e coletivos e suas disputas pela estabilização de sentidos-, o jornalismo perdeu a centralidade como mediador dos discursos das instituições sociais, tendo os atores individuais adquirido autonomia para consumirem e produzirem narrativas na internet, principalmente a partir da primeira década do século XXI. Nesse contexto, houve uma ampliação das defasagens de sentidos, suas ofertas e consumos entre meios do jornalismo e atores individuais. Por outro lado, os processos de circulação midiática cada vez mais ensejam estratégias jornalísticas para criação de zonas de (retomada de) contatos com as audiências, através de feedbacks complexos entre gramáticas de produção e de recepção (FAUSTO NETO, 2018). Algumas das zonas de contato mais recorrentes são: interdiscursividade – para com as enunciações da recepção; autorreferencialidade – editorialmente, quando o veículo se refere a si próprio; convites – para adesões de leitores a determinada prática (FAUSTO NETO, 2007).

As estratégias para criação de zonas contatos por parte de iniciativas do jornalismo e a observação densa e análise dos rastros discursivos de circulação midiática em estudos de

mediatização indicam tentativas de um distanciamento de um paradigma funcionalista tanto nas práticas jornalísticas quanto em pesquisas de comunicação que têm o jornalismo como objeto. Assim, há gramáticas produtivas (VERÓN, 2005; FAUSTO NETO, 2018) dos veículos jornalísticos, que envolvem regras condicionadas por processos editoriais e contratos de leitura com as audiências, e, por outro lado, ene gramáticas de reconhecimento, em recepção-produtiva

Em estudos de ciberjornalismo, as interações com as audiências são percebidas e analisadas geralmente a partir da identificação de características de diferenciação para com o jornalismo em meios massivos e impressos e em ofertas de processos e produtos jornalísticos – decodificação de dados, métricas, webdesign, distribuição e arquitetura de conteúdos multiplataforma etc. -. Contudo, entendemos que esses processos e produtos abrangem outros níveis de gramáticas produtivas, a saber, gramáticas datificadas (TRÄSEL, 2024) e multiplataforma (CANAVILHAS, 2014; SALAVERRÍA, 2014), e, que tais gramáticas abarcam outras possibilidades de se estabelecer, identificar e analisar zonas de contato.

Portanto, propomos interfaces teórico-metodológicas entre estudos de ciberjornalismo e de mediatização, respectivamente acerca da complexidade das gramáticas de produção do ciberjornalismo e da necessidade de compreensão do fluxo adiante de processos de circulação tensionados por acontecimentos públicos e seus campos problemáticos que ascendem aos meios do jornalismo e às disputas de sentido (QUÈRÈ, 2011) nas redes sociodigitais. Esta proposta dialoga com observações de oportunidades de práticas, potencialmente situadas no âmbito de iniciativas jornalísticas nativas do digital, em realizar mediações qualificadas dos acontecimentos e em buscar diálogo com os leitores para a retomada de seu papel social de autoridade na mediação para com o mundo (OLIVEIRA, 2024).

## 1.2 Justificativa

O tema tem como justificativas:

- a) Em termos de processos comunicacionais, a problemática da circulação de sentidos e as tentativas do ciberjornalismo em estabelecer zonas de contato para a ampliação da

visibilidade e alcance das interpretações de relações complexas entre instituições sociais e o mundo da vida. São exemplos disso as relações entre a política estatal e fenômenos climáticos, bem como as disputas narrativas em torno dos acontecimentos.

- b) Em termos epistemológicos, interfaces entre teorias e metodologias próprias a estudos de Midiatização e da linhagem de Ciberjornalismo para uma compreensão mais ampla das relações entre o jornalismo, atores individuais e coletivos. São exemplos disso relações matriciais entre os níveis de gramáticas, principalmente em tentativas de estabelecer contatos com as audiências para consumo de temas políticos – tanto em uma perspectiva mais ampla, *stricto sensu*, relativa às lutas de coletivos sociais por reconhecimento de sua cidadania, como de vigilâncias às atividades dos três poderes do Estado, principalmente por parte de iniciativas de jornalismo nativas do digital.

### 1.3 Objetivos da pesquisa

A proposta de texto tem como objetivo geral: *Investigar as estratégias de criação de zonas de contato nas gramáticas produtivas da Agência Pública de Jornalismo Investigativo.*

Os objetivos específicos são:

- Identificar tentativas de zonas de contato nos processos editoriais das gramáticas discursivas e multiplataforma nos produtos do especial Clima e Eleições.
- Identificar tentativas de zonas de contato nas gramáticas datificadas nos produtos do especial Clima e Eleições.
- Investigar processos dialógicos de participação do leitor na cobertura jornalística.

## 2. Materialidades empíricas

De modo preliminar, o universo de pesquisa abrange as reportagens sobre climas e eleições e os conteúdos do ‘Climômetro’ durante as eleições municipais de 2024. Já o corpus de pesquisa, tem por linha de corte a disponibilidade dos empíricos nos espaços público e privado.

## 2.1 Espaço público ampliado pelas mídias

- a) Conteúdos dos produtos jornalísticos republicados nas plataformas sociodigitais da Pública;
- b) Enunciações de atores individuais ao especial Clima nas Eleições nas plataformas sociodigitais da Pública [Facebook, Instagram e X];

## 2.2 Espaço privado

Entrevista com profissional(ais) da Agência Pública para saber as estratégias de zonas de contato com os leitores, quanto a:

- a) Concepção do especial Clima nas Eleições
- b) Gramáticas datificadas, em linguagens e métricas
- c) Contatos com os leitores nos processos de apuração das pautas
- d) Outros processos dialógicos para contato junto aos atores individuais.

## Palavras-chave

Agência Pública de Jornalismo Investigativo; Ciberjornalismo; Circulação midiática; Clima nas Eleições; Mídiação.

## Referências

CANAVILHAS, João. Capítulo 1. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7** características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom books, 2014.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetórias conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dezembro, 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. In: **Revista Famecos**, nº34,

Porto Alegre, dezembro de 2007. Disponível em:  
<<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/3456%3E>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos meios à midiatização**: um conceito em evolução. 1. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017. v. 1. 175p.

OLIVEIRA, Felipe Moura de; GONCALVES, Guilherme Maia. Jornalismo e 5G: especulações a partir da filosofia do campo. **PAUTA GERAL - ESTUDOS EM JORNALISMO**, v. 11, p. 162-177, 2024.

QUÉRÉ, Louis. A individualização dos acontecimentos no quadro da experiência pública. **Caleidoscópio**: Revista de Comunicação e Cultura, Lisboa, n. 10, p. 13-37, 2011.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom books, 2014, p. 25-51.

TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 11, nº 1, jan-jun 2024. Disponível em:  
<[https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Traesel-2/publication/314733964\\_Jornalismo\\_guiado\\_por\\_dados\\_aproximacoes\\_entre\\_a\\_identidade\\_jornalistica\\_e\\_a\\_cultura\\_hacker/links/5eea2a1d299bf1faac5e04e8/Jornalismo-guiado-por-dados-aproximacoes-entre-a-identidade-jornalistica-e-a-cultura-hacker.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Traesel-2/publication/314733964_Jornalismo_guiado_por_dados_aproximacoes_entre_a_identidade_jornalistica_e_a_cultura_hacker/links/5eea2a1d299bf1faac5e04e8/Jornalismo-guiado-por-dados-aproximacoes-entre-a-identidade-jornalistica-e-a-cultura-hacker.pdf)>. Acesso em: 3 set. 2024.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2005.

VERÓN, Eliseo. **La Semiosis Social, 2**: Ideas, momentos, interpretantes. 1. ed. Buenos Aires, Barcelona, México: 766, 2013.