UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Carolina dos Santos Gamarano Cabral

Jornalismo de Soluções como alternativa à crise de credibilidade? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram

Juiz de Fora

Agosto de 2025

Carolina dos Santos Gamarano Cabral

Jornalismo de Soluções como alternativa à crise de credibilidade? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Doutor Gustavo Teixeira de Faria Pereira

Juiz de Fora

Agosto de 2025

Carolina dos Santos Gamarano Cabral

Jornalismo de Soluções como alternativa à crise de credibilidade? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Aprovada em 13 de Agosto de 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Gustavo Teixeira de Faria Pereira - Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Talison Pires Vardiero
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Ricardo Bedendo
Universidade Federal de Juiz de Fora

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO

GRADUAÇÃO EM **Jornalismo**

Formato da Defesa: (X) presencial ( ) virtual ( ) híbrido

Ata da sessão (**X**) pública ( ) privada referente à defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **"Jornalismo de Soluções como alternativa à crise de credibilidade? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram"**, para fins de obtenção do grau de Bacharel em **Jornalismo**, pelo(a) discente **Carolina dos Santos Gamarano Cabral**, sob orientação da Prof.(ª) Dr(ª) **Gustavo Teixeira de Faria Pereira**, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Aos **13** dias do mês de **Agosto** do ano de **2025**, às **20h**, na sala **220** da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), reuniu-se a Banca examinadora, composta pelos seguintes membros:

Titulação	Nome	Na qualidade de:
Doutor	Gustavo Teixeira de Faria Pereira	Orientador
Doutor	Ricardo Bedendo	Membro da Banca
Doutor	Talison Vardieiro	Membro da Banca

*Na qualidade de (opções a serem escolhidas):

- Orientador (a)
- Coorientador
- Membro da banca

AVALIAÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

Tendo o(a) senhor(a) Presidente declarado aberta a sessão, mediante o prévio exame do referido trabalho por parte de cada membro da Banca, o(a) discente procedeu à apresentação de seu Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação e foi submetido(a) à arguição pela Banca Examinadora que, em seguida, deliberou sobre o seguinte resultado:

(X) APROVADO

( ) REPROVADO, conforme parecer circunstanciado, registrado no campo Observações desta Ata e/ou em documento anexo, elaborado pela Banca Examinadora

Nota:_____

Observações da Banca Examinadora caso haja necessidade de anotações gerais sobre o Trabalho de Conclusão de Curso e sobre a defesa, as quais a banca julgue pertinentes

Nada mais havendo a tratar, o(a) senhor(a) Presidente declarou encerrada a sessão de Defesa, sendo a presente Ata lavrada e assinada pelos(as) senhores(as) membros da Banca Examinadora e pelo(a) discente, atestando ciência do que nela consta.

INFORMAÇÕES
Para fazer jus ao título de bacharel, a versão final do Trabalho de Conclusão de curso, considerado Aprovado, devidamente conferida pela Secretaria do Curso de (colocar o nome do curso), deverá ser tramitada para o Repositório Institucional, dentro do prazo de 72 horas da realização da banca.

Juiz de Fora, 13 de agosto de 2025.

Assinatura digital dos membros da Banca Examinadora

Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Teixeira de Faria Pereira**, **Professor(a)**, em 13/08/2025, às 22:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **Ricardo Bedendo**, **Professor(a)**, em 13/08/2025, às 23:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **Talison Pires Vardiero**, **Professor(a)**, em 14/08/2025, às 20:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2548215** e o código CRC **99E505A1**.

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração
automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Gamarano, Carolina.
Jornalismo de Soluções como alternativa à crise de credibilidade?
: Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram /
Carolina Gamarano. -- 2025.
61 f. : il.

Orientador: Gustavo Pereira
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2025.

1. Jornalismo de Soluções. 2. Inovação. 3. Credibilidade. 4. Bem
estar social. 5. Redes Sociais Digitais. I. Pereira, Gustavo , orient. II.
Título.

DEDICATÓRIA

Ao Bernardo, que mudou tudo desde muito antes de dar o primeiro sorriso.

AGRADECIMENTOS

À minha família, ao meu amor e às minhas amigas: por serem abrigo, força e motivação. Obrigada por estarem ao meu lado.

As professoras e professores com quem cruzei nessa jornada, que foram incentivo e inspiração.

Um agradecimento especial ao meu orientador que foi companheiro desde a Diretoria de Imagem Institucional até essa etapa final.

E finalmente, um agradecimento muito especial à Ângela, que garantiu com carinho — em todos os períodos — que eu chegaria até aqui.

Obrigada por acreditarem junto comigo.

“Acreditamos que a palavra escrita é afeto, um espaço de memória, um movimento que se propaga” (Aline Rochedo Pachamama e Marcos Apoena Puri, 2017, tradução da língua original - Puri)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o potencial do Jornalismo de Soluções como estratégia para fortalecer a credibilidade do jornalismo frente à crise de confiança nas mídias tradicionais, especialmente no ambiente de redes sociais digitais. Justifica-se pela necessidade de investigar abordagens inovadores, que priorizem e aproveitem a capacidade das redes sociais digitais de aproximação diante do crescimento de disseminação de desinformação, aumento da polarização e evasão seletiva de notícias negativas por parte do público. A pesquisa utiliza como metodologia a Análise Documental (Gil, 2004) e a Análise de Conteúdo, a partir da proposta de Bardin (1977). O objeto de estudo é o perfil oficial da *Solutions Jousnalism Network* no Instagram, com recorte nas postagens realizadas no mês de Junho de 2025. Os resultados indicam que as postagens analisadas incorporam, de forma estratégica e didática, os quatro elementos fundamentais do Jornalismo de Soluções (JOSO): resposta, evidências, *insights* e limitações, favorecendo o engajamento, o potencial de reprodução e o aprofundamento crítico. Conclui-se que o uso dessa abordagem nas redes sociais contribui como um estratégia para o enfrentamento aos ataques ao jornalismo da atualidade, sendo um aliado na reconstrução do vínculo entre jornalistas e público.

Palavras-chave: Credibilidade; Inovação; Jornalismo de Soluções; Bem-estar Social; Redes Sociais Digitais.

ABSTRACT

This work aims to analyze the potential of Solutions Journalism as a strategy to strengthen the credibility of journalism in the face of the crisis of trust in traditional media, especially in the environment of digital social networks. It is justified by the need to investigate innovative approaches that prioritize and leverage the capacity of digital social networks to foster closeness in the face of the growing dissemination of misinformation, increasing polarization, and selective evasion of negative news by the public. The research uses Document Analysis (Gil, 2004) and Content Analysis, based on the proposal by Bardin (1977), as its methodology. The object of study is the official profile of the Solutions Journalism Network on Instagram, focusing on the posts made in June 2025. The results indicate that the analyzed posts strategically and didactically incorporate the four fundamental elements of Solutions Journalism (JOSO): response, evidence, insights, and limitations, fostering engagement, potential for reproduction, and critical depth. It concludes that the use of this approach on social media contributes as a strategy to confront attacks on journalism today, being an ally in rebuilding the bond between journalists and the public.

Keywords: Credibility; Innovation; Solutions Journalism; Social Welfare; Digital Social Networks.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1: Postagem The Intercept Brasil sobre sequestro de ativistas por parte de Israel …… 38
Imagem 2: Postagem The Intercept Brasil com chamado à manifestação de usuários ……..… 39
Imagem 3: Publicação do Word in Black em seu site com indicativo sobre onde encontrar informações confiáveis sobre vacinas ….…… 40
Imagem 4: Post 03/06/2025 – “O que é Jornalismo de Soluções” ……..…… 43
Imagem 5: Post 04/06/2025 – “Jornalismo como elo social” ……..…… 45
Imagem 6: Post 07/06/2025 – “Cobertura climática construtiva” ……...…… 47
Imagem 7: Post 15/06/2025 – “Transparência e missão editorial” …….……...…….. 48
Imagem 8: Post 18/06/2025 — “O poder do Jornalismo Local” ……. 50
Imagem 9: Post 26/06/2025 — “Jornalismo como dieta saudável”....…… 51
Imagem 10: 28/06/2025 – “ O que caracteriza uma reportagem de Jornalismo de Soluções?” .. 53

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Tabela 1: Etapas para a criação de uma história de soluções ……..……. 32
Tabela 2: O que não é Jornalismo de Soluções segundo Bispo Sanches (2024) ……. 35
Tabela 3: Análise da postagem 1 ……. 44
Tabela 4: Análise da postagem 2 ……. 45
Tabela 5: Análise da postagem 3 ……. 47
Tabela 6: Análise da postagem 4 ……. 49
Tabela 7: Análise da postagem 5 ……. 50
Tabela 8: Análise da postagem 6 ……. 52
Tabela 9: Análise da postagem 7 ……. 53

SUMÁRIO

1. Introdução **15**
2. Crise de credibilidade x avanços das redes sociais digitais **17**
2.1. De “guardião da notícia” a “mais uma opção” 18
2.2. Falhas que sustentam a crise de credibilidade do jornalismo 20
2.3. Novas formas de informar 24
3. Jornalismo de Soluções **28**
3.1. O que é Jornalismo de Soluções 28
3.2. O que não é Jornalismo de Soluções 33
3.3. Aplicações dos fundamentos do JOSO na prática 37
4. Proposta ou solução? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram **42**
4.1. Solutions Journalism Network na rede 43
5. Considerações finais **56**
6. Referências **59**

1. Introdução

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) busca compreender o potencial do Jornalismo de Soluções como estratégia capaz de fortalecer a credibilidade do jornalismo e a relação com o público nas redes sociais digitais. O objetivo é avaliar os mecanismos de perfis e plataformas que retratam principalmente as pautas que sofrem apagamento na grande mídia e que já usam estratégias características do jornalismo de soluções. Vale ressaltar que o objetivo não é tratar os objetos sob a perspectiva do jornalismo de soluções, mas sim analisar as características compatíveis com a abordagem.

Primeiramente, será feita uma breve contextualização da história do jornalismo para ilustrar como, ao longo do tempo e através do trabalho, foi-se construindo uma ideia de "quarto poder" e de credibilidade do jornalismo. Parte dessa história está diretamente relacionada ao avanço das tecnologias de comunicação que, desde a Imprensa de Gutenberg, continuaram evoluindo gradualmente. Embora a imprensa de tipos móveis tenha sido um marco importante para a comunicação, a análise deste trabalho se concentrará a partir do século XX.

O capítulo 2 propõe uma compreensão do contexto em que a credibilidade do jornalismo começou a ser questionada e qual a sua relação com o avanço das redes sociais digitais. Ademais, serão analisados os contextos de falha do jornalismo na sua missão de informar, além das possíveis causas para este cenário e o porquê ele acarreta desconfiança em parte do público.

Como uma alternativa possível nas redes sociais digitais, o jornalismo de soluções apresenta uma interação mais ativa com o público, tendo agora um retorno ativo e instantâneo do conteúdo veiculado. Neste trabalho, serão analisados os mecanismos utilizados, que já incorporam características de um jornalismo mais integrativo. Serão exploradas características, benefícios e impactos na disseminação da informação, bem como suas possíveis aplicações no jornalismo digital.

Além disso, serão avaliadas as dificuldades e limitações enfrentadas na implementação do jornalismo na era digital, considerando fatores como o imediatismo, a resistência de parte do público e da própria imprensa tradicional, bem como os desafios inerentes à apuração de informações em um cenário de sobrecarga de dados e de crescente desinformação.

A relevância deste trabalho se dá pela necessidade urgente de se pensar estratégias de enfrentamento à crise de credibilidade do jornalismo na contemporaneidade, muitas vezes

estimulada por figuras públicas. Neste cenário, o jornalismo de soluções oferece alternativas que corresponsabilizam a sociedade, e a convida a participar da solução, tornando o público um elemento ativo no consumo das notícias. Esse movimento tem o potencial de reduzir a desconfiança e reafirmar o papel do jornalismo como um agente essencial da estrutura da sociedade.

A apresentação e análise do conceito de jornalismo de soluções acontece no capítulo 3, onde é possível demonstrar que a abordagem não apenas contribui para o debate acadêmico sobre as possíveis aplicações da comunicação, mas também fornece *insights* para o cotidiano de profissionais de veículos e plataformas variadas, sendo uma ferramenta cuidadosa e de afeto em um período em que o discurso de ódio contra os jornalistas e comunicadores é demasiadamente normalizado.

Já no capítulo 4, apresentaremos a metodologia do trabalho, bem como desenvolveremos as análises dos objetos escolhidos, a partir do recorte que será estabelecido em uma etapa posterior para, aí sim, chegarmos aos resultados desta pesquisa e às considerações finais.

Neste sentido, o primeiro passo é compreender como se estabelece a questão da credibilidade no jornalismo em um contexto que é globalizado, midiatizado, convergente e cada vez mais perpassado pelo digital.

2. Crise de credibilidade x avanços das redes sociais digitais

O jornalismo, assim como a comunicação, tem passado por transformações profundas causadas pelo avanço das redes sociais digitais e impulsionadas pela digitalização da informação. No modelo tradicional, segundo Traquina (2005), os veículos midiáticos atuavam como *gatekeepers*, ou seja, "guardiões da informação", que detinham o controle sobre a seleção, edição e distribuição de notícias, definindo quais temas chegariam ao público e sob qual perspectiva seriam apresentados. Essa estrutura consolidou a mídia como um dos pilares fundamentais da sociedade, desempenhando um papel central na formação da opinião pública, na fiscalização do poder e na mediação do debate social.

Contudo, a ascensão das tecnologias digitais e a popularização da internet provocaram uma ruptura nesse modelo, descentralizando a produção e distribuição de informações. Na atualidade, qualquer usuário, desde que possua acesso à internet, pode produzir, publicar e compartilhar conteúdos em suas respectivas redes sociais digitais ou criar um site ou blog para veicular estes materiais.

Essa mudança trouxe impactos significativos para a comunicação, dando voz a mais pessoas e iniciando o processo de democratizar o acesso à informação no meio digital. Além disso, permitiu que pautas antes marginalizadas ou ignoradas pela grande mídia ganhassem visibilidade, promovendo maior diversidade no debate na esfera pública, que Becker (2021) conceitua como plataformização da sociedade.

No entanto, esse novo cenário também trouxe desafios complexos, como a rápida disseminação de desinformação, a falta de critérios claros para verificação de fatos e a possibilidade de manipulação do conteúdo por interesses políticos ou econômicos minaram a confiança do público nas instituições jornalísticas. "As plataformas e as mídias sociais diminuíram o controle da produção noticiosa das organizações de mídia, restringindo a autonomia de suas decisões editoriais referentes à curadoria de conteúdos, aos tópicos a serem focados e às reconfigurações dos modos de apresentar as informações" (Becker, 2021, p. 18).

A crise de credibilidade da mídia tradicional decorre, portanto, de múltiplos fatores, incluindo a quebra da expectativa quanto à imparcialidade, a percepção de viés ideológico, a dependência da publicidade nas grandes emissoras e o impacto da velocidade da informação, que muitas vezes compromete a apuração rigorosa dos fatos. Com a hiperconectividade e a exposição

constante a uma avalanche de informações, a dificuldade de diferenciar o que é verídico do que é manipulado aumentou consideravelmente, criando um ambiente propício para incerteza e desconfiança.

Diante das novas dinâmicas apresentadas no cenário, torna-se essencial compreender as mudanças na relação entre mídia e público, bem como os desafios enfrentados pelos jornalistas na era digital em uma profissão que anteriormente era vista como uma fonte exclusiva e confiável de informações.

2.1. De “guardião da notícia” a “mais uma opção”

Historicamente, o jornalismo desempenhou o papel de *gatekeeper*, termo em inglês que pode ser traduzido como “guardião do portão”. Os veículos tradicionais de mídia – jornais impressos, rádio e televisão – eram os principais responsáveis por selecionar, filtrar e distribuir as notícias para o público. Nesse contexto, as decisões editoriais ficavam restritas a jornalistas e editores, que detinham o monopólio da informação e determinavam o que seria noticiado e de que forma, controlando o fluxo de informações. Dessa maneira, a mídia tradicional tinha o poder de estabelecer a agenda pública, influenciando quais temas deveriam ganhar destaque, moldando assim a percepção social sobre determinados acontecimentos e agindo como um construtor de realidades (Verón, 1995).

Esses veículos são, ainda hoje, caracterizados por uma estrutura hierárquica consolidada dentro das organizações de notícias, onde um grupo restrito detém o poder de definir o que é relevante. O modelo jornalístico predominante no século XX se baseava nessa organização, na qual jornalistas e editores tomavam decisões editoriais a partir de critérios jornalísticos e interesses institucionais, determinando o que seria publicado e como a informação seria transmitida ao público.

Ao longo das décadas, essa estrutura consolidou-se, dando forma ao jornalismo profissional e estabelecendo parâmetros rígidos de produção da notícia. Como destacado por Bonetti (2023), esse modelo manteve-se por anos como padrão predominante, com redações compostas por equipes especializadas, incluindo editores, repórteres, fotógrafos, cinegrafistas e redatores, todos responsáveis pela apuração, produção e edição do conteúdo jornalístico. Dessa forma, o processo de comunicação mantinha-se centralizado, garantindo que apenas fontes

verificadas e editores qualificados tivessem o poder de distribuir informações em uma escala massiva.

Esse processo se fundamentava na crença de que a mídia exerce um papel essencial na manutenção da ordem democrática, funcionando como um "quarto poder", responsável por fiscalizar governos e instituições, além de fornecer informações confiáveis para o debate público. Neste cenário, Pereira e Coutinho (2025) refletem acerca da concepção inicial de Esfera Pública de Habermas (1984), em que a imprensa teria a função de fornecer informações para promover o debate público, permitindo que o cidadão tomasse decisões para, assim, combater o poder absolutista do Estado.

A partir de então, evocamos o conceito de "quarto poder" no presente trabalho, por considerarmos o jornalismo enquanto um poder simbólico, autointitulado e que, como parte de suas premissas, fiscalizaria os três poderes constitucionais - Executivo, Legislativo e Judiciário (Pereira; Coutinho, 2025).

Contudo, com a ascensão e o processo de democratização da internet, mais lento nos países subdesenvolvidos, esse modelo tem se transformado. O início do uso das redes sociais digitais marcou também o momento em que a informação se descentralizou, permitindo que qualquer indivíduo com acesso à internet pudesse produzir e compartilhar conteúdos, seja por meio de blogs, canais no YouTube ou plataformas como Classmates, Linkedin, Facebook, Orkut, Twitter, WhatsApp, Instagram e Tiktok, que começaram a surgir nos anos 1990 e tiveram a sua expansão a partir da primeira década dos anos 2000. Essa mudança reduziu o controle das grandes corporações midiáticas sobre o fluxo informacional e criou um cenário de hiperconectividade (Lemos, 2005), no qual diversas vozes em simultâneo disputam pelo engajamento do público.

Acrescenta-se a isso, o fato de que, no ambiente digital, diferentemente dos meios massivos, as relações entre produtor-receptor passaram a ser mediadas por algoritmos (Winques, 2024) e, consequentemente, todos passaram a ter a possibilidade de se tornarem produtores de conteúdo (Castells, 1999). Logo, com o crescimento das redes, o jornalismo perde o lugar de "guardião da informação" e se torna uma opção dentre tantas do meio digital.

Neste cenário, há também a quebra da teoria do Agendamento, a *Agenda-setting,* defendida por Wolf (2001), que afirma que "em consequência da ação dos jornais, da televisão e

de outros meios de comunicação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descuida, realça ou negligencia, elementos específicos do cenário público" (Wolf, 2001, p. 144).

Os usuários ganham cada vez mais espaço na comunicação e passam a evidenciar pautas de grupo como PCDs, LGBTQIAPN+, pessoas pretas e pardas; e começam a revelar os problemas e as falhas do jornalismo tradicional, como por exemplo o questionamento: se pautas como violência contra a comunidade negra no Brasil atravessam a história do país, por qual motivo a grande mídia não noticia esta e outras pautas dos grupos minorizados?

Vale ressaltar que o presente trabalho está de acordo com as reflexões apresentadas por Carmo (2016), logo, entende-se que os termos "grupos minoritários" ou "minorias", não correspondem ao grupo ao qual se refere, devido a questões quantitativas, socioeconômicas e culturais.

Nesse cenário, pode-se dizer que a ascensão das redes, bem como o fenômeno da plataformização da sociedade (Becker, 2021), tem descentralizado o fluxo de informações, bem como vem quebrando a exclusividade da grande mídia e como parte das consequências, trouxe também novos desafios, como a disseminação de desinformação em escala massiva e o questionamento da credibilidade dos veículos tradicionais.

2.2. Falhas que sustentam a crise de credibilidade do jornalismo

Para falar sobre a falha do jornalismo, é imprescindível entender como se formou a confiança nele primeiro. Para Descartes (1988), a dúvida é essencial no processo de construção do conhecimento, pois permite questionar e examinar criticamente as informações antes de aceitá-las como verdade. No jornalismo, esse princípio se manifesta no processo cognitivo do ser humano: ao receber uma informação, é natural que diversas perguntas despontem na mente.

> [...] na iminência de aceitar ou recusar o que nos dizem, tentamos responder aos muitos questionamentos que nós mesmos nos fazemos, buscando silenciar o caos interno e afastar as dúvidas. É um processo intenso e sofisticado que busca criar uma sensação de estabilidade cognitiva (Christofoletti; Becker, 2024, p. 15).

Dessa forma, a confiança no jornalismo se construiu justamente a partir da capacidade dos veículos de comunicação em atender aos critérios: fornecer relatos verificados com maior precisão e com respaldados em evidências; construir e manter uma relação com o público; refletir e representar diversas comunidades, entre outros (Christofoletti; Becker, 2024, p. 24).

No entanto, com as transformações no cenário midiático, essa relação de confiança passou a ser desafiada, e um dos exemplos que melhor expõe essa dinâmica é o das eleições presidenciais dos Estados Unidos no ano de 2016. Hillary Clinton e Donald Trump disputaram a presidência do país, que ocorreu em uma época de intensa polarização política, significativamente influenciadas pela disseminação de desinformação nas redes sociais.

Além disso, o uso de algoritmos e a segmentação de conteúdos reforçaram a criação de bolhas informativas, minando a credibilidade da imprensa tradicional e evidenciando a fragilidade do meio digital na mediação do debate público. Levantamentos do arXiv demonstraram que nos cinco meses que antecederam a eleição no Twitter, agora rede social nomeada X, os boatos foram mais compartilhados pela população do que as notícias devidamente apuradas (Bovet; Maske, 2019), algo que reforça a importância da credibilidade como elemento central no que se refere à informação.

Ademais, identifica-se que questões como a eleição de líderes que propagam discursos de ódio, negacionismo científico, dentre outras questões contribuíram para o que Christofoletti, Bezerra, Huf e Batista (2024) apontam como sendo uma crise de credibilidade:

> Soma-se, ainda, a consagração de líderes neopopulistas como Donald Trump, nos Estados Unidos, e Jair Bolsonaro, no Brasil, – fortemente auxiliados por campanhas de desinformação –, que também tem raízes no fenômeno que se nutre e alimenta intensas polarizações políticas, discursos de ódio e negacionismos científicos. A pandemia de Covid-19 fez soar todos os alarmes sobre os perigos da difusão de informações falsas porque isso não só causava ruído e confusão, como também gerava pânico coletivo, perturbando campanhas massivas de vacinação e incapacitando governos e sociedades para enfrentar a doença (Christofoletti *et al.*, 2024, p. 119-120).

E para além de questões relacionadas à política global e ao poder crescente das *big techs*, Christofoletti, Bezerra, Huf e Batista (2024) apontam para um cenário de queda da credibilidade nas instituições públicas como um todo. “Mais recentemente, pesquisas de opinião pública afirmam que a credibilidade jornalística está em queda, o que acontece também com outras instituições sociais. Entretanto, nem sempre é claro o que é definido como credibilidade e que fatores poderiam ser seus ingredientes” (Christofoletti *et al.*, 2024, p. 121).

Deste modo, é possível apreender que a chamada “crise de credibilidade” da mídia tradicional decorre de múltiplos fatores, dentre eles, a quebra da expectativa do receptor de um jornalismo imparcial, livre de subjetividade e que por vezes carrega problemas, sobretudo no cenário nacional, já que, de acordo com Fonseca (2011), a mídia no Brasil nasce a partir do modelo comercial e dependente de empresários e anunciantes, o que promove um impasse sobre

o exercício do jornalismo independente e sem viés. E ao mesmo tempo, o processo ainda ativo de democratização do acesso à informação evidenciou a capacidade do público de ser crítico, questionador, de cobrar transparência, responsabilidade e precisão dos veículos de comunicação.

> [...] a crise de credibilidade do jornalismo tradicional vem se formando desde a expansão da Internet, com a figura do receptor ativo, o leitor que é também produtor de conteúdos – e que, muitas vezes, exerce também um jornalismo amador nas redes sociais (Petrola, 2018, p. 116).

A confiança do público nas grandes mídias também foi abalada devido à disseminação de notícias manipuladas e ao uso estratégico de informações por grupos políticos e econômicos. Alguns dos próprios veículos de comunicação são projetados para essa crise ao priorizar pautas sensacionalistas ou ao falhar na verificação.

Para explicar um dos motivos pelos quais o jornalismo tem falhado é necessário compreender duas coisas: o tempo e a percepção de tempo. Como Eugênio Bucci já explicou na obra Superindustria do Imaginário (2021), a noção do que é o tempo para a sociedade pode ser medida e comparada com diversos eventos naturais que ocorrem na terra. Mas, nesse caso, usaremos como exemplo o antigo ditado que diz que não é possível banhar-se duas vezes no mesmo rio, porque a água jamais estará novamente no mesmo ponto, daquele mesmo rio. A lógica do tempo segue essa mesma premissa: ele é um fluxo contínuo, impossível de ser controlado ou repetido. Na comunicação, este fato influencia em diversos aspectos do noticiar, desde a definição de uma pauta quente até a perda do *timing* para veicular determinada informação.

Para entender melhor a variedade de perspectivas, é possível refletir acerca da questão: o que representa trinta segundos? Na área da saúde, por exemplo, trinta segundos podem ser a diferença entre a vida e a morte — é tempo suficiente para que um paramédico inicie uma reanimação cardiopulmonar (RCP) e aumente significativamente as chances de sobrevivência de um paciente em parada cardiorrespiratória. No esporte, uma corrida olímpica de 100 metros rasos pode durar menos de dez segundos, o que significa que em trinta segundos, três atletas já podem ter sido coroados campeões. Já na arqueologia, esse mesmo intervalo de tempo representa apenas uma fração mínima de um processo que pode levar meses ou até anos, assim como para um arquiteto ou engenheiro, em que trinta segundos são insuficientes para que qualquer projeto ou construção sejam realizados.

Na Comunicação, no entanto, a percepção do tempo assume uma nova dinâmica. Desde os primeiros períodos da faculdade de Jornalismo, a oralidade é destacada como uma habilidade essencial. Espera-se que profissionais da área saibam não apenas o que comunicar, mas como comunicar da maneira mais eficaz. No contexto das redes sociais digitais, a demanda se intensifica, já que a mensagem deve chegar imediatamente ao público, em vários formatos ao mesmo tempo.

No ambiente digital, muito se aproveita dos ensinamentos da disciplina de Radiojornalismo, onde alunos de comunicação aprendem a administrar o tempo do rádio. As dinâmicas das plataformas digitais e do Radiojornalismo são semelhantes nos aspectos da velocidade, da oralidade e da possibilidade de noticiar ao vivo algum fato e por consequência do dinamismo do rádio, aprender também a medir as palavras pelo tempo.

Se um indivíduo pode pronunciar entre 150 e 200 palavras por minuto, em trinta segundos ele pode comunicar entre 75 e 100 palavras. Esse tempo é crucial para a oralidade do jornalismo no meio digital em plataformas como o Instagram, onde a informação deve ser transmitida rapidamente. Em postagens como os stories, a expectativa é que as respostas às perguntas essenciais do jornalismo —"Quem?", "Onde?" e "Quando?"— sejam entregues de forma direta e eficiente.

> Nossa matéria deve responder, imediatamente, às questões clássicas: o que aconteceu?, como aconteceu?, quando aconteceu?, onde aconteceu? e por que aconteceu? Muitas matérias estão inseridas em noticiários e, por isso, devem ser curtas (Campos, 2003, p. 13).

Ao mesmo tempo que, na arqueologia, representa apenas um instante dentro de um longo processo investigativo, torna-se excessivo quando aplicado ao consumo de notícias nas redes sociais. Os usuários esperam que a informação seja propriamente apurada e entregue com rapidez, independentemente da complexidade do tema.

A dinâmica de consumo nessas plataformas determina como o conteúdo deve ser estruturado: quanto mais rápido e acessível, maior a chance de engajamento e compartilhamento. Como Campos (2003) reitera, "A necessidade da urgência na divulgação de um fato não significa esquecer o princípio ético de só se transmitir a notícia que se tenha testemunhado ou que já esteja confirmada. A urgência deve ser conjugada à precisão. A credibilidade é fundamental" (Campos, 2003, p. 14).

Nas redes sociais digitais existe o fenômeno da conectividade em que há uma multiplicidade de perfis “noticiando”. No ímpeto do usuário de saber mais sobre determinados assuntos de forma rápida, a conferência de dados e a procedência do perfil ficam em segundo plano.

Ademais, a falta de regulação ativa das plataformas digitais no Brasil e a ausência de responsabilização na forma da lei permitem que a desinformação e que os boatos se espalhem com rapidez e alcancem um público massivo antes mesmo de serem verificadas, apesar das agências de verificação já serem normalizadas.

Por fim, reitera-se que no âmbito dos poderes constitucionais também há debates, ainda que inclusivos, acerca do tema. Exemplo disso é a PL 2630/2020, proposta pelo senador Alessandro Vieira, do partido Cidadania, em Julho de 2020, nomeada a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, mas que até o momento segue sem ser acatada pelo Legislativo.

2.3. Novas formas de informar

O entendimento de que é necessário novas formas de comunicar é uma pauta discutida e com relevância nas universidades e nos veículos de comunicação, já que vivemos em um ambiente cada vez mais convergente (Jenkins, 2009) e experimentamos uma sociedade cada vez mais plataformizada (Becker, 2021) e multitelas (Finger, 2013). Compreender a dinâmica e as demandas de cada rede social digital, o consumo dos usuários e as relações estabelecidas com as plataformas, as dinâmicas que geram *likes* e compartilhamentos, ou seja, o engajamento, se tornou tão necessário quanto compreender a dinâmica de mercado em si.

O processo de comunicar em si pode ser caracterizado como uma rede social, a conversa com amigos em um bar, uma sala de aula ou a interação com o caixa no mercado independem do ambiente digital para acontecer. Mas, as redes sociais digitais na atualidade representam uma importante ferramenta essencial não somente para a comunicação, mas também para a forma como a vida de parte da humanidade se organiza, visto que alguns desses processos foram “recriados” no ambiente online, hoje, é possível comunicar-se com um grupo de amigos através do *WhatsApp,* assistir aulas online no YouTube ou no Classroom e fazer compras diretamente pelos aplicativos e *websites* dos mercados.

Entretanto, principalmente para o jornalismo, a digitalização do processo de comunicação representa um maior alcance na capacidade de fazer conexões, e portanto, maior capacidade de distribuição de notícias e de interação do público com a informação, já que, segundo Recuero (2009), as redes sociais na Internet podem ser muito maiores e até mesmo mais amplas do que as redes offline, sobretudo pelo seu potencial de informação que se estabelece a partir das conexões, do ambiente online e das possibilidades de se curtir, comentar, compartilhar e ainda produzir novos materiais.

Assim, faz-se necessário destacar que cada plataforma possui características específicas, que são utilizadas estrategicamente para atingir diferentes públicos e adaptar o conteúdo conforme o formato mais adequado, a relação "YouTube > Instagram" ou "YouTube > Tiktok" é marcada por uma simbiose, onde o conteúdo pensado para o YouTube, que é mais denso e possui a possibilidade de ser mais longo, pode gerar os chamados "cortes", que são os trechos mais curtos e com maior chance de se tornarem conteúdos virais.

Ou seja, uma mesma empresa pode optar por informar em diferentes plataformas, que representam os "espaços públicos mediados" (Boyd, 2007). Para compreender a ideia basta refletir acerca do jogo online, o *Habbo Club*[1], lançado no ano 2000 e considerado pela própria plataforma como um "mundo virtual", um universo onde você pode caminhar, vestir-se, conhecer pessoas e se relacionar, tudo pela aba do navegador.

O conceito se expande para todas as demais redes sociais mediadas pela internet, tratadas hoje como redes sociais digitais, já que são construídas a partir de seus usuários e dos novos atores sociais (Pereira; Coutinho, 2025), ou seja, todos inseridos nesses espaços mediados pela tecnologia estão de alguma forma comunicando e, ou, consumindo informação, e apresentando suas respectivas "personas digitais".

Cabe destacar que nem todas as plataformas digitais apresentam, obrigatoriamente, um personagem animado, mas é comum a criação de um perfil, associado a uma conta de e-mail ou número de telefone que identifique o usuário para que este possa, a partir daí, fazer parte da comunidade online de uma determinada rede social digital.

Trazendo essa reflexão para a atualidade, os atores digitais diversos disponibilizam conteúdos para os seus próprios nichos, onde o público consome publicações de seus interesses. Temos como exemplo influenciadores digitais, como Gabriela Prioli e Drauzio Varella; coletivos

[1] Disponível em: https://www.habbo.com.br

de comunicação independentes, como Mídia Ninja e Agência Pública que produzem reportagens e narrativas alternativas às da mídia tradicional; canais de *fact-checking*, ou seja, canais de verificação de informações virais, como Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake, que colaboram no combate à desinformação; os ativistas digitais e movimentos sociais, como o Sleeping Giants Brasil, que pressiona empresas a retirarem anúncios de sites que propagam desinformação; e jornalistas e portais de notícias independentes, como o Intercept Brasil e a Daniela Arbex, divulgando o produto jornalístico de suas respectivas investigações; que atuam em *blogs*, *newsletters, websites* e redes sociais. Segundo o levantamento da parceria entre We Are Social e Meltwater, as redes sociais digitais mais acessadas e utilizadas, no ano de 2024 no Brasil são o WhatsApp, seguido do YouTube, Facebook e Instagram (Kemp, 2024).

A diversidade de formatos e linguagens colabora com a democratização da informação, transformando o contato com o público mais acessível e personalizado, o que tem o potencial de representar diferentes segmentos e nichos da sociedade. No entanto, é necessário compreender que a mediação dos algoritmos (Winques, 2024) é um fenômeno característico da era digital e que intensifica a polarização, uma vez que as chamadas "bolhas" são constantemente alimentadas por conteúdos que geram maior engajamento.

Na era digital, uma abordagem jornalística praticada ao longo dos anos ganha nome, conceito e características básicas: o “JOSO” - Jornalismo de Soluções (Simões, 2022), que surge como uma possibilidade alternativa de comunicação, e se tornam viáveis a partir da reflexão de Recuero (2009) que demonstra o potencial da manifestação e da mobilização nos ambientes digitais: “as redes sociais, enquanto circuladoras de informações, são capazes gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida em que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais” (p. 47).

Diferente do modelo convencional, que frequentemente enfatiza problemas e crises sem apresentar alternativas, essa vertente busca aprofundar as reportagens ao evidenciar iniciativas concretas que propõem respostas para os desafios contemporâneos.

No Brasil, alguns dos exemplos de perfis que se enquadram na abordagem de Jornalismo de Soluções são: Razões para Acreditar, que equilibra a narrativa jornalística com soluções positivas, destaca histórias inspiradoras e iniciativas solidárias; o Catraca Livre, em sua fase inicial, que promovia informação acessível sobre oportunidades culturais, sociais e educacionais gratuitas ou de baixo custo; e Agência Mural, que produz reportagens sobre periferias urbanas e

dá visibilidade a iniciativas locais que promovendo um impacto positivo em comunidades marginalizadas. Além de informar, essa abordagem do jornalismo assume um papel mais integrativo, contribuindo para a formação de um público mais engajado e participativo. O Jornalismo de Soluções não propõe ignorar as dificuldades ou fantasiar a realidade, mas oferecer uma visão mais ampla e contextualizada acerca das situações, demonstrando que, mesmo diante dos problemas, existem caminhos possíveis para a transformação social.

Todos os atores digitais mencionados anteriormente marcam presença em, no mínimo, duas das plataformas digitais mais acessadas no Brasil, como WhatsApp, Instagram, YouTube e TikTok. Essa presença diversificada permite que o conteúdo produzido por eles tenha a possibilidade de alcançar públicos distintos, considerando as características e dinâmicas específicas de cada plataforma.

Assim, a variação no alcance dos perfis, que ocorre frequentemente em função do meio digital utilizado, não apenas expande o repertório informativo da sociedade, mas proporciona acesso a diferentes perspectivas e conteúdos, além de fortalecer o senso de comunidade e a corresponsabilidade na busca por mudanças significativas.

3. Jornalismo de Soluções

Após abordar os desafios contemporâneos da credibilidade jornalística no capítulo anterior, o presente capítulo explora uma alternativa que vem ganhando espaço nas redações em diversos países do mundo: o Jornalismo de Soluções. Mais do que uma técnica, trata-se de uma abordagem que propõe um novo olhar para a cobertura de temas sociais, respondendo às transformações no consumo de notícias e às demandas por um jornalismo mais engajado, responsável e transformador.

A partir de uma abordagem promissora no que concerne ao enfrentamento crise de credibilidade da mídia, como exposto no capítulo anterior, o Jornalismo de Soluções se apresenta como uma possibilidade que permite que o público participe ativamente do processo informativo e, portanto, assuma uma co-responsabilidade ao levantar pautas de maior relevância para a comunidade, sobretudo em temas frequentemente negligenciados pela grande mídia. Essa estratégia enriquece o debate público e resgata a confiança do cidadão na informação e na transformação social através da comunicação.

Além disso, a análise dos mecanismos do Jornalismo de Soluções apresenta os potenciais que a abordagem oferece, sendo uma alternativa viável para jornalistas em um contexto de polarização e hostilidade, contribuindo para um jornalismo mais empático e responsável em tempos de discursos de ódio e desinformação. Deste modo, profissionais de comunicação têm a oportunidade de explorar e implementar práticas do Jornalismo de Soluções para fortalecer a confiança no público e promover uma interação mais saudável e forte.

Para compreender o potencial desta proposta, serão apresentados a seguir, os fundamentos que caracterizam o Jornalismo de Soluções, no 3.1; os equívocos mais comuns sobre sua prática, assunto a ser trabalhado no 3.2; e uma retomada dos princípios que orientam sua aplicação por meio de exemplos em coberturas jornalísticas, que não foram produzidas à partir da abordagem, mas que utilizam de elementos do JOSO, temática a ser abordada no 3.3.

3.1. O que é Jornalismo de Soluções

O cenário comunicacional contemporâneo é atravessado por mudanças no comportamento do público frente às notícias, especialmente após a pandemia de Covid-19. Um

dos efeitos mais notáveis foi a redução no consumo de notícias com teor negativo, segundo pesquisa do Instituto Reuters[2], da Universidade de Oxford, Reino Unido:

> Ao mesmo tempo, verificamos um aumento na evasão seletiva de notícias. Cerca de quatro em cada dez pessoas (39 %) afirmam agora que às vezes ou frequentemente evitam o noticiário — um crescimento de 3 pontos percentuais em relação à média do ano passado — com aumentos mais significativos no Brasil, Espanha, Alemanha e Finlândia (Newman *et al.,* 2024, p. 11).

Essa tendência, muitas vezes associada ao fenômeno do "*doomscrolling*" - hábito de rolar o feed atrás de notícias negativas - (Satici *et al.*, 2023), sobretudo durante os momentos mais críticos da pandemia, gerou uma exaustão informativa e contribuiu para um afastamento gradual do público em relação ao jornalismo tradicional. Essa seletividade de consumo torna-se um desafio concreto para o campo jornalístico, exigindo novas estratégias narrativas para reconquistar a atenção da audiência.

Neste contexto, o Jornalismo de Soluções (JOSO) representa uma possibilidade de contornar a crise de desinteresse do público, ao priorizar a apresentação de iniciativas voltadas para a resolução de problemas reais, em vez de se limitar a relatar suas consequências, o JOSO rompe com a lógica do sensacionalismo ou do negativismo dominante, sem, no entanto, negligenciar os fatos.

Como defende Jemima Bispo Sanches (2024), a proposta do jornalismo de soluções se sustenta na lógica de que a denúncia precisa ser acompanhada da investigação para além dos fatos, incluindo também "o que está sendo feito" e “quais caminhos têm gerado efeitos positivos”.

> À medida que o público evita notícias negativas e tem percepções de risco que se fraturam nas ecologias polarizadas da mídia, os jornalistas vão sendo chamados a contar histórias envolventes e otimistas sobre o futuro. Consequentemente, o Jornalismo de Soluções (JS) passou a ser tematizado em âmbito global, resultando em uma pluralidade de novas práticas focadas em respostas propositivas (Bispo Sanches, 2024, p. 74).

Para a autora, esse tipo de narrativa é uma forma de restabelecer a confiança do público, apresentando reportagens que investigam soluções já em andamento, com base em dados, limitações e efeitos mensuráveis. Nesse sentido, o jornalismo deixa de ser apenas uma ferramenta de alerta para assumir o papel de guia crítico sobre “quem está mostrando o caminho” (Beers, 2006).

---

[2] Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

Ao abordar a perspectiva do Jornalismo de Soluções, Bispo Sanches (2024) recorre ainda à Rede de Jornalismo de Soluções (RJS), fundada em 2013 com o objetivo de complementar e fortalecer a cobertura de problemas a partir de um "jornalismo focado na cobertura de soluções para os problemas sociais, com o problema de investigar e explicar, de forma crítica e lúcida, como as pessoas tentam resolver problemas amplamente compartilhados" (Bispo Sanches, 2024, p. 82).

Tendo como ponto de partida a perspectiva de ultrapassar a denúncia, o Jornalismo de Soluções surge com enfoque em ampliar investigação para respostas concretas a problemas sociais, analisando como funcionam, quais resultados produzem e quais limitações enfrentam, "As histórias são capazes de fornecer aos cidadãos dados e experiências da vida real a partir dos quais se pode fazer julgamentos sobre como responder às injustiças e, coletivamente, escolher um caminho diferente" (Beers, 2006, p. 122, tradução nossa). Trata-se, de acordo com Bispo Sanches (2024), de uma abordagem baseada em evidências, que busca compreender, contextualizar e divulgar iniciativas com impacto mensurável e potencial de replicação.

> [...] uma abordagem mais precisa em relação à realidade: um jornalismo focado na cobertura de soluções para os problemas sociais, com a promessa de investigar e explicar, de forma crítica e lúcida, como as pessoas tentam resolver problemas amplamente compartilhados (Bispo Sanches, 2024, p. 82).

Segundo uma das principais referências do Brasil na abordagem, Simões, afirma que o JOSO "não ignora os problemas, mas, a partir deles, propõe caminhos para a construção de uma sociedade estruturada pela justiça social" (Simões, 2024, p. 9). Através desse contato com o público, onde o jornalismo propõe a cooperação e a partilha da responsabilidade das soluções, o que fortalece o vínculo entre a mídia e a sociedade através do engajamento e da elaboração conjunta de respostas aos desafios apresentados no cotidiano da comunidade.

Ademais, o autor destaca que o JOSO: "inova ao romper com a lógica, predominante nas rotinas produtivas jornalísticas tradicionais, de destacar problemas sociais e quase ignorar as soluções para as mazelas" (Simões, 2022 *apud* Farias, 2022, p. 52) e, neste sentido, traz uma nova abordagem em que o enfoque é muito mais em trazer implicações e resoluções do que propriamente desdobrar os acontecimentos a partir de suas causas e naturezas.

Tal concepção é reforçada por Jemima Bispo Sanches ao recusar a ideia de que o Jornalismo de Soluções constitui um "movimento". Para a autora, trata-se de uma prática profissional, passível de ser aplicada e avaliada com base em parâmetros empíricos, e não um

posicionamento ideológico ou ativista. “O Jornalismo de Soluções é considerado consensualmente como ‘prática’, e não como ‘movimento’” (Bispo Sanches, 2024, p. 74). Essa distinção é relevante neste contexto por demarcar seus limites editoriais e reforçar seu compromisso com o rigor jornalístico.

Retornando à perspectiva da pandemia de Covid-19, por exemplo, o JOSO se destacou como uma estratégia editorial relevante. Isso porque, ao invés de limitar-se à cobertura da crise sanitária e econômica, o modelo buscou viabilizar ações solidárias, estratégias de saúde mental e práticas comunitárias de enfrentamento da emergência (Reis; Freitas, 2024, p. 26).

Além disso, a seletividade no consumo também se conecta à atenção seletiva, conceito amplamente debatido por estudiosos da comunicação. Neste sentido, Prado (2017) ao citar Iyengar e Kinder (1987), afirma que "a base psicológica de ativação do público (*priming*) é sua atenção seletiva. Nesse sentido, as pessoas não prestam atenção a tudo, nem podem fazê-lo, devido a uma limitação de capacidade cognitiva dos seres humanos e da capacidade da agenda do público (Iyengar; Kinder, 1987, *apud* Prado, 2017 p. 337). Essa limitação natural torna a disputa por atenção ainda mais acirrada no ambiente digital, onde múltiplas narrativas competem simultaneamente.

Para enfrentar esse desafio, o Jornalismo de Soluções adota uma lógica construtiva que mobiliza a atenção por meio de histórias baseadas em proximidade, utilidade e possibilidade de participação social. Segundo a tabela elaborada por Sanches Bispo (2024), a construção de uma narrativa de soluções segue seis etapas fundamentais, que contribuem diretamente para uma maior conexão com o público.

Tabela 1: Etapas para a criação de uma história de soluções

Etapa	Ação
01	Identificar problema ou tópico relevante: p. ex., mudança climática, segurança pública, baixas taxas de conclusão dos estudos.
02	Questionar: o que falta no debate público? Existe falta de conscientização sobre o problema? Se as lacunas da conversa pública incluírem "O que poderia ser feito sobre isso?" e "Quem está fazendo um trabalho melhor ao lidar com esse problema?", então a história é boa candidata para uma investigação no âmbito do JS.
03	Buscar exemplos para histórias de JS. "Existem lugares que se saíram melhor do que a média? Existem respostas dignas de nota para o problema?" Veja nossas dicas na seção "Como encontro uma história orientada a soluções" para guiá-lo.
04	Procurar evidências: "Existem lugares que se saíram melhor do que a média? Existem respostas dignas de nota para o problema?"
05	Relatar a história: se houver várias respostas operando de maneiras diferentes, a história pode ser candidata a uma série maior sobre o assunto.
06	Após a publicação, promover e interagir com os leitores/ouvintes/espectadores.

Fonte: Bispo Sanches (2024)

Essa estrutura não somente responde ao desinteresse pelo noticiário negativo, como também se alinha ao modo como o cérebro humano processa e seleciona informações. Histórias que mostram caminhos possíveis e abrem espaço para a ação ativam áreas cognitivas diferentes, despertando esperança, empatia e identificação — fatores que ampliam a retenção da atenção e incentivam o compartilhamento.

Dessa forma, ao atuar como ponte entre denúncia e mobilização, o Jornalismo de Soluções se apresenta não só como um modelo ético e responsável, mas como uma estratégia de sobrevivência do jornalismo diante da saturação informativa e da fragmentação das audiências. Ele oferece respostas práticas aos dilemas contemporâneos da comunicação, ao mesmo tempo em que fortalece o compromisso com o interesse público e com a função transformadora da mídia.

Casos de redações que têm adotado a abordagem demonstram seu potencial de aplicação em diferentes contextos e formatos. De acordo com levantamento da Rede de Jornalistas Internacionais, veículos como Seattle Times, El País e a BBC vêm incorporando pautas orientadas para soluções como forma de responder a demandas específicas de suas audiências.

No Brasil, experiências como a da Agência Mural mostram como a metodologia pode ser utilizada para valorizar pautas locais e dar visibilidade a iniciativas comunitárias, explorando a proximidade com o público e a relevância social das histórias. Esses exemplos reforçam que, quando aplicada com rigor metodológico, a prática não apenas amplia o engajamento, mas contribui para a construção de narrativas mais equilibradas e socialmente úteis.

No entanto, apesar de a abordagem parecer ampla e diversificada, não é somente pelo fato de trazer "soluções" na matéria que estamos trabalhando com um conteúdo específico do jornalismo de soluções, o que nos leva a pensar sobre o outro lado da moeda, ou seja, o que não é jornalismo de soluções.

3.2. O que não é Jornalismo de Soluções

Apesar de apresentar diversas potencialidades, o Jornalismo de Soluções é muitas vezes mal compreendido e confundido com outras práticas que não compartilham de seu rigor investigativo, nem de seus objetivos sociais. Parte dessas distorções pode ser explicada à luz da relação entre o jornalismo e a teoria do enquadramento: como observam Mendonça e Simões (2012), o modo como uma prática jornalística é apresentada — ou enquadrada — afeta diretamente sua recepção e sua interpretação.

Quando o JOSO é apresentado por meio de molduras que priorizam o otimismo, a emoção ou a motivação, ele corre o risco de ser confundido com jornalismo leve ou opinativo, perdendo sua ancoragem investigativa e crítica.

As críticas ao Jornalismo de Soluções apontam, especialmente, para possíveis desvios do cerne do jornalismo tradicional, em particular no que diz respeito ao seu compromisso normativo e temporal. Por se distanciar dessa lógica tradicional da "denúncia temporal" presente no jornalismo tradicional, frequentemente o JOSO é desvalorizado ou colocado à margem das redações convencionais, como se fosse um jornalismo "acessório" ou "menor", o que revela

disputas internas ao campo jornalístico sobre o que se considera relevante ou válido em termos profissionais.

Como alerta Dodd (2021), atualmente, as notícias se limitam a cobrir fatos e eventos imediatos e, neste sentido, uma abordagem focada em soluções poderia exigir a cobertura ampliada de jornalistas, levando os profissionais a criarem possíveis desfechos e até mesmo o que o autor chama de “futuros utópicos”, o que implicaria no deslocamento do foco temporal do “aqui e agora” para o que “pode vir a ser”, ou seja, trazer perspectivas futuras.

Nessa mesma direção, Beers (2006) observa que, ao especular sobre possíveis soluções, bem como compreender quem de fato mostraria o caminho, o jornalismo arriscaria perder sua âncora factual imediata. Deste modo, surge um impasse entre o jornalismo realizar coberturas de forma objetiva e baseada nos fatos e, desenvolver narrativas aprofundadas no sentido de não somente informar, como também buscar as resoluções que estão sendo aplicadas no contexto da notícia, e portanto, desfechos, caminhos e soluções para as questões apresentadas.

Mesmo após aprofundamento na leitura sobre o tema, é possível que haja interpretações equivocadas acerca do conceito. Isso ocorre também em função das controvérsias em torno de práticas emergentes baseadas em soluções que, mesmo após uma primeira aplicação, permanecem controversas, como aponta Bispo Sanches (2024), ao destacar que parte da crítica recai sobre o risco de confundir a proposta com ativismo ou defesa de interesses específicos. Deste modo, a atuação seria muito mais como um jornalismo interessado e subjetivo e não como uma prática de soluções.

Além disso, para alguns críticos, como Haas (2006), há temáticas que não possuem soluções simples e, com isso, não é papel do jornalismo apresentar soluções e nem tomar partido em perspectivas complexas e de caráter político/social. Para o autor, comunicar soluções poderia gerar embates entre a imparcialidade e a “advocacia política”, que consistiria em tomar partido para um dos lados da notícia, de modo que o jornalismo assumiria funções que não são de sua competência.

A seguir, a tabela apresenta exemplos de conteúdos que comumente são confundidos com o JOSO, mas que dentro da compreensão do que é a abordagem, refletem enquadramentos equivocados da proposta, conforme reflexões a partir da tese de Jemima Sanches Bispo (2024).

Tabela 2: O que não é Jornalismo de Soluções segundo Bispo Sanches (2024)

Tipo de conteúdo equivocado	**Por que não é JOSO:**
Reportagem com “culto ao herói”	Exaltação de figuras individuais é rejeitada pela prática. O foco está nas ações coletivas e nos processos sociais.
Reportagem “chapa-branca”	O JOSO não suaviza críticas nem ignora falhas; mantém independência editorial e investigação crítica.
Conteúdo de assessoria	Não visa promoção institucional ou de marcas; parte da lógica do interesse público e da apuração rigorosa.
Apenas pesquisa ou teoria	A prática exige iniciativas concretas e testadas, e não apenas reflexões teóricas ou análises de conjuntura.
Jornalismo opinativo ou ativista	Embora tenha função pública, o JOSO não se confunde com militância nem defesa explícita de soluções específicas.
Matéria leve ou motivacional	As histórias de soluções se baseiam em evidências e resultados, não em narrativas superficiais ou de entretenimento.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bispo Sanches (2024)

O Jornalismo de Soluções, ao focar em ações comunitárias ou empreendedoras, pode ainda invisibilizar a necessidade de políticas públicas estruturais, especialmente quando se exalta o “empreendedorismo social” como solução universal. Ainda que reconheça o valor de iniciativas locais, a abordagem pode incorrer em um desequilíbrio quando prioriza respostas da sociedade civil organizada em detrimento da cobrança por políticas públicas.

Como alerta Bornstein (2004), o destaque dado a atores empreendedores — que frequentemente ocupam lacunas que deveriam ser preenchidas pelo Estado — revela uma tendência do Jornalismo de Soluções a midiatizar a ação comunitária como salvadora, o que pode reforçar a desresponsabilização estatal e o deslocamento da solução para o campo privado e voluntário.

Os elementos que caracterizam a abordagem reforçam que o JOSO não é superficial, motivacional ou decorativo, mas que trata-se de uma prática jornalística comprometida com o interesse público, com a checagem rigorosa e aprofundada das informações e com a capacidade de ampliar repertórios sociais a partir de exemplos reais de superação e enfrentamento de desafios vividos diariamente pela sociedade.

O olhar jornalístico da prática de JOSO não contenta-se com culpados, análises da história e constatações do passado, mas engloba também um termo popular na publicidade, denominado "*call to action*" — cujo conceito e tradução significa “chamar para ação” —, quando demonstra o caminho de possíveis soluções para um resultado diferente e evoca o leitor a ação, conforme pontuado por Bispo Sanches (2024): “trata-se, portanto, de apresentar mais “o que pode dar certo amanhã e quem está mostrando o caminho” do que se voltar a entender “o que deu errado ontem e quem é o culpado” (Beers, 2010, p. 121).

As críticas apresentadas neste subcapítulo não significam a negação da prática do Jornalismo de Soluções, mas indicam a necessidade de um olhar mais criterioso sobre sua potencialidade, e aos seus limites conceituais e práticos. Como pontua Bispo Sanches (2024), a proposta não abdica da crítica jornalística, mas amplia seu foco ao investigar também as respostas possíveis aos problemas sociais.

Ainda assim, é necessário atentar para os riscos de distorção conceitual, especialmente em enquadramentos que priorizam emoção ou otimismo em detrimento da apuração aprofundada. Esse desafio é evidenciado por Rieger e Girardi (2024), que identificam produções interpretadas como JOSO, mas esvaziadas de análise crítica, funcionando mais como símbolo de conforto do que como instrumento de transformação. Nessas circunstâncias, o discurso de soluções pode resvalar para a superficialidade, tornando-se apenas “mais do mesmo” (Rieger; Girardi, 2024, s.p.).

Com o objetivo de evitar esse esvaziamento, a *Solutions Journalism Network* estabelece critérios que diferenciam o JOSO de conteúdos ditos “meramente inspiradores”. Rowe (s.d.) ressalta a importância de reconhecer os limites entre práticas jornalísticas de soluções e relatos que aparentam positividade, mas carecem de rigor investigativo.

Nesse sentido, a própria SJN adverte contra os chamados “impostores do jornalismo de soluções”, alertando que nem todo conteúdo propositivo é, de fato, Jornalismo de Soluções, ou simplesmente jornalismo — especialmente quando falta aprofundamento na apuração, análise crítica e evidência do que funciona e por quê (*Solutions Journalism*, 2016, s. p., tradução nossa). A ausência desses elementos pode comprometer sua função pública do JOSO, já que, ao omitir limitações, falhas ou o contexto estrutural das iniciativas retratadas, corre-se o risco de criar uma percepção distorcida da realidade.

Tal distorção transforma o Jornalismo de Soluções em uma vitrine de boas intenções, desconectada do rigor investigativo que sustenta sua legitimidade. Por isso, a SJN enfatiza que não basta mostrar “o que funciona”: é necessário explicar por que funciona, como funciona e em quais condições pode ou não ser replicado, garantindo pluralidade de vozes e independência editorial.

Assim, as críticas expostas neste subcapítulo reforçam que o Jornalismo de Soluções não deve ser visto como um substituto para o jornalismo investigativo tradicional, mas como uma ampliação dele — uma prática que, para se manter legítima, precisa equilibrar inspiração e evidência, mobilização e verificação, um futuro desejável e a factualidade imediata. Esse equilíbrio é essencial para que o JOSO cumpra seu potencial de ampliar repertórios sociais e fortalecer o papel público do jornalismo, evitando cair em reduções narrativas que, ao invés de transformar, apenas confortam.

3.3. Aplicações dos fundamentos do JOSO na prática

Revisitando os seis passos de atuação do Jornalismo de Soluções, conforme proposto por Bispo Sanches (2024), apresentamos um exemplo inicial que ilustra a aplicação prática desses princípios. Trata-se do caso do sequestro dos ativistas Greta Thunberg e do brasileiro Thiago Ávila pelo exército de Israel, ocorrido em meio ao conflito na Faixa de Gaza.

Diferentemente de uma abordagem jornalística convencional, que se limitaria a relatar os fatos, o perfil The Intercept Brasil, que se autodefine em seu site oficial como um veículo dedicado ao “jornalismo investigativo destemido e combativo”[3], vai além. Em sua conta no Instagram, o The Intercept Brasil não apenas notifica o público sobre essa questão social de relevância, mas também fomenta o debate de maneira aprofundada e contextualizada.

Isso inclui a divulgação de uma ação específica, detalhada na primeira lâmina (capa) da publicação, que estimula a reflexão e o engajamento do público em torno do tema.

[3] Disponível em: https://www.intercept.com.br/

Imagem 1: Postagem The Intercept Brasil sobre sequestro de ativistas por parte de Israel

Fonte: Perfil do The Intercept Brasil no Instagram

A seguir, pensando em uma aplicação do Jornalismo de Soluções, os próximos passos apontados por Bispo Sanches (2024) seriam: questionar lacunas no debate público, abrindo espaço para perguntas que ainda não foram suficientemente abordadas; ir além da notícia, buscando exemplos concretos de ações que geraram impacto positivo; busca por evidências e dados verificáveis sobre os resultados dessas iniciativas; desenvolvimento de soluções com diversidade de vozes e formatos, ampliando a identificação do público; fomento à interação e promoção do engajamento com os leitores, fortalecendo vínculos e dando continuidade à discussão. Tais perspectivas podem ser observadas na imagem abaixo.

Imagem 2: Postagem The Intercept Brasil com chamado à manifestação de usuários

Fonte: Perfil oficial no Instagram do Intercept Brasil

A iniciativa do perfil resultou em um movimento de brasileiros mandando e-mails para o Ministério de Relações Exteriores, responsável pelo bem estar dos sequestrados, a pauta teve um alcance que "furou a bolha" das mídias através do compartilhamento do tema. O mesmo movimento foi observado em outras páginas, que não serão citadas neste trabalho.

A seguir um exemplo voltado à cobertura da desinformação em saúde nos Estados Unidos. A matéria publicada no portal *Word In Black*, intitulada "*Don't Trust RFK Jr.? – Here's Where to Find Reliable Vaccine Information*"[4] — título traduzido como "Não confia em RFK Jr.? Veja onde encontrar informações confiáveis sobre vacinas" — , apresenta a constatação de que

[4] Disponível em: https://wordinblack.com/2025/07/dont-trust-rfk-jr-heres-where-to-find-reliable-vaccine-information/

discursos antivacina reproduzidos por figuras públicas, como Robert F. Kennedy Jr., têm alcançado públicos vulnerabilizados, inclusive dentro das comunidades negras, e contribuído para o aumento da hesitação vacinal e da desinformação em saúde.

A proposta editorial do *Word In Black*, apresentada em sua seção "Sobre nós"[5], destaca o compromisso do coletivo com o fortalecimento da justiça e da equidade racial por meio da informação. Organizado por 10 jornais históricos da imprensa negra norte-americana — O AFRO, The Atlanta Voice, Dallas Weekly, Houston Defender, Michigan Chronicle, New York Amsterdam News, Sacramento Observer, Seattle Medium, St. Louis American, Washington Informer —, o veículo atua com base em dados, pesquisa e mobilização comunitária, o que aproxima sua linha editorial dos fundamentos do Jornalismo de Soluções, ainda que não adote diretamente a abordagem como base para construção das matérias.

Imagem 3: Publicação do Word in Black em seu site com indicativo sobre onde encontrar informações confiáveis sobre vacinas

Fonte: Página oficial do Word In Black

Na matéria escolhida para a análise, observa-se o primeiro passo do JOSO: a identificação de uma lacuna no debate público, ou seja, a carência de fontes acessíveis e confiáveis de informação sobre vacinas voltadas à população negra. Ao invés de apenas alertar sobre os perigos dos discursos de RFK Jr., a reportagem vai além da denúncia, apresentando fontes científicas e canais de informação baseados em evidências. Essa escolha contribui para a formação do olhar crítico do público, sem recorrer à escandalização e sensacionalismo.

Outro aspecto importante é a busca por evidências, matéria se destaca pela apuração qualificada, articulando uma narrativa fundamentada em dados, com links para instituições como

[5] Disponível em: https://wordinblack.com/about-us/ e https://wordinblack.com/2025/07/dont-trust-rfk-jr-heres-where-to-find-reliable-vaccine-information/

o *Healthy Children*, *Guideline Central* e CIDRAP[6], além de especialistas e pesquisadores da área de saúde. Tais recursos representam a etapa de verificação e aprofundamento, fundamental para a credibilidade e utilidade da informação proposta, escolha que demonstra o comprometimento do veículo em informar à população e contribuir para a formação de um olhar crítico do público, sem recorrer à escandalização ou ao sensacionalismo. Esse movimento trata-se de um exemplo de algumas etapas essenciais do Jornalismo de Soluções, em que a verificação rigorosa das informações e o aprofundamento analítico são tratados como eixos centrais da produção jornalística, assim como demonstram um "caminho possível" para os leitores.

O caso do *Word in Black* demonstra de que forma o Jornalismo de Soluções (JOSO) pode atuar como uma ferramenta poderosa para preencher lacunas informativas e empoderar comunidades, promovendo um jornalismo que não apenas denuncia, mas também oferece caminhos e fortalece a participação social.

Essa abordagem, centrada na apuração rigorosa, no uso de evidências científicas e na construção de narrativas propositivas, demonstra o potencial do JOSO para transformar a relação entre mídia e público, especialmente em contextos de desinformação e polarização. A análise desse exemplo abre caminho para uma investigação mais profunda sobre como o JOSO se estrutura e se consolida em plataformas digitais, onde a disseminação de informações enfrenta novos desafios e oportunidades.

Após este exercício inicial, o próximo capítulo, dedicado à metodologia e análise, nos permitirá explorar como iniciativas como a *Solutions Journalism Networ*k utilizam redes sociais digitais para promover essa abordagem, conectando teoria e prática na construção de um jornalismo mais engajado e transformador.

---

[6] Disponível em: https://www.healthychildren.org/, https://www.cidrap.umn.edu/anti-science/rfk-announces-new-acip-members-including-vaccine-critics e https://www.guidelinecentral.com/insights/cdc-child-immunization-schedule-2025-guidelines-spotlight/

4. Proposta ou solução? Análise do perfil Solutions Journalism Network no Instagram

A fim de investigarmos as transformações do jornalismo no ambiente digital e o impacto das redes sociais digitais na disseminação da informação, utilizamos como metodologias a Análise Documental, conforme proposta por Gil (2004), e a Análise de Conteúdo, desenvolvida por Bardin (1977). A Análise Documental foi utilizada para examinar materiais e publicações institucionais, o que contribuiu para chegarmos ao nosso objeto de análise, por meio de uma pesquisa no Google sobre a temática do Jornalismo de Soluções, enquanto a Análise de Conteúdo permitirá identificar padrões nos conteúdos divulgados pelo objeto de estudo.

O objeto desta pesquisa é o perfil oficial da *Solutions Journalism Network* (SJN) no Instagram, entendido aqui como um espaço estratégico de posicionamento editorial e de divulgação de práticas alinhadas ao Jornalismo de Soluções. A escolha se justifica pelo pioneirismo da organização na sistematização da abordagem e por sua relevância enquanto referência internacional na promoção de uma cobertura jornalística baseada em soluções: mais engajada, construtiva e centrada em respostas concretas aos problemas sociais.

Diferentemente de outras redes sociais, o Instagram permite a veiculação combinada de texto, imagem e som — incluindo artes gráficas, legendas e conteúdos audiovisuais — e se destaca como uma plataforma visual de grande alcance, com potencial de engajamento. Por tratar-se de uma rede que se consolidou com sucesso entre diferentes públicos, especialmente os mais jovens, o espaço apresenta um potencial estratégico para a disseminação de ideias e formatos inovadores de diversas práticas, incluindo o jornalismo.

Com isso, torna-se pertinente observar de que maneira a SJN estrutura suas publicações neste ambiente, e se essas estratégias contribuem efetivamente para a formação de uma comunidade profissional interessada na aplicação do JOSO. Busca-se, sobretudo, investigar se e como os conteúdos publicados pela rede cumprem o papel de aguçar a curiosidade de profissionais da comunicação e, consequentemente, estimular a popularização da abordagem. A ausência de iniciativas semelhantes no Brasil, identificada a partir de uma pesquisa exploratória inicial, reforçou o interesse em investigar como a proposta tem sido difundida a partir de sua origem.

A aplicação da Análise de Conteúdo permitirá identificar padrões narrativos e visuais, temas recorrentes, estratégias pedagógicas adotadas e o nível de aprofundamento investigativo

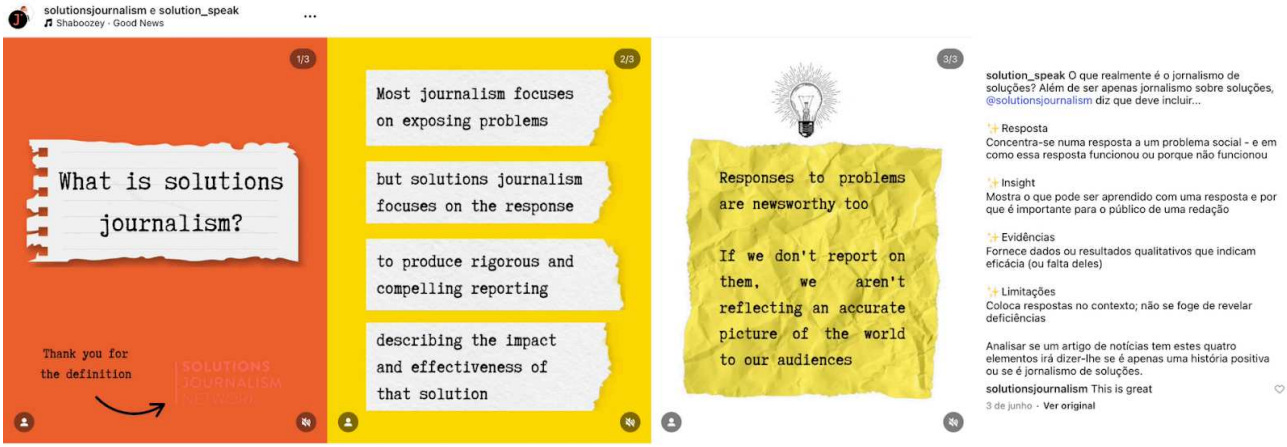
presente nas publicações. Assim, será possível conectar teoria e prática na consolidação de um jornalismo mais engajado, compreensível e orientado à ação, contribuindo para o debate sobre inovação na prática jornalística e para o fortalecimento da credibilidade do jornalismo diante de um público cada vez mais exigente e fragmentado.

Para alcançar esse objetivo, foi realizada uma pré-análise breve do material, que consistiu na definição do recorte de pesquisa: publicações do perfil oficial da *Solutions Journalism Network* no Instagram referentes ao mês de junho de 2025, o que totalizou 7 (sete) postagens. O recorte foi selecionado levando em consideração também a sua proximidade em relação à apresentação deste trabalho.

4.1. Solutions Journalism Network na rede

As postagens analisadas, realizadas entre os dias 3 e 28 de junho, não seguem uma sequência diária, mas distribuem-se de forma representativa ao longo do mês. Para orientar a análise e garantir sistematização interpretativa, foram estabelecidos os seguintes critérios de observação: tema principal, frequência de postagem, formato do conteúdo, clareza da narrativa, presença de *Call to Action* (CTA), diversidade de fontes, conexão com problemas estruturais e potencial de reprodução. Esses parâmetros foram aplicados a cada publicação com o intuito de verificar em que medida os conteúdos seguem os fundamentos do Jornalismo de Soluções e contribuem para sua difusão em ambiente digital.

Imagem 4: Post 03/06/2025 – “O que é Jornalismo de Soluções”



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 3: Análise da postagem 1

Tema principal:	Conceitualização do Jornalismo de Soluções
Frequência:	Post no início do mês; não definida.
Formato:	Carrossel com três artes (dinâmica e estática)
Narrativa:	Clara, objetiva e didática
CTA	Implícito na legenda
Fontes:	Não há
Problemas estruturais:	Não abordados diretamente
Potencial de Reprodução	Alto

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

A primeira postagem do mês (dia 03/06/2025) adota um formato visual atrativo e de fácil circulação: um carrossel com três artes — sendo a primeira animada — que apresenta, de forma sintética, os fundamentos do Jornalismo de Soluções. A legenda, traduzida de forma automática pela plataforma, reforça os quatro pilares centrais da abordagem: resposta, evidências, insight e limitações.

Apesar de não apresentar um exemplo prático, a publicação assume um caráter pedagógico e introdutório, cumprindo o papel de apresentar o conceito a novos públicos.A ausência de conexão direta com problemas estruturais limita o aprofundamento, mas a proposta de disseminação conceitual é clara, sendo facilmente compartilhável por profissionais e estudantes. Há ainda um CTA implícito ao final da legenda, ao incentivar o aprofundamento na metodologia.

O post é uma collab entre os perfis @solutionsjournalism e @solution_speak, logo na primeira imagem, vemos escrito na base “Thank you for the definition → Solutions Journalism Network”, o que sugere que o material foi produzido pela página parceira e veiculado em ambas, como forma de reforçar o pioneirismo da SJN e sua atuação na disseminação da abordagem. Foi ressaltado através das artes um diferencial do JOSO em comparação ao jornalismo tradicional, o “foco em resposta”, para além de “quem é o culpado”. Neste contexto, a autora dos posts afirma na última arte que: “Respostas aos problemas também são notícias; Se não as reportarmos, não estaremos refletindo uma imagem precisa do mundo para o nosso público.”, essa reflexão propõe um deslocamento importante no enquadramento das notícias, questionando os limites do

jornalismo tradicional, que tende a se concentrar apenas no problema em si. Ao cobrir temas como a crise climática, por exemplo, muitas reportagens se restringem a descrever os impactos negativos, ignorando iniciativas, agentes e respostas em curso que buscam mitigar ou enfrentar tais problemas. Quando isso ocorre, a narrativa jornalística se torna parcial — e, portanto, insuficiente para representar a complexidade da realidade.

Imagem 5: Post 04/06/2025 – “Jornalismo como elo social”

Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 4: Análise da postagem 2

Tema principal:	Jornalismo como ferramenta de reconexão social
Frequência:	Postado um dia após a última publicação; não definida.
Formato:	Arte gráfica única, estática, com texto, informativa
Narrativa:	Profunda e reflexiva
CTA	Explícito (convite a escutar o podcast)
Fontes:	Nina Fasciaux (convidada)
Problemas estruturais:	Polarização, crise climática, fragmentação da informação
Potencial de Reprodução	Médio

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

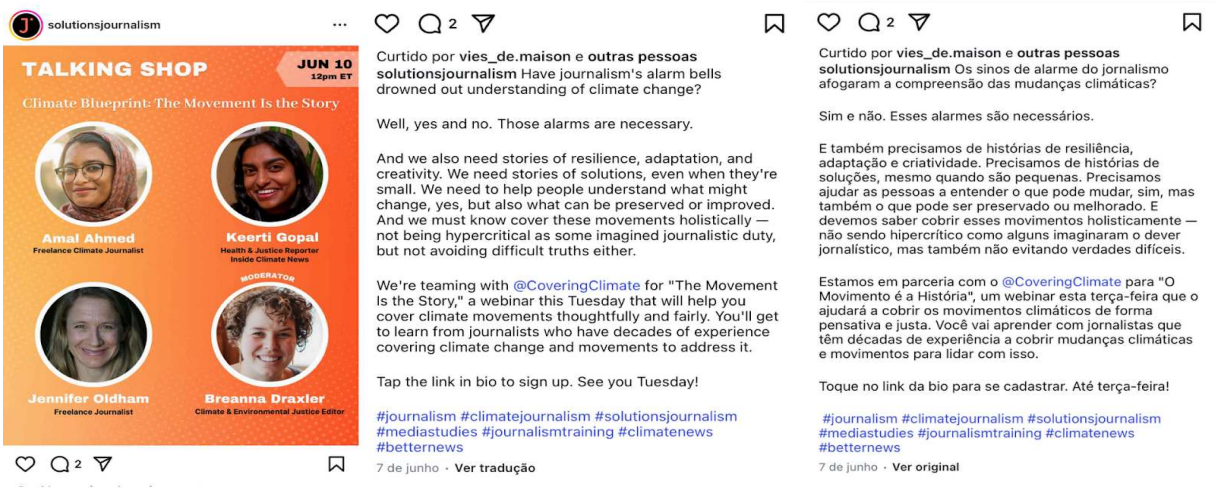
Esta segunda publicação apresenta uma arte gráfica estática, onde é possivel reconhecer a convidada do programa e a identidade do perfil parceiro. O post promove um podcast com Nina Fasciaux, que debate o papel do jornalismo na reconstrução de vínculos em uma época de polarização e desinformação. A legenda apresenta clareza narrativa e densidade conceitual, problematizando a atual crise de escuta e propondo caminhos para um jornalismo mais próximo da comunidade.

O CTA se apresenta de forma dupla — reflexiva e prática, estimulando tanto a escuta quanto a reflexão crítica. No entanto, a barreira linguística (conteúdo em francês) e a ausência de link no perfil da SJN na data da análise limitam o acesso e a replicabilidade da proposta. Ainda assim, a publicação fortalece a ideia do jornalismo como agente de transformação social, alinhando-se aos fundamentos do JOSO por meio do foco em vínculos e soluções coletivas.

Esta postagem é uma colaboração entre os perfis @solutionsjournalism e @enunbattementdaille, e traz destaque para a fala da jornalista Nina Fasciaux: “Le journalisme est un métier du lien, un métier du soin” — traduzido e revisado pela autora como “O jornalismo é um ofício de conexão, um ofício do cuidado”. A escolha dessa citação para representar o episódio já evidencia um alinhamento com valores do JOSO, especialmente no que se refere à escuta ativa, à empatia e ao compromisso com o diálogo social, dimensões que atravessam o campo da prática jornalística transformadora.

A legenda reforça esse olhar ao abordar a crise de “desconexão” na sociedade e o papel do jornalismo na reconstrução dos laços sociais. Embora não traga uma narrativa factual com os quatro pilares do JOSO propostos pela SJN, a publicação contribui para o debate sobre como e por que se faz jornalismo, fornecendo insight e contexto sobre os efeitos da polarização e o papel transformador da comunicação.

Imagem 6: Post 07/06/2025 – “Cobertura climática construtiva”



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 5: Análise da postagem 3

Tema principal:	Jornalismo ambiental com foco em soluções
Frequência:	Primeira postagem de autoria do SJN, 3 (três) dias após a última collab; frequência não definida.
Formato:	Arte gráfica estática com identidade do evento.
Narrativa:	Profunda e reflexiva
CTA	Explícito (convite para cadastro na legenda)
Fontes:	Amal Ahmed, Keerti Gopal, Jennifer Oldham, Breanna Draxler; fontes qualificadas.
Problemas estruturais:	Polarização, crise climática, fragmentação da informação
Potencial de Reprodução	Médio

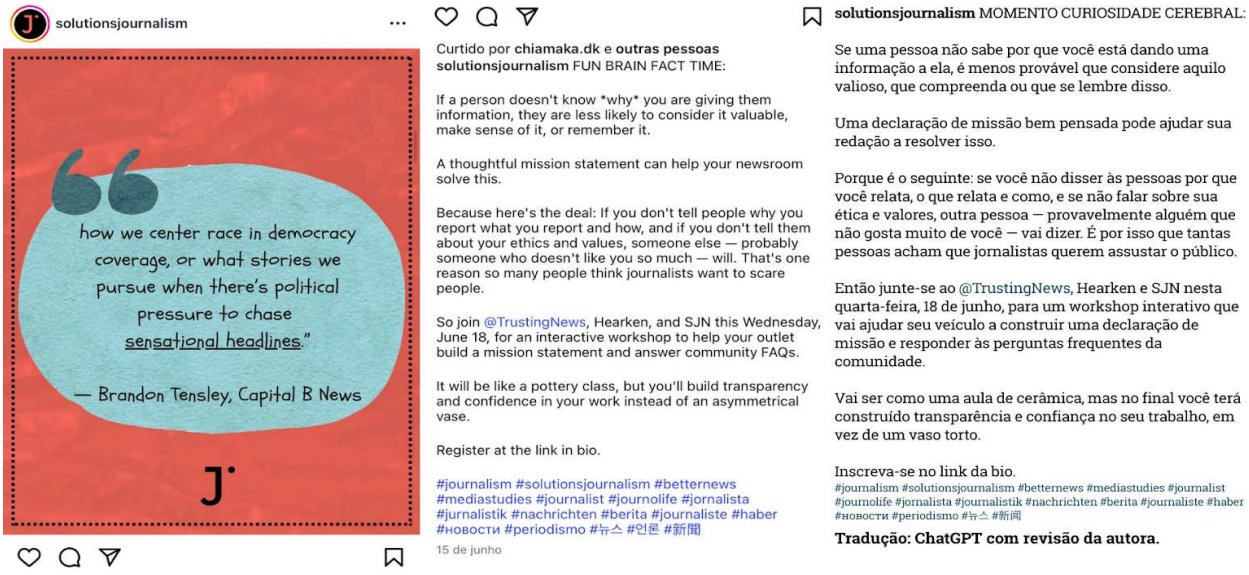
Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

Com foco na pauta crise climática, esta publicação convida jornalistas para um *webinar, web-based seminar,* que aborda estratégias de cobertura construtiva sobre a crise climática global. A narrativa é predominante na legenda, e apresenta estrutura objetiva e de fácil compreensão, articulando urgência, possibilidade de ação e a necessidade de carinho com as iniciativas que já estão ativas neste contexto. Com a pergunta “Os sinos de alarme do jornalismo

afogaram a compreensão das mudanças climáticas?", o post propõe uma reflexão sobre o impacto de coberturas alarmistas e sensacionalistas no engajamento da audiência.

Neste contexto, a profundidade se dá ao reforçar a relação entre noticiamento das mudanças climáticas, impactos sociais e abordagem. O *call to action* é explícito e incentiva a inscrição no evento. A diversidade de fontes é assegurada pela participação de especialistas e jornalistas, e a conexão com problemas estruturais está presente desde a escolha da pauta a ser abordada no evento até vincular ações concretas à questão ambiental sistêmica.

Imagem 7: Post 15/06/2025 – "Transparência e missão editorial"



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 6: Análise da postagem 4

Tema principal:	Transparência jornalística e construção de confiança
Frequência:	Intervalo de 8 (oito) dias desde o último post; não definida.
Formato:	Arte gráfica estática com identidade do evento.
Narrativa:	Profunda e reflexiva
CTA	Explícito (convite para cadastro na legenda)
Fontes:	Amal Ahmed, Keerti Gopal, Jennifer Oldham, Breanna Draxler; fontes qualificadas.
Problemas estruturais:	Polarização, crise climática, fragmentação da informação
Potencial de Reprodução	Médio

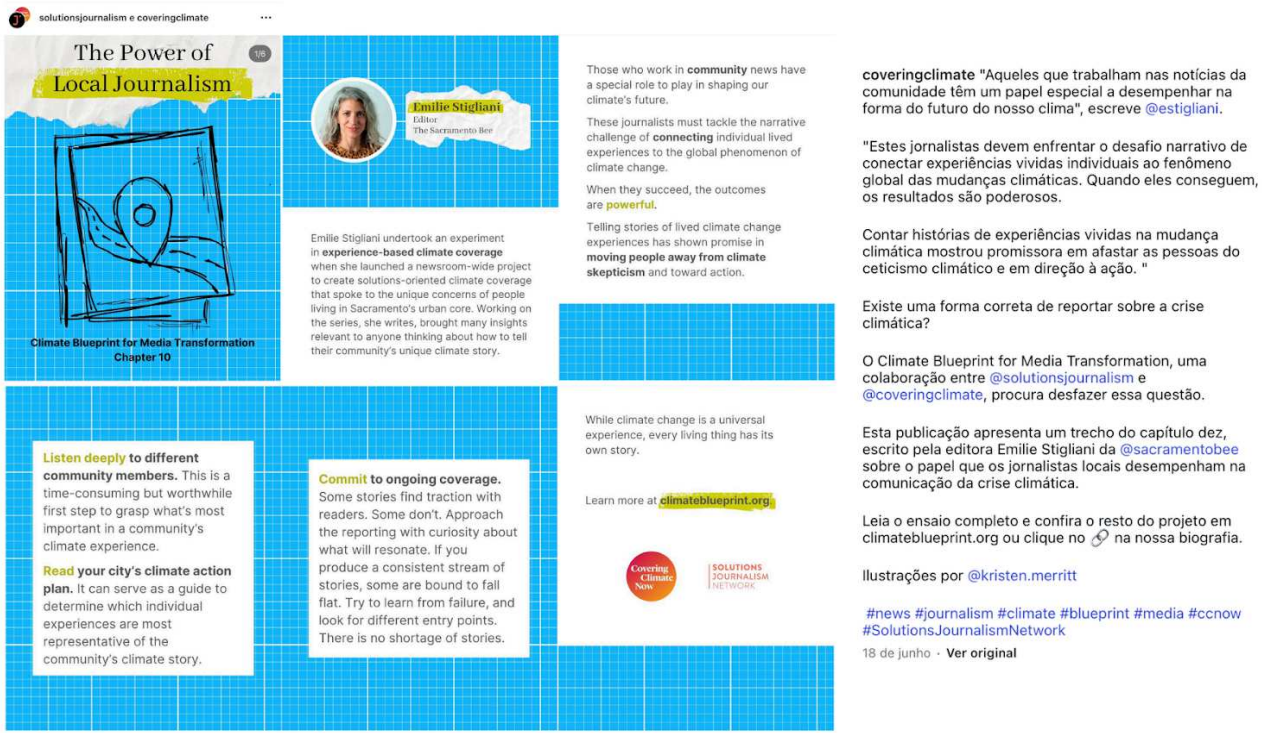
Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

A quarta publicação discute os riscos da falta de transparência, neste caso, fala especificamente sobre não comunicar ao público o “porquê” e o “como” das escolhas editoriais. A citação de Brandon Tensley sobre a cobertura racial sob pressão de manchetes sensacionalistas abre espaço para debater os limites da cobertura tradicional e a importância de narrativas mais explicativas e ancoradas em valores e missão editorial clara.

No post, o foco combina transparência e o envolvimento da comunidade, elementos compatíveis com os princípios do JOSO. O CTA está explícito na promoção e convite ao workshop sobre declaração de missão, programação que evidencia uma proposta prática para fortalecer a confiança do público na mídia, o que alinha diretamente com o papel do jornalismo de soluções como mediador qualificado da informação pública.

A publicação propõe um convite à reflexão sobre ética, transparência e missão editorial, destacando a importância de comunicar com clareza os valores e propósitos por trás de cada reportagem. A legenda, com linguagem acessível e “envolvente”, crítica à desinformação e a perda de confiança no jornalismo, ao mesmo tempo que propõe um caminho de reconstrução.

Imagem 8: Post 18/06/2025 — “O poder do Jornalismo Local”



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 7: Análise da postagem 3

Tema principal:	Jornalismo local como ferramenta de transformação climática
Frequência:	Três dias após a anterior; não definida
Formato:	Carrossel informativo com 6 artes estáticas
Narrativa:	Técnica e detalhada
CTA	Implícito
Fontes:	Emilie Stigliani (editora), projeto Climate Blueprint
Problemas estruturais:	Crise climática; invisibilização de realidades locais
Potencial de Reprodução	Alto

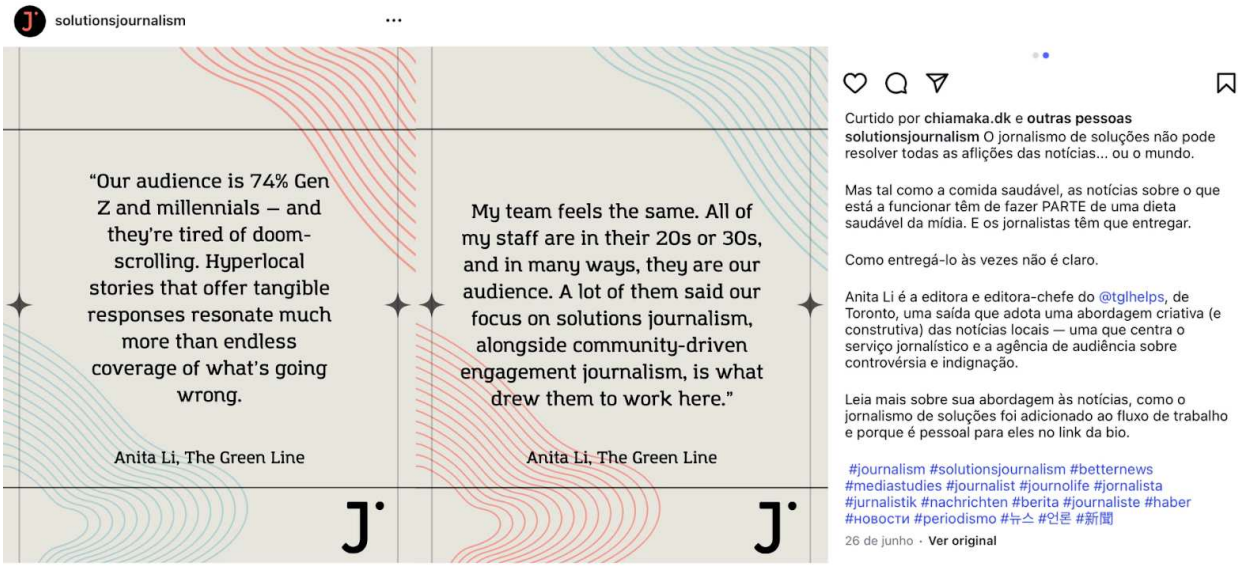
Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

A publicação apresenta um recorte do capítulo 10 do projeto Climate Blueprint, com foco no papel transformador do jornalismo local diante da crise climática. A série de cards, que

compõe uma sequência com a mesma identidade publicadas em outros meses, foi feita em colaboração com o perfil @coveringclimate, tem como título "*The Power of Local Journalism*" e compartilha uma experiência conduzida por Emilie Stigliani no jornal *The Sacramento Bee*. O conteúdo oferece exemplos de cobertura fundamentada em escuta ativa, experiências vividas e ação comunitária, conectando vivências locais a desafios globais e respeitando as especificidades de cada território.

Outro destaque da publicação se dá por sua densidade investigativa, pelo forte potencial formativo e pela aplicação clara dos quatro pilares do Jornalismo de Soluções: resposta, evidências, *insights* e limitações — representados respectivamente por: iniciativas locais frente à crise climática; como essas narrativas impactam percepções; aprendizados sobre escuta e abordagem local; e, reconhecimento das particularidades de cada contexto. O CTA é sutil, direcionado para leitura complementar fora da plataforma, e o conteúdo apresenta alto potencial de reprodução, especialmente útil para jornalistas atuantes em redações locais interessadas em práticas mais conectadas às suas comunidades.

Imagem 9: Post 26/06/2025 — "Jornalismo como dieta saudável"



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 8: Análise da postagem 6

Tema principal:	Crítica ao *doomscrolling* e valorização de respostas tangíveis
Frequência:	8 (oito) dias após a anterior; não definida
Formato:	Carrossel, duas artes estáticas
Narrativa:	Uso de analogia; criativa
CTA	Implícito
Fontes:	Anita Li, editora-chefe do *The Green Line*
Problemas estruturais:	Desconexão entre veículos e audiências jovens
Potencial de Reprodução	Alto

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

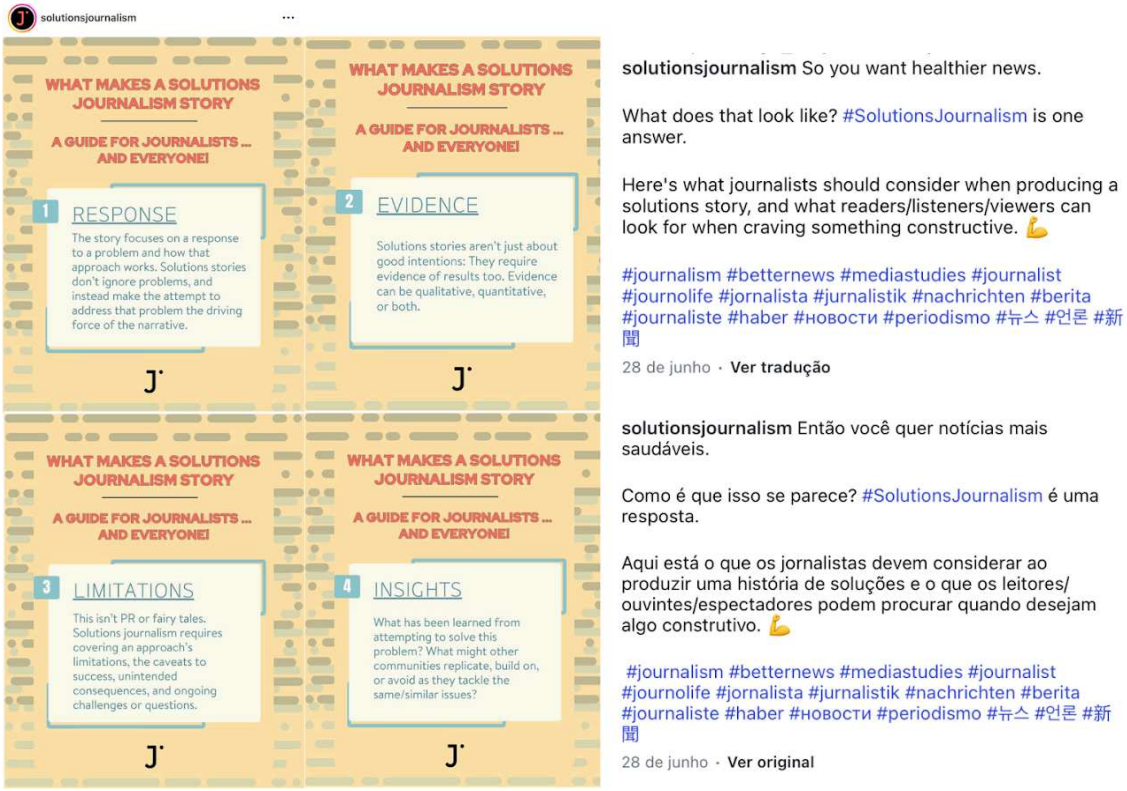
Nesta postagem, a SJN compartilha falas de Anita Li, editora do veículo *The Green Line*, que atua diretamente na gestão editorial de uma plataforma focada em engajamento e jornalismo de impacto. A autora destaca o esgotamento da audiência jovem — *Gen-z* e *Millennials* — diante do excesso de coberturas negativas e a importância de narrativas que ofereçam respostas tangíveis. Anita Li revela que o foco no JOSO é apontado como um fator de engajamento não apenas para o público, mas também para as próprias equipes editoriais, o que indica uma mudança cultural na forma de pensar, produzir e consumir notícias. A publicação se utiliza da metáfora da alimentação saudável para propor uma leitura crítica sobre o consumo de informações nas redes sociais digitais.

Em uma breve análise metalinguística, percebe-se que a escolha dessa analogia não é meramente ilustrativa, pois assim como uma dieta equilibrada proporciona bem-estar físico, um noticiário que abrange mais do que somente os problemas pode promover saúde mental e engajamento social.

A própria narrativa da postagem se alinha à proposta editorial da SJN ao apresentar uma crítica construtiva baseada em práticas concretas e reflexões contemporâneas. Ainda que a publicação não traga uma resposta jornalística específica a um problema social, ela atua no nível do *insight*, convidando o usuário à uma análise sobre o comportamento da audiência e sobre o impacto das decisões editoriais. O potencial de reprodução do conteúdo é alto, podendo servir

como referência entre membros de redações que buscam atrair e manter o interesse de gerações mais jovens.

Imagem 10: 28/06/2025 – “ O que caracteriza uma reportagem de Jornalismo de Soluções?”



Fonte: Postagens do perfil oficial no Instagram do SJN, adaptado pela autora (2025)

Tabela 9: Análise da postagem 7

Tema principal:	Critérios fundamentais para uma pauta de soluções
Frequência:	Dois dias após o último post, último do mês; não definida
Formato:	Carrossel com quatro artes gráficas estáticas e informativas.
Narrativa:	, Clara, didática, resumida e formativa
CTA	-
Fontes:	Princípios da própria SJN
Problemas estruturais:	Não abordados diretamente
Potencial de Reprodução	Alto

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de adaptação do trabalho de Bardin (1977)

A última postagem do mês retoma os quatro critérios do Jornalismo de Soluções em formato de guia para os usuários do Instagram: resposta, evidência, limitações e *insights*. O conteúdo apresenta estrutura clara, com forte aspecto pedagógico e alto potencial de reprodução, funcionando como recurso de referência para leitores e jornalistas. Ainda que não traga uma situação concreta, o caráter educativo da publicação cumpre um papel fundamental na divulgação da abordagem para profissionais, e colabora com a consolidação conceitual junto ao público digital.

Ao longo da análise, tornou-se evidente que, apesar do que a formulação "seguem os fundamentos" possa inicialmente sugerir, isto é, que as postagens seriam reportagens ou produtos jornalísticos que aplicam integralmente o JOSO, a atuação da *Solutions Journalism Network* nas redes sociais assume, na verdade, um caráter predominantemente informativo e pedagógico. Nesse sentido, o perfil se posiciona como agente formador e de divulgação da metodologia, mais do que como produtor direto de reportagens com a abordagem aplicada.

As postagens analisadas cumprem, em maior ou menor grau, a função de traduzir os princípios do JOSO de forma acessível, reforçando pilares como o foco na resposta, a busca por evidências e o reconhecimento de limitações. Ainda que nem todas apresentem casos concretos ou conexão direta com problemas estruturais, observa-se uma estratégia consistente de formação conceitual e estímulo à replicação da abordagem. O perfil, portanto, não apenas informa, mas propõe caminhos e ferramentas para que jornalistas e estudantes possam incorporar os elementos do Jornalismo de Soluções em suas práticas profissionais.

Neste contexto, ainda que o perfil explore diferentes formatos como carrosséis, citações gráficas e artes de divulgação, a ênfase recai sobre conteúdos de cunho formativo, voltados à explicação dos conceitos centrais, à promoção de eventos e à apresentação pontual de exemplos práticos. Observa-se, nesse panorama, uma intencionalidade estratégica na comunicação, que busca conciliar clareza conceitual com estética visual atraente e linguagem acessível, especialmente voltada a públicos mais jovens e profissionais em formação.

Ao longo das publicações, nota-se a recorrência de temas como transparência editorial, cobertura climática e papel social do jornalismo, mediados por uma abordagem que valoriza a escuta, o fortalecimento de vínculos e a busca por respostas tangíveis. Deste modo, mesmo que a maioria dos conteúdos analisados não se configure, em si, como reportagens nos moldes tradicionais, o perfil da SJN se destaca por ampliar o alcance do Jornalismo de Soluções,

traduzindo seus fundamentos para o ecossistema digital.

A análise revela também a existência de um repertório temático consistente, que articula os princípios metodológicos do JOSO com reflexões críticas sobre o fazer jornalístico em diferentes mídias. Nas redes sociais digitais, a presença ainda que pontual de fontes qualificadas contribui para consolidar a autoridade do perfil como referência no campo. Além disso, o uso recorrente de chamadas para ação (CTAs) — tanto nas legendas quanto nas próprias artes — reforça o Instagram não apenas como espaço de exposição, mas como ambiente de mobilização, engajamento profissional e aproximação entre leitores e a própria SJN.

Por fim, é importante destacar que o conteúdo do perfil demonstra alto grau de replicabilidade, tanto pelo formato das publicações quanto pela abordagem clara, didática, integrativa e informativa. As postagens podem servir como base para materiais de apoio e formação, passíveis de adaptação por educadores, jornalistas, estudantes e coletivos de mídia interessados em aplicar e compartilhar a metodologia do Jornalismo de Soluções em diferentes contextos. Assim, o perfil da *Solutions Journalism Network* atua como um vetor da abordagem, espalhando-se em diferentes contextos, linguagens e espaços, não somente no ambiente digital mas também em redações.

5. Considerações finais

Este trabalho buscou explorar, principalmente, o potencial do Jornalismo de Soluções como estratégia para fortalecer a credibilidade do jornalismo com grupos minorizados nas plataformas digitais. Isto porque, segundo pesquisas preliminares, é possível apreender que o panorama contemporâneo do jornalismo enfrenta desafios significativos, como a desconfiança do público e a sobrecarga de informações, que contribuem para a desinformação.

Por este motivo, compreender a evolução histórica do jornalismo e a construção da ideia de "quarto poder" (Novelli, 1994; Traquina, 2005) e sua relação com a credibilidade se faz tão relevante. Além disso, a reflexão sobre o impacto das redes sociais digitais nos auxilia a entender este ambiente comunicacional em constante transformação e onde o imediatismo e a interatividade redefinem a forma de fazer e consumir o jornalismo.

Assim, identificamos que as sete postagens realizadas ao longo do mês de Junho de 2025 do perfil oficial da *Solutions Journalism Network* no Instagram tem como intuito difundir o Jornalismo de Soluções no ambiente digital. Tais achados se deram a partir de categorias como tema, narrativa, formato, presença de fontes, potencial de reprodução (replicabilidade) e conexão com problemas estruturais nos conteúdos das publicações em que buscou-se observar como os fundamentos da abordagem são veiculados, comunicados e traduzidos nas redes sociais.

Deste modo, os resultados apontam para uma atuação predominantemente pedagógica e formativa, em que o perfil assume o papel de agente transformador através da exposição da metodologia. Ao invés de publicar reportagens prontas adequadas à abordagem do JOSO, as publicações analisadas orientam o leitor a: 1- reconhecer uma história de soluções; 2- reconhecer elementos que diferenciam esse tipo de narrativa; e 3- por qual razão a abordagem destoa do modelo tradicional de fazer jornalismo.

Em outras palavras, há um esforço explícito em desmistificar o Jornalismo de Soluções, o que colabora para que o perfil seja um espaço acessível para a disseminação da aplicação da prática no jornalismo cotidiano.

Isso é evidente ao avaliarmos a clareza na comunicação e a estrutura visual nas imagens, muitas vezes dispostas em carrosséis informativos ou em peças gráficas juntamente com as *hashtags*/palavras-chaves que favorecem a veiculação e o potencial de engajamento com o perfil. Neste sentido, mesmo que nem todas as publicações se aprofundem nas questões sociais e em

suas causas sistêmicas, observa-se uma constância na reafirmação dos pilares da abordagem: foco na resposta, presença de evidências, insights e limitações.

Ademais, ao longo das postagens foi possível reconhecer, também, o investimento em outros formatos de conexão com a abordagem, como o *podcast*, o *webinar* e demais recursos educativos que reforçam o caráter formativo do perfil e ampliam o alcance do Jornalismo de Soluções para além do *feed*. Essa proposta dialoga com o caráter mobilizador da abordagem, incentivando jornalistas e estudantes a adotarem a perspectiva de soluções em suas rotinas e redações, o que amplia a replicabilidade da abordagem, ainda que adaptada às respectivas realidades.

Entretanto, algumas limitações também foram observadas ao longo da análise, como por exemplo o uso de inglês, que apesar de ter sido na maioria das vezes traduzido diretamente no Instagram, ainda apresentou alguns *posts* sem essa alternativa, assim como no caso da publicação em francês, o que restringe a característica do instagram de alcance global. Tal aspecto, embora compreensível, dada a intenção de alcance original de audiência da iniciativa, cabe reflexão acerca da proposta de replicabilidade do JOSO nas redes sociais. Logo, a atuação do perfil do SJN no Instagram tem um caminho a ser desbravado pelos idealizadores da abordagem, explorando suas tensões e limitações, sobretudo linguísticas e que puderam ser percebidas no contexto brasileiro, mas que também poderiam gerar o mesmo efeito em diversos outros países não fluentes no inglês, por exemplo.

O esforço de popularizar a abordagem no ambiente digital, ainda que de forma exploratória até o momento, e de tornar o jornalismo mais aprofundado, engajado e orientado à ação colide, por vezes, na dinâmica superficial das redes sociais digitais e na forma de consumo nesses espaços. Esta reflexão leva a uma pergunta inevitável: JOSO representa realmente inovação nas formas de produzir e consumir jornalismo ou é apenas mais do mesmo?

Se por uma perspectiva há uma potencialidade na proposta de narrativas que vão além da denúncia e que aposta no “caminho” a ser traçado pela solução, por outra, é necessário atenção ao método e à construção da narrativa para que este não se torne apenas esvaziado de crítica e indagação, ou seja, um jornalismo acomodado no otimismo compulsório.

Por fim, após a análise, é possível interpretar o perfil da *Solutions Journalism Network* no Instagram não apenas como informativo, mas como formador que orienta e engaja. Ao assumir um papel mais instrutivo do que noticioso, o recorte escolhido para a análise reafirma o potencial

das redes sociais como espaços de educação midiática e de transformação da cultura jornalística. Além disso, ao promover a compreensão do JOSO em linguagem acessível e visualmente interativa, a iniciativa contribui para que profissionais e estudantes de jornalismo possam incorporar, de forma crítica e criativa, os princípios da abordagem em suas próprias práticas.

6. Referências

BECKER, Beatriz. Reconfigurações do Jornalismo Audiovisual: um estudo da cobertura do Fantástico sobre a pandemia da Covid-19. **Lumina - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação,** Juiz de Fora, PPGCOM – UFJF, v. 15, n. 3, set./dez. 2021. p. 6-22.

BEERS, D. The public sphere and online, independete journalism. **Canadian Journal of Education/Revue Canadienne de l'education.** v. 29, nº 1, p. 109-130, 2010. Disponível em: https://doi.org/10 .2307/20054149. Acesso em: 10 jun. 2022.

BISPO SANCHES, Jemima. **Sob as lentes da esperança:** as potencialidades do jornalismo de soluções para a narrativa da fome no telejornalismo brasileiro. 2024. Tese de Doutorado em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2024. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/18596/1/jemimabisposanches.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

BONETTI, Marco. **Teorias do jornalismo**: fundamentos, história e conceitos. Niterói: Licença Pública Geral GNU, 2023.

BOVET, Alexandre; MAKSE, Hernan A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**. v. 10, nº. 7, 2019. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.1803.08491

BOYD, D. M. "Social Network Sites: Public, Private, or What?" *In:* **Knowledge Tree 13**, 2007.

BUCCI, Eugênio. **Superindústria do Imaginário**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2021.

CAMPOS, Hélio. **Manual de Radiojornalismo**. Rio de Janeiro. Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

CARMO, C. M. Grupos minoritários, grupos vulneráveis e o problema da (in)tolerância: Uma relação linguístico-discursiva e ideológica entre o desrespeito e a manifestação do ódio no contexto brasileiro. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, v. 64, 2016. p. 201-223.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. 2. ed.; São Paulo: Paz e Terra, v. 1, 1999.

CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Credibilidade Jornalística.** Insular: Florianópolis, 2024. Disponível em: https://insular.com.br/produto/credibilidade-jornalistica/. Acesso em: 25 fev. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; BEZERRA, Kalianny; HUF, Natália; BATISTA, Raphaelle. Crise de credibilidade no jornalismo: porque devemos questionar essa ideia. *In:* CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Credibilidade Jornalística**, Florianópolis, SC: Insular, 2024, p. 118 - 146. Disponível em: https://insular.com.br/produto/credibilidade-jornalistica/. Acesso em: 25 fev. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; BECKER, Denise. Elementos para uma teoria da confiança e da credibilidade no jornalismo. *In:* CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Credibilidade Jornalística**. Florianópolis, SC: Insular, 2024, p. 13-40. Disponível em: https://insular.com.br/produto/credibilidade-jornalistica/. Acesso em: 25 fev. 2025.

DESCARTES, René. **Meditações sobre a Filosofia Primeira.** Tradução de Gustavo de Fraga. Coimbra: 1988.

DODD, B. **Jornalismo de Soluções: notícias na intersecção de esperança, liderança e expertise**. Lanham: Lexington Books, 2021.

ENTMAN, Robert M. "Framing: toward a clarification of a fractured paradigm". **Journal of Communication**, 43 (4): 51-58, 1993.

FARIAS, Camila. Estado da arte sobre jornalismo de soluções: definições, percepções e críticas. **Contracampo**, Niterói, v. 43, n. 2, p. 01-16, maio/ago. 2024. http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v43i2.62192

FINGER, Cristiane Costa. O telejornal em qualquer lugar: uma sondagem sobre a recepção de notícias nos dispositivos portáteis. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 12, n. 23, jan./jun. 2013. Disponível em: http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/2232/1512. Acesso em: 25 fev. 2025.

FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6. Brasília, jul - dez, 2011, p. 41-69. DOI: https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200003

HAAS, T. The practice of public journalism worldwide: a comprehensive overview. **International Journal of Communication.** v. 16. nº. 1-2, p. 5-20. Books and Publications: Peer Reviewed Article, 2006.

HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

KEMP, Simão. **Digital 2024: Brasil.** Data Reportal, 2024. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil. Acesso em: 26 fev. 2025.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004. 295 p.
MENDONÇA, Ricardo Fabrino e SIMÕES, Paula Guimarães. **Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito.** Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS), vol. 27, n. 79, pp. 187-201, jun. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf."

MOUILLAUD, Maurice. (2002), **O jornal:** da forma ao sentido. 2. ed. Brasília, Editora da UnB.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; ROBERTSON, C. T.; ARGUEDAS, A. R.; NIELSEN, R. (orgs.). **Digital News Report 2024.** Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. DOI: 10.60625/risj-vy6n-4v57

NOVELLI, A. L. C. R. **O projeto Folha e a negação do quarto poder.** Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Brasília, Brasília, 1994.

PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria; COUTINHO, Iluska. **Jornalismo e informação em telas**: poderes, diálogo e disputa por legitimidade. Gustavo Teixeira de Faria Pereira e Iluska Coutinho (orgs.). 1ª. ed., Florianópolis: Editora Insular, 2024. 364 p.

PETROLA, José Ismar. Fake news e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais**. Brasil: 2018.

PRADO, Jan Alyne. Maxwell McCombs (1938-2024). *In:* AGUIAR Leonel; BARSOTTI, Adriana (orgs.). **Clássicos da Comunicação.** De Peirce a Canclini. Petrópolis: Vozes, 2017, pp. 328-345.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. **Metamorfoses jornalísticas 2**, 2009, p. 37-55.

SATICI, S.A.; GOCET TEKIN, E.; DENIZ, M. E.; SATICI, B. Doomscrolling Scale: its Association with Personality Traits, Psychological Distress, Social Media Use, and Wellbeing. **Applied research in quality of life.** v. 18, nº 2, p. 833-847, 2023. DOI:10.1007/s11482-022-10110-7

SIMÕES, Antônio (org.). **Jornalismo de Soluções**: desafios e vivências inovadores. Campina Grande, EDUEPB, 2024.

SIMÕES, Antônio; FREITAS, Jornalismo de soluções como cão de guarda da sociedade. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, p. 123-141, 2023.

SIMÕES, Antonio. **Jornalismo de soluções**. Editora Appris Ltda. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

VERÓN, Eliseo. **Construir el acontecimiento.** 2.ed. Barcelona: Gedisa, 1995.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 6ª ed., Lisboa: Presença, 2001.

WINQUES, Kérley. **Mediações algorítmicas:** articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais. Florianópolis: Insular, 2024.