

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

Caroline de Souza Silva

**ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO: UMA ANÁLISE  
DAS ESTRATÉGIAS MOBILIZADAS PELO VEÍCULO O JOIO E O TRIGO**

Santa Maria, RS  
2023

Caroline de Souza Silva

**ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO: UMA ANÁLISE DAS  
ESTRATÉGIAS MOBILIZADAS PELO VEÍCULO O JOIO E O TRIGO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de jornalista.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Laura Strelow Storch

Santa Maria, RS  
2023

**CAROLINE DE SOUZA SILVA**

**ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO: UMA ANÁLISE DAS  
ESTRATÉGIAS MOBILIZADAS PELO VEÍCULO O JOIO E O TRIGO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **jornalista**.

**Aprovado em 18 de dezembro de 2023.**

---

**Dra. Laura Strelow Storch, Docente no Departamento de Ciências da Comunicação  
(UFSM)  
(Presidente/Orientadora)**

---

**Dra. Josemari Quevedo, Pesquisadora de Pós-Doutorado do Programa de  
Pós-Graduação em Comunicação (UFSM)**

---

**Dra. Claudia Herte De Moraes, Docente no Departamento de Ciências da Comunicação  
(UFSM/FW)**

## **AGRADECIMENTOS**

À UFSM pela educação pública, gratuita e de qualidade que me permitiu sonhar e olhar o mundo de forma crítica.

Aos professores que fizeram parte desta caminhada, em especial a minha orientadora, professora Laura Strelow Storch, obrigada por todo o conhecimento compartilhado, pela parceria e incentivo.

Agradeço aos meus pais, Vera e Vilmar, pelo apoio e compreensão com minha ausência. Obrigada por reconhecerem a importância deste processo.

Ao meu amor, Luís Gustavo, obrigada por compartilhar a vida e os sonhos comigo.

Aos amigos que fiz durante a graduação e que agregaram afeto neste trajeto.

## RESUMO

### ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS MOBILIZADAS PELO VEÍCULO O JOIO E O TRIGO

AUTOR: Caroline de Souza Silva  
ORIENTADORA: Laura Strelow Storch

Este trabalho analisa a cobertura jornalística do veículo O Joio e O Trigo, iniciativa independente e especializada no tema da alimentação, com o objetivo de compreender e caracterizar um possível jornalismo guiado por valores de ativismo e engajamento. Partimos da hipótese de que o objeto considera essa perspectiva para a construção de sua linha editorial e que marcas deste processo aparecem em seu trabalho. Como percurso metodológico construímos um protocolo com base na Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), a partir de três eixos analíticos: função informativa, pedagógica e política. Tais tópicos foram propostos por Bueno (2007), que os considerou como funções essenciais ao jornalismo ambiental, compreendido neste trabalho como uma área que abriu caminhos para a prática ativista e engajada e que, portanto, norteia a análise do nosso objeto de estudo. Aplicamos o protocolo em 111 sequências de texto retiradas de seis reportagens da editoria Cultura Alimentar de O Joio e o Trigo, espaço que consideramos apresentar maior variedade de temas sobre alimentação a serem explorados. Como recurso metodológico complementar, ainda elaboramos uma entrevista em profundidade com um dos fundadores do veículo estudado, a fim de compreender a percepção que tem sobre a própria atividade. A partir das categorias de análise foi possível identificar quais as estratégias utilizadas pelo veículo em cada uma das funções e caracterizar a prática ativista e engajada. Na função informativa identificamos como estratégia o acionamento de fontes de informação, a exploração de diferentes figuras de linguagem e a exposição de bastidores; na função pedagógica, as estratégias encontradas foram o uso de fontes especializadas como referência para propor soluções aos problemas, a construção de uma relação de ensinamento com o leitor, a apresentação de casos e iniciativas positivas e uso de bastidores; por fim, na função política identificamos a estratégia de construir inimigos e vilões e estabelecer um papel de vigilância.

**Palavras-chave:** Ativismo no jornalismo. Engajamento. O Joio e O Trigo.

## ABSTRACT

### ACTIVISM AND ENGAGEMENT IN JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE STRATEGIES MOBILIZED BY THE VEHICLE O JOIO E O TRIGO

AUTHOR: Caroline de Souza Silva

ADVISOR: Laura Sterlow Storch

This research analyzes the journalistic coverage of the vehicle O Joio e O Trigo, an independent initiative specialized in the topic of food, with the objective of understanding and characterizing a possible journalism guided by values of activism and engagement. We start from the hypothesis that the object considers this perspective when building its editorial line and that marks of this process appear in its work. As a methodological path, we built a protocol based on Content Analysis (BARDIN, 2016), based on three analytical axes: informative, pedagogical and political function. Such topics were proposed by Bueno (2007), who considered them as essential functions of environmental journalism, understood in this work as an area that opened paths for activist and engaged practice and which, therefore, guides the analysis of our object of study. We applied the protocol to 111 text sequences taken from six reports from the Cultura Alimentar section of O Joio e O Trigo, a space that we consider to present a greater variety of food topics to be explored. As a complementary methodological resource, we also prepared an in-depth interview with one of the founders of the vehicle studied, in order to understand the perception of his own activity. From the analysis categories, it was possible to identify which strategies were used by the vehicle in each of the functions and characterize the activist and engaged practice. In the informative function, we identified as a strategy the activation of information sources, the exploration of different figures of speech and the behind the scenes exposure; in the pedagogical function, the strategies found were the use of specialized sources as a reference to propose solutions to problems, the construction of a teaching relationship with the reader, the presentation of cases and positive initiatives and the use of behind the scenes; Finally, in the political function we identify the strategy of building enemies and villains and establishing a surveillance role.

**Keywords:** Activism in journalism. Engagement. O Joio e O Trigo.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 01 – Síntese da análise com número de seqüências por categoria e estratégias..... 76

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – As principais finalidades do jornalismo para jornalistas e leitores.....	26
Quadro 2 – <i>Corpus</i> de análise.....	40
Quadro 3 – Roteiro de perguntas da entrevista em profundidade.....	44
Quadro 4 – Fontes acionadas.....	51



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2. JORNALISMO E TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS</b>	<b>16</b>
<b>3. EMERGÊNCIA DE NOVOS MODELOS</b>	<b>26</b>
3.1 ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO	28
3.2 CONTRIBUIÇÃO DO CAMINHO TRILHADO PELO JORNALISMO AMBIENTAL	33
<b>4. PERCURSO METODOLÓGICO</b>	<b>36</b>
4.1 OBJETO DE PESQUISA	36
4.2 RECORTE EMPÍRICO	40
4.3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	41
4.4 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE	43
<b>5. AS FUNÇÕES DO JORNALISMO ATIVISTA E ENGAJADO EM O JOIO E O TRIGO</b>	<b>49</b>
5.1 FUNÇÃO INFORMATIVA	49
<b>5.1.1 Acionamento das fontes de informação</b>	<b>50</b>
<b>5.1.2 Recursos de linguagem</b>	<b>54</b>
5.1.2.1 Uso de ironia	55
5.1.2.2 Uso de metáforas	58
5.1.2.3 Linguagem de alerta	60
<b>5.1.3 Exposição de bastidores</b>	<b>62</b>
5.2 FUNÇÃO PEDAGÓGICA	63
<b>5.2.1 Fontes especializadas como referência para as soluções</b>	<b>64</b>
<b>5.2.2 Relação de ensinamento entre o veículo e o leitor</b>	<b>66</b>
<b>5.2.3 Exposição de bastidores</b>	<b>68</b>
<b>5.2.4 Casos de iniciativas positivas</b>	<b>69</b>
5.3 FUNÇÃO POLÍTICA	70
<b>5.3.1 Construção de inimigos e vilões</b>	<b>71</b>
<b>5.3.2 Papel de vigilância</b>	<b>73</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>78</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>83</b>
<b>APÊNDICE A - SEQUÊNCIAS DE ANÁLISE DAS REPORTAGENS</b>	<b>88</b>
<b>APÊNDICE B - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM FUNDADOR</b>	<b>104</b>
<b>APÊNDICE C - SEQUÊNCIAS DE ANÁLISES DA ENTREVISTA</b>	<b>131</b>

## INTRODUÇÃO

O jornalismo é um campo em constante processo de transformação. Questões recentes como a queda de credibilidade na imprensa, avanço das tecnologias e instabilidade no mercado de trabalho se impõem como desafios a serem enfrentados. Apesar das incertezas, o contexto de mudanças favorece o surgimento de novos modelos de produção jornalística, alternativos aos conglomerados de mídia, capazes de suprir demandas dos profissionais e do público.

Valores de ativismo e engajamento são identificados como elementos que guiam novas propostas e estabelecem diálogo com uma sociedade que exige do jornalismo posicionamentos críticos e comprometimento com questões sociais. Ideais de objetividade, já questionados há algum tempo, parecem perder ainda mais espaço frente a audiências com maior poder de escolha sobre o que desejam consumir e a jornalistas com a atribuição de produzir conteúdos mais atrativos. Rovai (2018) defende que a popularização do acesso às redes digitais fortalece o surgimento e permanência destes novos modelos que buscam diferenciar suas atuações dos grupos tradicionais de mídia. A subjetividade dos sujeitos envolvidos nos processos de comunicação passa a ser vista como aliada para que o jornalismo cumpra seu papel de compartilhamento do saber de forma responsável e crítica (MORAES, 2022). A neutralidade inalcançável, mas propagada como um valor, pode ser reprodutora de visões sociais hegemônicas sobre classe, raça e gênero, por exemplo, isso porque muitas vezes impede que o profissional trate os problemas sociais como deveria, por não reconhecer e naturalizar as questões estruturais que o cercam (DA SILVA e FONSECA, 2011). Reflexos disso podem ser identificados na concepção da pauta, nos processos de apuração e na concessão de visibilidade a determinados atores.

O jornalismo ativista é entendido como uma prática posicionada que busca estimular o engajamento social para a promoção de mudanças em relação às violações de direitos, desigualdades e preconceitos. Há uma busca por não apenas relatar os problemas da sociedade, mas enxergar a atividade como uma ferramenta de transformação social a partir da qual é possível denunciar o problema, indicar caminhos e mobilizar o leitor a participar da mudança. É neste contexto que se situa nossa pesquisa. Partimos do entendimento de que os valores de ativismo e engajamento podem ser acionados pelo jornalismo e buscamos entender se e como isso acontece em um veículo especializado na cobertura sobre alimentação.

Neste trabalho, compreendemos o jornalismo ambiental, prática que se dedica a produção e circulação de informações de forma comprometida com temáticas que envolvem a natureza, como precursor de uma comunicação ativista e que busca engajar os atores sociais na construção de alternativas para os problemas que denuncia. O consideramos como uma atividade que abriu caminho para o surgimento de outras iniciativas posicionadas, que deixam claro de que lugar falam. Dentre elas está nosso objeto de estudo, o veículo O Joio e O Trigo, projeto de jornalismo independente com origem no contexto digital que se dedica a abordar temas relacionados à alimentação.

Assim como as questões ambientais, que impactam diretamente a vida das pessoas, as pautas em torno da área da alimentação também se mostram como um tema urgente a ser explorado pelo campo do jornalismo. Aliás, o cenário alimentar está intimamente ligado com as questões ambientais, principalmente em um contexto de emergência climática em que eventos extremos se tornam cada vez mais comuns e intensos e em que o avanço das atividades econômicas contribui para a degradação da biodiversidade.

Conforme a Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar (Penssan), em 2022, 33 milhões de brasileiros sofriam com algum grau – leve, moderado ou grave – de insegurança alimentar<sup>1</sup>. Josué de Castro, cientista brasileiro pioneiro nos estudos sobre a questão da fome, a considerou como um “fenômeno social total”<sup>2</sup>, que vai além da esfera nutricional e envolve política, história, economia e o social. Nesse sentido, este campo nos interessa por compreendermos que o jornalismo tem potencial de se somar a outros atores da sociedade e contribuir na compreensão dos problemas da alimentação e na busca por soluções que levem em conta a multidimensionalidade do assunto.

Nosso trabalho busca responder a seguinte questão: Quais são as estratégias que o veículo O Joio e O Trigo coloca em movimento para praticar um jornalismo ativista e engajado sobre questões que envolvem a alimentação? Partindo desta questão, assumimos como hipótese de pesquisa que O Joio e O Trigo parte dessa perspectiva de engajamento político e social para a consolidação de seu projeto editorial, e que marcas deste processo estarão visíveis no conjunto de seu trabalho, em particular nas reportagens publicadas pelo veículo.

---

<sup>1</sup> Os dados completos do II Inquérito de Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 podem ser acessados em [olheparaafome.com.br](http://olheparaafome.com.br).

<sup>2</sup> Conceito explorado por Josué de Castro no livro *Geografia da Fome*, em que denuncia a fome e a desnutrição, que até então eram abordadas com um olhar biológico e fisiológico, como fenômenos sociais. A obra sistematizou anos de pesquisas e de atuação do médico, professor, cientista social, político e escritor.

A pesquisa se justifica por considerarmos que o jornalismo é um importante canal de construção de sentidos na sociedade e os jornalistas se tornam atores fundamentais no processo de abordagem sobre temas relacionados à alimentação. Além disso, nosso trabalho também se faz importante para o campo do jornalismo ao discutir as constantes transformações pelas quais passam os processos de produção: a busca pela sobrevivência financeira, atendimento aos interesses do público e cumprimento do papel social. O trabalho também parte de um interesse nosso pela multidimensionalidade do tema da alimentação como um todo e pela cobertura executada pelo objeto de estudos sobre o tema.

O objetivo geral do estudo é analisar a cobertura jornalística do veículo O Joio e O Trigo voltada ao tema da alimentação, de modo que possamos compreender e caracterizar um possível jornalismo guiado por valores de ativismo e engajamento. Como objetivos específicos, pretende-se **conceituar** a prática ativista e engajada no contexto do jornalismo; **discutir** o potencial deste modelo de jornalismo como uma alternativa para o enfrentamento da crise multifatorial da área; **identificar** quais são os elementos desse jornalismo adotados na cobertura de nosso objeto; e, por fim, **entender** a percepção que um jornalista atuante no veículo O Joio e O Trigo tem sobre a prática ativista e engajada.

Para atingir os objetivos da pesquisa, utilizamos um procedimento metodológico próprio, embasado na Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2016), que permite descrever, quantificar e interpretar um fenômeno. Construímos um protocolo de análise com base na literatura especializada sobre jornalismo ativista e engajado. Para isso, utilizamos como referência para a criação das categorias analíticas o que propõe Bueno (2007) como as três funções essenciais do jornalismo ambiental: função informativa, pedagógica e política. Com estes três eixos de análise, aplicamos o protocolo em 111 sequências de textos retiradas de seis reportagens da editoria Cultura Alimentar do veículo O Joio e O Trigo, espaço que consideramos apresentar maior variedade de temas abordados.

Este trabalho está organizado em cinco capítulos. No primeiro, realizamos uma introdução do assunto, apresentamos os motivos que justificam nossa escolha pelo tema, bem como os conceitos e autores que serão explorados no decorrer da pesquisa. O segundo capítulo discute as principais transformações contemporâneas pelas quais passa o campo do jornalismo e detalha os principais elementos que configuram o cenário de crise atual. Para tal, buscamos fundamentação teórica em autores como Christofolletti (2019), Pereira (2011) e Figaro (2021). No terceiro capítulo, tratamos sobre a emergência de novos modelos como resposta aos desafios impostos aos profissionais da área. É nesta etapa que apresentamos a

discussão sobre valores de ativismo e engajamento no jornalismo, de que forma esses recursos são compreendidos pela literatura e como podem ser acionados na prática jornalística. Também destacamos a importância do jornalismo ambiental como uma prática que abriu caminhos para o surgimento de iniciativas especializadas e posicionadas que incorporam valores de ativismo e engajamento para transformar problemas sociais.

No capítulo quatro apresentamos o percurso metodológico da pesquisa que incluiu a construção de um protocolo de análise com categorias embasadas na literatura sobre o jornalismo ativista e engajado, além de uma entrevista em profundidade com um dos fundadores do veículo que objetivou compreender a percepção de quem vivencia este modelo de produção. Nesta etapa também apresentamos as características do objeto de estudo, o *corpus* e o recorte empírico. Por fim, no capítulo cinco, apresentamos os resultados da análise que foram encontrados em cada um dos eixos estudados. Discutimos sobre as principais estratégias colocadas em movimento pelo veículo e de que forma se aproximam de uma prática ativista e engajada. Junto à análise, compartilhamos as percepções obtidas a partir da entrevista em profundidade realizada com o jornalista do veículo.

## 1. JORNALISMO E TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

A edição de 2023 do Digital News Report<sup>3</sup>, relatório sobre jornalismo, mídia e tecnologia publicado pelo Instituto Reuters, apontou um aumento do desinteresse por notícias e o avanço das redes sociais como caminho principal de acesso à informação. O estudo se baseia em dados de 46 países, entre eles o Brasil, onde 41% das pessoas declararam evitar notícias frequentemente. A média global é de 36%. Segundo o estudo, os brasileiros também estão menos confiantes no jornalismo: 48% das pessoas não confiam nas notícias publicadas pela imprensa – no relatório anterior, de 2022, eram 43%. Segundo o instituto, uma explicação para o aumento da desconfiança pode ser a eleição presidencial vivenciada pelo país em 2022. A pesquisa evidenciou também que o jornalismo se vê diante de um público cada vez mais seletivo a respeito de canais e conteúdos pelos quais deseja se informar. As redes sociais apareceram como principal fonte de acesso às notícias, 30% das pessoas consultadas preferem buscar informações por essas mídias. Os jovens de 18 a 24 anos são os que mais fazem uso desse recurso.

O relatório também apresenta as principais percepções de editores em relação ao jornalismo em 2023. O aspecto econômico é o que causa maior preocupação aos líderes. Entre os fatores estão o aumento de custos de produção, o menor interesse dos anunciantes, a estagnação das assinaturas e demissões para reduzir despesas. Em termos de dados, 72% dos entrevistados estão preocupados com o aumento do número de pessoas que evitam as notícias. Por esse motivo, os meios planejam combater essa tendência com conteúdo explicativo e “histórias inspiradoras”. De acordo o Instituto Reuters, em 2023 os meios estarão mais focados na qualidade de seu jornalismo e na sua missão como comunicadores. Por isso, o jornalismo de soluções e o jornalismo construtivo parecem ganhar cada vez mais força.

Questões como a guerra na Ucrânia<sup>4</sup> e a emergência climática têm levado a uma busca cada vez maior por especialização em temas específicos. Por exemplo, sobre o tema das mudanças climáticas, 49% dos entrevistados afirmam ter criado equipes especializadas para reforçar a cobertura, e um terço contratou mais pessoal.

Além do que indica o relatório do Instituto Reuters, pesquisadores da área da comunicação também vêm alertando para a questão da credibilidade como ponto chave para

---

<sup>3</sup> Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>. Acesso em 10 nov. 2023.

<sup>4</sup> Conflito armado entre Rússia e Ucrânia motivado por razões geopolíticas e territoriais. A guerra entre os países começou em 24 de fevereiro de 2022, quando as tropas russas invadiram o território ucraniano. No período de quase dois anos, o conflito deixou milhares de mortos e milhões de pessoas refugiadas e desabrigadas.

pensar sobre a crise no jornalismo. Christofolletti (2019) define a crise como “complexa, multifacetada e dinâmica”, o autor alerta para o fato de que a instabilidade não se restringe apenas à falta de dinheiro, mas tem relação justamente com ausência de confiança nos meios, relevância do jornalismo como canal de informação e estruturação de seus valores básicos.

Quer dizer, a crise é financeira, mas também é política e existencial, de ética e credibilidade, de governança e gestão. A deterioração das métricas contábeis preocupa, mas há mais motivos para perder o sono: a redução do interesse no noticiário, a migração das audiências, o aumento da desconfiança na mídia, o crescente distanciamento do público e a busca por alternativas no consumo de informação e entretenimento. (CHRISTOFOLETTI, 2019, pág. 17).

A partir da apresentação de um cenário do que chamou de mudanças estruturais vivenciadas pelo jornalismo, Pereira (2011) apontou para diferentes aspectos da área que são afetados. Entre eles estão 1) produção, 2) o perfil profissional e 3) a relação com os públicos. No que diz respeito à produção, há uma aceleração dos fluxos de geração de conteúdo, e mudanças na forma de coletar e circular as informações. Quanto à alteração no perfil dos jornalistas, o principal fator percebido é a precarização das condições de trabalho. Seja no enxugamento das redações, no aumento da carga de trabalho ou ainda na desregulamentação dos contratos trabalhistas, com o predomínio de vínculos no modelo free-lancers. O terceiro fator apresentado pelo autor se refere às novas relações com o público, também influenciado pela inserção de novas tecnologias. “Os novos hábitos de leitura e consumo de informação surgidos nesse cenário começam a se fazer presentes mesmo dentre o público dos veículos tradicionais” (PEREIRA, p. 50, 2011).

A complexidade da crise no jornalismo é reforçada por Figaro e Silva (2022), que também acreditam estarmos diante de modificações no jornalismo como um todo. “Desde o seu papel na sociedade, suas condições materiais de produção, suas características como objetividade, periodicidade, na sua produção, circulação e recepção”, (FIGARO e SILVA, 2022, p. 222). No entanto, as autoras dedicam atenção especial para pensar sobre o mundo do trabalho no jornalismo. Segundo elas, os movimentos de desprofissionalização da área, como a produção de conteúdos por não jornalistas, além do rompimento de contratos e a perda de direitos trabalhistas são fenômenos que também ajudam a explicar as transformações atuais do campo. Outro fator percebido é a dispensa do compromisso ético profissional, em detrimento da lógica de cliques e influencers.

Christofolletti (2019) a partir de Burgueño (2010), aponta a crise de confiança no jornalismo como fator agravante para problemas de caráter econômico. Conforme o autor,

essas múltiplas faces da instabilidade vivenciada pelos meios impulsiona a busca por um novo desenho jornalístico, porém, o processo para encontrá-lo passa pela reconquista da confiança do público.

Credibilidade é um estado de veracidade que as audiências atribuem às informações de um meio de comunicação. A única forma de conservar esse crédito junto ao público é “lutar pela qualidade do produto, buscando a verdade com máxima honestidade possível, com humildade e transparência, reconhecendo e sanando erros, e se mantendo independente”. (BURGUENO, 2010, p. 20, apud CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 58).

Todos esses elementos que compõem o cenário de crise atual – desconfiguração das condições de trabalho, impactos pelas mudanças tecnológicas, novos perfis de consumo pela audiência e, principalmente, a falta de credibilidade no jornalismo – são questões que se impõem como desafios a serem enfrentados pelo campo atualmente.

Evidentemente, os atores que fazem parte deste cenário não estão imóveis diante das transformações. Até porque, ao longo do tempo, o jornalismo passou por diversas mudanças e precisou se reinventar. Christofolletti (2019) lembra sobre como a partir de 1990 os jornais impressos dos Estados Unidos começaram a enfrentar uma queda de vendas, chegando ao final da década com um encolhimento de 10%. Isto é, com 6,5 milhões a menos de exemplares vendidos. Conforme o autor, entre os motivos da redução do número de leitores na época, esteve a concorrência de outros meios de comunicação mais atraentes, como a TV, que também foi responsável pela migração da publicidade. Em meio ao cenário de crise, a propagação da internet, em 1994, como canal de informação acelerou ainda mais o processo de queda nas assinaturas e anúncios nos jornais impressos.

No Brasil, os efeitos da crise de 1990 foram sentidos somente após os anos 2000, com as perdas acumuladas chegando a um terço do mercado (33,2%) entre os anos de 2013 e 2017. Posteriormente, esta crise também foi sentida pelo restante da indústria como emissoras de TV, Rádio e revistas.

Momentos como esses mostram que as crises não são novidades no campo do jornalismo e acontecem periodicamente. Como já mencionado a partir de Christofolletti (2019), todas essas alterações fazem com que as empresas e até mesmo os próprios profissionais passem a buscar constantemente por novas formas e modelos de produção.

Nos últimos anos, Roseli Figaro tem se dedicado a compreender os novos arranjos produtivos no trabalho jornalístico. Um dos resultados é o livro “Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia” de



2021, em que busca identificar o tipo de jornalismo produzido por esses novos meios, por meio da análise das produções de 30 deles. A autora parte da reflexão sobre quais são as alternativas encontradas por profissionais que enfrentam desafios diante das condições atuais de trabalho e de produção.

A combinação de diversas transformações contemporâneas fazem com que a autora adote o conceito de “arranjos econômicos alternativos”. A ideia está relacionada à diminuição dos postos de trabalho que, conseqüentemente, criam necessidade de que os profissionais busquem arranjar-se em novos grupos para exercer suas atividades de forma autônoma (NONATO, FILHO e FIGARO, 2018). Dessa forma, os novos arranjos econômicos são uma possibilidade de organizar o trabalho do jornalista de forma alternativa e independente dos conglomerados de mídia. Como característica, apresentam formas diferenciadas das mídias tradicionais de buscar recursos para sua manutenção e sustentação. Eles se propõem também a entregar um produto jornalístico diferente daquele produzido pelas grandes empresas. Ou seja, os novos arranjos se dão pela necessidade dos profissionais se restabelecerem tanto no âmbito financeiro quanto no que diz respeito a valores essenciais ao jornalismo. A partir dessas lacunas encontradas no modelo atual de produção da informação, forma-se um cenário que proporciona o crescimento de novos modelos de atuação do trabalho jornalístico.

A partir da análise da produção jornalística do que classificou como arranjos econômicos alternativos e independentes aos conglomerados de mídia, Figaro (2021) observou que eles atuam de forma organizada e se apresentam com diferentes características – coletivos, micro empreendimentos, pequena empresa, voluntários, organização cultural, entre outras formas. Além disso, o estudo mostrou que os meios buscam formas variadas de financiamento, entre elas crowdfunding, assinaturas, doações e projetos. O estudo trouxe ainda avaliações sobre o tipo de jornalismo produzido pelos veículos alternativos e concluiu que:

Eles se configuram como uma alternativa de trabalho para os profissionais, bem como uma alternativa de informação ao cidadão para além dos veículos consolidados da grande empresa de mídia. Mesmo porque os arranjos alternativos de trabalho dos jornalistas trazem para a cena um conjunto de vozes sociais que não tem espaço no jornalismo normativo liberal das grandes empresas. (FIGARO, 2021, p. 432).

Nesse sentido, como observado pelo estudo, as transformações da prática jornalística e a crise enfrentada pelo campo podem ser vistas como pano de fundo para o surgimento de novos modelos de produção. O avanço das tecnologias e a inserção delas na produção de

conteúdo, ao mesmo tempo que impõem novos desafios ao trabalho do jornalista também abre novas possibilidades para o trabalho, como a diminuição dos custos de produção e surgimento de novos veículos nativos digitais.

De volta aos resultados observados na pesquisa de Figaro (2021, p. 436), outra conclusão foi de que os arranjos analisados “estão comprometidos e exercem um jornalismo mais plural, mais engajado com os direitos das maiorias, defensores da democracia e da maior participação dos cidadãos nas decisões da coisa pública”. Ao enxergar para além da crise do jornalismo, é possível observar um potencial de mudança e renovação do campo a partir desses novos modelos. “Esse engajamento é necessário não somente para ampliar e revigorar o jornalismo. Essa ação engajada da sociedade é necessária para mantermos a democracia, quiçá alcançarmos ampliá-la”, (FIGARO, 2021, p. 441). Como observado pela autora, é um movimento que surge a partir de uma necessidade de trabalho por parte dos jornalistas e que se mostra como uma saída para a crise como um todo.

Diante desse cenário, passam a surgir veículos de comunicação que trabalham com diferentes propósitos. Figaro (2021) lembra sobre como as manifestações de junho de 2013 no Brasil – uma série de protestos que inicialmente eram contra o aumento das tarifas do transporte público, mas que escalou para atos de grande dimensão espalhados pelo país, com reivindicações por saúde, educação e combate à corrupção – fizeram surgir iniciativas jornalísticas com o propósito de informar sobre os acontecimentos da época. Um exemplo é o coletivo Mídia NINJA, uma rede de mídia com atuação em mais de 250 cidades no Brasil. Sua abordagem é conhecida pela militância sociopolítica e identitária, declarando-se ser uma alternativa à imprensa tradicional. O grupo ganhou repercussão internacional na transmissão dos protestos no Brasil em 2013. Para Rovai (2018, p. 141), momentos históricos como as jornadas de junho de 2013 promoveram um reposicionamento do campo jornalístico no que diz respeito ao ativismo midiático. O autor destaca a influência do uso das redes sociais e tecnologias digitais neste processo. Para ele, as transmissões em tempo real, por exemplo, permitiram que coletivos e ativistas pudessem fazer uma cobertura dos acontecimentos de forma que disputassem narrativamente com a mídia tradicional. Além disso, para além de noticiar, os coletivos convocavam a população para os protestos, tudo isso abastecidos com o potencial de viralização das redes e de facilidade de compartilhamento, “segundo Parra (2013), entre os rastros deixados pelas Jornadas de Junho está a disputa entre as redes digitais e a comunicação de massa. Ele lembra que as redes digitais com muitos nós, de forma distribuída, foram fundamentais para levar as pessoas às ruas” (PARRA 2013, apud ROVAI,

2018, p. 158). Rovai (2018) retoma situações emblemáticas registradas durante as jornadas e que ajudaram a posicionar os veículos alternativos no âmbito do ativismo midiático, entre elas está o registro em tempo real de casos de violência policial durante os protestos. Para ele, os coletivos usaram o poder de exposição online para monitorar e denunciar situações. Assumindo também a função de vigilância. Casos como esse foram observados na atuação do coletivo Mídia Ninja que, a partir da captação exclusiva de situações de violência, passou a pautar até mesmo o jornalismo tradicional que dedicou mais atenção aos casos de abuso policial naquele momento.

Também podemos citar outros projetos jornalísticos, não vinculados aos grandes conglomerados de mídia, que apresentam nichos temáticos particulares de atuação. Entre eles trago exemplos como ((o)eco, um veículo de jornalismo sem fins lucrativos fundado em 2004 que se dedica a abordar temas relacionados à conservação da natureza, biodiversidade e política ambiental no Brasil. Conforme a seção “quem apoia” no site, o meio afirma ter diferentes fontes de financiamento como fundações, pessoas físicas e empresas privadas ou públicas, “desde que não haja conflitos de interesse com nossa atividade fim e observe o respeito à independência e diretrizes editoriais da organização”<sup>5</sup>. Também possui campanha de financiamento coletivo oferecendo recompensas para os leitores que contribuírem. Entre os elementos definidos como missão de ((o)eco está “Produzir conteúdo jornalístico e opinativo sobre temáticas ambientais” e “treinar profissionais de jornalismo e áreas afins para comunicação ambiental”<sup>6</sup>. Ainda como exemplo de veículos que nascem com a proposta de promover coberturas com olhares diferenciados, cito a Revista AzMina, um veículo jornalístico que nasceu em 2015 focado na abordagem de temas variados com recorte de gênero. Conforme a descrição disponível no site<sup>7</sup>, o meio surge a partir de uma necessidade de uma representação mais adequada de mulheres negras, indígenas, trans e lésbicas na mídia. Atualmente, AzMina afirma que conta com parceiros para o financiamento da estrutura institucional e de projetos de jornalismo. Os recursos são frutos de doações de fundações e pessoas físicas, editais e patrocínio a projetos.

Esses modelos surgem a partir da necessidade e exigência da sociedade de que se busque respostas para problemas sociais. Um jornalismo que passa a identificar a importância de agir e não apenas refletir socialmente sobre determinadas pautas. Mas que também se

---

<sup>5</sup> Disponível em <[oeco.org.br/quem-apoia/](http://oeco.org.br/quem-apoia/)>. Acesso em 5 out. 2023.

<sup>6</sup> Disponível em <[oeco.org.br/quem-somos/](http://oeco.org.br/quem-somos/)>. Acesso em 5 out. 2023.

<sup>7</sup> Disponível em <[azmina.com.br/revista-azmina/](http://azmina.com.br/revista-azmina/)>. Acesso em 5 out. 2023.

impõe como um desafio, isso porque coloca em xeque conceitos como objetividade e neutralidade, e abre espaço para conceitos como ativista, militante e engajado.

Moraes (2022) propõe a adoção do que chama de “jornalismo de subjetividade” como forma de pensar a prática para além da reprodução dos fatos, mas como ferramenta de transformação social. A autora traz uma reflexão sobre o quanto valores-notícias tradicionais, como a objetividade e imparcialidade, podem ser limitantes e, mais do que isso, reprodutores de preconceitos e desumanização a determinadas pessoas e populações. Como exemplo, aponta para a superficialidade de coberturas de temas como as favelas, cotidianamente abordadas como lugares reduzidos à violência e à pobreza. Ou ainda, quando o jornalismo trata de temas como a fome, ‘tornando-a um ‘personagem’, “algo que aflige, mata e destrói, mas que não tem pai nem mãe, nem época. Assim, é impossível findá-la” (MORAES, 2022, p. 77). Segundo ela, esses modos de olhar e de não olhar são organizados por uma forma colonial extremamente enraizada no fazer jornalístico. Ao falar de temas tão caros à sociedade utilizando valores como a imparcialidade, a prática jornalística “torna-se parceira da exclusão” (MORAES, 2022, p. 59).

Da Silva e Fonseca (2011), ao reconhecerem a importância do jornalismo na constituição do saber na sociedade, refletem sobre como valores sociais hegemônicos em relação à raça, gênero e classe perpassam a construção das notícias e acabam por contribuir para a reprodução de desigualdades. As autoras consideram os jornalistas e seus valores pessoais como elementos centrais deste processo, pois são responsáveis pela transformação dos acontecimentos em notícias. Ao acompanhar a rotina de produção de jornalistas em veículos brasileiros, identificaram que questões como a heteronormatividade permeiam as lentes pelas quais os profissionais compreendem a realidade e a constroem em suas produções. A partir disso, práticas rotinizadas colaboram para estabelecer padrões de normalidade, impõem o que é certo e errado com potencial de contribuir para uma “violência simbólica que pode ser produzida e reforçada através de discursos que, de um modo ou de outro, suscitem-na, e que no caso do jornalismo, levando em conta seu papel na produção de conhecimentos sociais, tem contribuição na formação de valores” (DA SILVA e FONSECA, 2011, p. 190).

Nesse sentido, Moraes (2022) afirma ser cada vez menos possível o jornalismo apartar-se das dinâmicas e mudanças sociais ao seu redor, uma vez que estamos diante de uma sociedade cada vez mais atenta e envolvida em discussões como racismo e misoginia, por exemplo. Para ampliar essa visão, retomo a discussão sobre as jornadas de junho de 2013 no

Brasil, em que grupos independentes de jornalismo que surgiram com a intenção de produzir narrativas alternativas à mídia convencional permanecem ativos até hoje. Isso porque, de certa forma, supriram a necessidade de leitores e espectadores naquele momento e passaram a ser vistos como um canal possível de fornecimento de informações. Conforme Fernandes (2020), as manifestações evidenciaram um protagonismo popular na reivindicação por mudanças, e isso refletiu também na expansão do jornalismo ativista que passou a ser encarado como um meio de ampliação às vozes dos movimentos sociais, os quais muitas vezes não têm espaço na mídia convencional. Outro fator de influência no modo como a sociedade encara o jornalismo e exige posicionamentos mais ativos da prática, está nas transformações impulsionadas pelo ambiente digital. Conforme Russel (2016), o jornalismo no contexto das redes sociais, por exemplo, está inserido em uma lógica que passa a ser pautada pela participação, pelo envolvimento e pelo engajamento. Assim, vozes que antes eram invisibilizadas passam a influenciar diretamente na construção das informações, fazendo com que se torne menos aceitável a posição passiva de apenas acompanhar fatos reportados sob o olhar da mídia convencional. Russel (2016) defende ainda que, iniciativas midiáticas que nasceram em ambientes como os de protestos, com transmissão em tempo real dos acontecimentos, influenciaram até mesmo as lógicas midiáticas de veículos tradicionais que acabaram por também dar destaque às vozes dos ativistas envolvidos. Para explorar o assunto, a autora analisa manifestações sociais que ganharam visibilidade midiática ao redor do mundo como a Marcha das Pessoas pelo Clima (People's Climate March), que mobilizou milhares de pessoas em 2014 em Nova York, nos Estados Unidos.

Fernandes (2020), defende que, neste contexto de oferta e demanda de conteúdos jornalísticos de caráter ativista, outros valores da profissão passam a ganhar grande relevância, como por exemplo a transparência e a precisão. “Transparência no sentido de deixar claro de que lado está, quais os objetivos do trabalho e os procedimentos adotados para executá-lo, o que inclui expor a origem do financiamento”, (FERNANDES, 2020, p. 118). Já no caso da precisão, a autora afirma que a diferença entre o que faz a prática ativista e o jornalismo tradicional é “não se limitar ao rigor na checagem das informações, mas incluir na apuração o relato das pessoas diretamente interessadas na situação, e não apenas declarações de autoridades e de fontes oficiais” (FERNANDES, p.119).

Ao passo em que se reconhece a presença dos valores pessoais dos jornalistas e das empresas detentoras da mídia, intrínsecos na produção noticiosa, também se reforça a ideia da impossibilidade de existência de uma prática objetiva, neutra e que reflète a realidade. Mais

do que isso, como evidenciado por Fernandes (2020), a forma de consumir jornalismo passa a exigir a transparência sobre de que posição o veículo e o jornalista falam.

O jornalismo de subjetividade, neste contexto, pode ser entendido como um posicionamento que une reflexão e ação. Através dele é possível realizar uma produção discursiva mais inclusiva, transformadora e que desnaturaliza formas redutoras do fazer saber. Moraes (2022) explica que comumente há um reforço da ideia de que há o bom jornalismo e o “jornalismo engajado”, que ocupa menor posição e é realizado por apaixonados por suas “causas”. Para a autora, o jornalismo subjetivo assume esse caráter transformador e ativista como elemento essencial. Além disso, reforça que tanto a notícia diária quanto a reportagem podem ser vistas como “meios de intervenção, de reclamar humanidades, de posicionamento social, de insurgência” (MORAES, 2022, p. 143).

Com um olhar voltado à prática jornalística por meio do livro de repórter, Marocco, Veiga da Silva e Zamin (2019) também buscam evidenciar sobre como é possível subverter lógicas de inferiorização de determinadas populações ao dar espaço para a subjetividade. O uso de elementos subjetivos em narrativas como as praticadas por jornalistas como Eliane Brum e Caco Barcellos são apresentados como exemplos de como as trajetórias pessoais podem influenciar um olhar mais atento para as questões sociais. São ações de resistência que rompem com a objetivação jornalística.

Uma prática ativista não significa abrir mão de ferramentas e procedimentos básicos como apuração, pesquisa, produção polifônica, mas sim usá-los como potencializadores do papel social do jornalismo. Segundo Moraes (2022), esse processo transformador e questionador pode servir para romper representações violentas que causam danos à vida de pessoas e grupos. “[...] se as grandes empresas jornalísticas conseguem eleger ou derrubar presidentes, cabe pensar que também podem contribuir muito efetivamente na construção de políticas públicas que objetivem diminuir o sofrimento humano.” (MORAES, 2022, p. 84)

Veiga da Silva e Fonseca (2011, p.191), recomendam que o exercício de alteridade para melhor conhecimento do outro pode ser um caminho que permita ao repórter “experimentar novas narrativas, quem sabe mais inovadoras, menos previsíveis, recheadas de conhecimentos novos, e com possibilidades de contribuir com informações capazes de alterar a cultura que transforma a diferença em desigualdade”.

Moraes (2022) aponta que o jornalismo de subjetividade pode ser, inclusive, uma ferramenta para enfrentar as crises constantes do campo, como a de credibilidade. Um jornalismo que explora funções de sensibilidade seria capaz de promover novas relações com

o público e ressignificar o papel do jornalismo. Tem potencial para mudar tanto a instabilidade do modelo de negócio, quanto a relação com a audiência.

## 2. EMERGÊNCIA DE NOVOS MODELOS

São diversos os fatores que tornam o jornalismo essencial ao funcionamento das dinâmicas da sociedade e que justificam sua existência, ainda que diante de recorrentes crises e transformações. A atividade faz parte da rotina da sociedade e é responsável por circular conhecimentos. Um importante espaço de compartilhamento do saber.

Ao considerar o jornalismo central para a manutenção da democracia, Reginato (2019) discute as finalidades do jornalismo a partir da percepção dos principais atores envolvidos no processo de comunicação: veículos, jornalistas e leitores. Como resultado, propõe 12 finalidades a serem seguidas pelo jornalismo: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade. Conforme o estudo, o cumprimento dessas finalidades é o que diferencia o jornalismo das demais atividades enquanto gênero discursivo que não pode ser substituído por outra instituição.

Na percepção de jornalistas e leitores, atores para os quais nosso trabalho direciona o olhar com mais profundidade, há quatro tópicos em comum considerados como as principais finalidades do jornalismo (Quadro 1):

Quadro 1 – As principais finalidades do jornalismo para jornalistas e leitores

<b>Finalidade</b>	<b>Definição</b>
Esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade	Mostrar como o mundo funciona em toda a sua complexidade, diversidade e pluralidade; orientar o debate público; apresentar as problemáticas para que elas sejam discutidas na sociedade; ajudar o leitor a formar sua opinião.
Fiscalizar o poder e fortalecer a democracia	Vigiar os poderes (não só o governo) e as instituições para observar se os procedimentos de conduta estão corretos ou não; revelar manobras ilegais e prejudiciais à sociedade; mostrar como a democracia se organiza para ajudar no funcionamento da vida pública.
Informar de modo qualificado	Fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos; garantir o acesso de diferentes públicos a essa informação. Para ser



	qualificada, a informação deve ser verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.
Verificar a veracidade das informações	Apurar todos os dados e checar as informações para entregá-las ao público com correção e precisão; contribuir com a busca da “verdade” dos fatos.

Fonte: (REGINATO 2019, p. 223)

Da parte dos leitores, essas são características que esperam encontrar no conteúdo que consomem, enquanto por parte dos jornalistas, são finalidades que julgam ser importantes no processo de produção e na relação que estabelecem com o público. Por parte dos profissionais, o cumprimento de algumas dessas funções pode ser colocado em xeque, de acordo com valores e regras dos meios para o qual atuam. Este constante impasse faz com que este papel seja frequentemente questionado pela sociedade.

Tomando como ponto de partida o capítulo anterior, que discutiu o cenário da crise multifacetada no jornalismo, envolvendo questões como a perda da credibilidade, avanço das tecnologias e instabilidade do mercado de trabalho, percebe-se uma expansão de novos formatos e modelos de negócio. E para além disso, passam a ganhar cada vez mais força práticas jornalísticas que assumem a defesa de determinadas causas sociais. Atores envolvidos nos processos de produção percebem a necessidade de repensar o trabalho realizado, já que se torna cada vez mais necessário e relevante um jornalismo que não se isenta dos movimentos ao seu redor em nome da imparcialidade.

Importante destacar que o “jornalismo tradicional” ao qual nos referimos no decorrer do trabalho, diz respeito ao modelo que propõe a centralidade de valores como objetividade e neutralidade à profissão. Este modelo passou a ganhar força em meados de 1830 com o surgimento da penny press, nos Estados Unidos, que rompeu com gêneros predominantemente opinativos até então, para buscar um público mais amplo a partir de preços mais acessíveis e, conseqüentemente, produção em massa (SCHUDSON, 2010). A partir disso, o princípio da objetividade foi adotado como um dos principais elementos na profissionalização do jornalismo, como forma de provocar um efeito de imparcialidade e ser reconhecido essencialmente como uma atividade informativa, que se distancia da opinião. Tudo isso, com foco no mercado e aumento da circulação.

A partir da década de 1960, o ideal de objetividade passou a ser questionado no jornalismo. Schudson (2010), aponta que entre as principais críticas levantadas estava sobre como esse ideal contribuía para a reprodução de uma visão social privilegiada da sociedade

que alimentava uma cumplicidade com as fontes oficiais. Já a partir de Tuchman (2016), o autor expôs sobre a influência da subjetividade do jornalista no processo de construção das notícias, fazendo com que a objetividade não pudesse ser plenamente alcançada.

Mais recentemente, autores como Pereira (2004), atribuem o declínio da objetividade a questões como a busca por leitores mais jovens por meio da produção de notícias em formatos mais atrativos. Além da própria relação com as fontes de informação, que passam a atuar de forma mais ativa na construção das informações diante da comunicação mediada por tecnologias, o que também influencia no caráter objetivo do produto final.

Dahlgren (1996) considera que a produção de informações nos modelos clássicos passa a ter cada vez menos espaço por conta de uma série de fatores que impactam o ambiente comunicacional, como por exemplo o excesso de informações, a dificuldade de diferenciar produções jornalísticas dos demais conteúdos disponíveis e ainda, o consumo cada vez mais fragmentado no contexto do ambiente digital. Diante das tecnologias, o público tem cada vez mais o poder de escolher o que vai consumir, o que exige que o jornalismo busque alternativas para se manter interessante.

A produção jornalística precisa se diferenciar por outros caminhos, como pela relevância, pelo aprofundamento da história e até, por que não, pelo posicionamento em relação ao acontecimento ou a um determinado contexto social. (BROERSMA & PETERS, 2013, apud FERNANDES, 2020, p. 96).

Nesse sentido, modelos alternativos de jornalismo passam a ganhar espaço com atuações mais engajadas e inovadoras que são capazes de estabelecer canais de diálogo com um público que se demonstra interessado em jornalismo crítico e comprometido com as transformações sociais.

### 3.1 ATIVISMO E ENGAJAMENTO NO JORNALISMO

Conforme Rovai (2018), o surgimento de um “novo ecossistema midiático” abriu possibilidades para a expansão de novos veículos para além dos grupos tradicionais: as mídias ativistas. Esses meios se mobilizam a partir de causas políticas e adotam uma linguagem sem a neutralidade defendida pela mídia hegemônica. Andrade (2023), buscou identificar estratégias utilizadas pela mídia ativista para estimular o engajamento dos participantes, e apontou a existência de uma prática que nomeou como “nós *versus* eles”. “Ela consiste em apontar erros nos “inimigos” da mídia convencional e se aliar aos ‘amigos’ da mídia militante, ativando emoções variadas nesse movimento” (ANDRADE, 2023, p. 1). Conforme a autora,

essa estratégia faz emergir sentimentos que provocam o engajamento dos participantes, pois proporciona a sensação de pertencimento e de partilha de sentimentos tanto de admiração quanto de oposição aos mesmos grupos. Constituindo adversários e alianças.

Alencar e Javorski (2023) analisaram as características do jornalismo ativista presentes nas narrativas sobre a Amazônia da jornalista Eliane Brum no que diz respeito às estratégias argumentativas utilizadas e os efeitos que geram sentidos de resistência. Ao observar os personagens principais das histórias reportadas, as autoras apontaram que ‘os ‘vilões’ das reportagens são bem pontuados: os grandes projetos, as instituições, figuras públicas, tudo o que tira e destrói a vida da região’ (ALENCAR E JAVORSKI, 2023, p. 14).

Andrade (2023) define ‘engajamento’ de acordo com Dahlgren (2011), “que se refere ao estado do sujeito que se sente mobilizado a participar de alguma causa, evento, atividade, manifestando disposição para agir, uma vez que isso exige dedicação de tempo e requer habilidades” (ANDRADE, 2023, p. 6). Dahlgren (2018), ainda diferencia o conceito de participação e engajamento, e defende que participação representa uma ação ou prática consolidada, enquanto engajamento seria o termo utilizado para indicar estados ou disposições que facilitariam a participação. Conforme o autor, entre os motivos para o engajamento estariam, por exemplo, senso de responsabilidade, posição contrária frente a injustiças sociais e preocupação com a garantia de direitos.

São diversos os termos que buscam dar conta de conceituar o jornalismo posicionado que defende causas específicas. Veículos com essa perspectiva costumam agregar em suas denominações conceitos como “alternativos” e “independentes”. O primeiro tem relação com a percepção de que o trabalho realizado aborda temas sem visibilidade na mídia comercial, já o segundo, está normalmente associado a aspectos de financiamento e sustentação, sem a publicidade como fonte central de renda.

Para ampliar essa definição, é importante considerar o contexto histórico, político e social brasileiro que singulariza esses modos de fazer jornalismo no país. O termo mídia alternativa passou a ser utilizado a partir da década de 60 no Brasil para designar o segmento de veículos impressos independentes da mídia tradicional comercial que surgiram na oposição à ditadura militar.

A imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual jornalística sob o autoritarismo

que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. (KUCINSKI, 1991, p. 6).

Ou seja, o contexto nacional de falta de liberdade originou uma imprensa alternativa que, ainda que com diferentes vertentes de atuação, se apresentava como oposição ao regime vigente.

Conforme Fiorucci (2011), a nova geração da mídia alternativa mantém características como a postura crítica, combativa e de resistência à mídia *mainstream*. No entanto, ao contrário do cenário da ditadura, há uma disputa pelo leitor e a busca por ganhos financeiros como forma de continuar difundindo suas ideias, o que acaba tornando-a parte do mercado e do sistema. “O que afasta, porém, este novo jornalismo de crítica da grande imprensa não é o desprezo ao lucro, mas seu peso no cotidiano de produção”, (FIORUCCI, 2011, p. 461). O autor pontua ainda que o compromisso social assumido por este modelo e a preocupação com os impactos da informação na vida do leitor também são fatores que o diferencia da mídia tradicional. O jornalismo independente pode se sustentar de diferentes formas, como por exemplo financiamento coletivo, assinaturas por conteúdos exclusivos e até doações. A grande diferenciação está justamente na ideia de não depender da publicidade, que é o modelo tradicional no campo do jornalismo no Brasil. Para Fonseca (2005), no contexto do capitalismo global, o jornalismo está submetido às leis do mercado, pois no momento em que as instituições jornalísticas se consolidam de forma comercial o objetivo é gerar lucro. Nesta perspectiva, a informação se transforma em um produto a ser explorado como negócio por empresas de diferentes segmentos. Um espaço dominado também pelos conglomerados de mídia – grupos detentores de empresas nos diversos meios de comunicação como televisão, rádio e internet – que exercem influência sobre a vida política, econômica e cultural do país, a partir da distribuição de conteúdos midiáticos.

Fonseca (2005) sustenta que a concentração do poder comunicacional na mão dos conglomerados midiáticos provoca mudanças no papel do jornalismo e até mesmo nos critérios de noticiabilidade, uma vez que, diante da lógica capitalista, a informação serve aos interesses de determinados grupos.

A reflexão sobre este cenário é importante para compreender em que sentido o jornalismo independente busca se diferenciar da dinâmica da mídia tradicional. Não dispondo do modelo de financiamento atrelado à publicidade, por meio de políticos e empresas, o jornalismo independente entende possuir autonomia e operar com maior liberdade na produção de conteúdos críticos e voltados a atender as demandas da sociedade.

Por conta de o jornalismo profissional ser historicamente ligado a valores de neutralidade, as práticas engajadas e alternativas costumam ser estigmatizadas como de menor qualidade. Moraes (2022), reforça que a percepção de um jornalismo isento, propagada pela própria imprensa, ignora a existência dos interesses empresariais, políticos e ideológicos que permeiam o jornalismo. A autora acrescenta também que as ideias de objetividade e imparcialidade escondem a própria subjetividade dos profissionais jornalistas no processo de interpretação dos acontecimentos a serem compartilhados.

Ao propor o jornalismo de subjetividade, Moraes (2022) defende a prática ativista como pertinente ao jornalismo e sustenta que seja realizada não somente na reportagem especial, mas no trabalho diário de informar. Mesmo jornalistas inseridos em redações tradicionais podem colocar a prática ativista em circulação a partir de suas produções. Junto à dimensão ativista do jornalismo de subjetividade, a autora propõe, a partir de Russell (2016), o que chama de “sensibilidade hacker”, como forma de driblar possíveis barreiras impostas por veículos de comunicação e executar uma produção reflexiva do material noticioso. “A sensibilidade hacker é antes de tudo um posicionamento reflexivo da jornalista, que pode utilizar de maneira tática dos meios nos quais atua para produzir contranarrativas e desestabilizar naturalizações” (MORAES, 2022, p. 151).

Nesse sentido, o compromisso do jornalista ativista se dá com o reconhecimento da estrutura social que o cerca, muitas vezes carregada por preconceitos e desigualdades. A partir disso, passa a atuar de forma posicionada, indicando de que lugar fala. Buscando se diferenciar de uma produção que apenas reproduz os problemas da sociedade, e se aproximando de uma comunicação renovadora.

Segundo Moraes (2022), esse compromisso se dá logo na concepção da pauta, considerada uma forma de materializar o posicionamento crítico. Seja no olhar atento ao que está ao seu redor, no enquadramento ou ainda nas vozes que se escolhe amplificar por meio das produções jornalísticas. É a pauta que vai definir se a abordagem vai procurar avançar para além do senso comum e que vai fundamentar um direcionamento que se afaste de pressupostos preconceituosos.

Para diferenciar o significado de ativismo discutido aqui, trago também o conceito de midiativismo popularizado nos anos 2000, com a difusão da internet, e que faz maior referência a uma prática ativista potencializada pelo uso de TICs e a reivindicação de acesso público à mídia (PASQUINELLI, 2002). Também há um fenômeno de participação social e de midiativismo relacionado a protestos, que “utiliza a mídia, as redes sociais e celulares móveis

e outras tecnologias para produzir um estado de comoção e de mobilização” (BENTES, 2015, p. 50). Nessa perspectiva, o registro midiático visa potencializar as ações dos midiativistas, sujeitos que empreendem ações de intervenção social. Também é considerado uma narrativa paralela à mídia empresarial, pois busca ganhar visibilidade a pontos de vista com menos espaços na imprensa tradicional (BRAIGHI & C MARA, 2018).

Reginato (2019) elencou as finalidades do jornalismo a partir do discurso de jornalistas, veículos e leitores vinculados a três jornais brasileiros de referência<sup>8</sup>, após a discussão sobre a emergência e papel do jornalismo ativista e engajado, consideramos que esta perspectiva de comunicação também reconhece como importantes os valores de pluralidade de vozes, fiscalização do poder, qualidade no ato de informar e checagem de informações. Além disso, arriscamos dizer que outras funções também apresentadas pela autora, mas que apareceram em menor grau de importância no jornalismo tradicional, têm potencial de se apresentarem com mais força nesse outro tipo de abordagem. O jornalismo posicionado, além de trazer os valores comuns da atividade, resgata outras funções como 1) investigar e 2) integrar e mobilizar as pessoas. De acordo com a definição da autora, investigar significa fazer reportagem investigativa, procurar informação exclusiva e trazer o que não está visível, já a segunda função é definida como um estímulo à mobilização social e a participação na vida pública e em torno de causas cidadãs.

Elementos que fazem parte da perspectiva de um jornalismo engajado e ativista que constantemente investiga e denuncia violações de direito, desigualdades e preconceitos. Além disso, também busca utilizar a comunicação não apenas como canal de informação, mas ferramenta de transformação social, que mostra caminhos e convida a fazer diferente.

É importante pontuar que, mais adiante, o trabalho analisará a atuação de um veículo que já nasce com uma proposta de jornalismo engajado, o que faz com que esta discussão se encaixe com menos tensão. No entanto, é necessário levar em conta os diferentes contextos de produção, como por exemplo as grandes redações de veículos tradicionais onde o que mais importa é a produção rápida, em grande quantidade e de conteúdos que sejam rentáveis. Diante da lógica de mercado, muitas vezes a informação é uma ferramenta de obtenção de lucro e manutenção de poder de determinados grupos. Além disso, conforme já abordado anteriormente, a categoria dos jornalistas sofre nas últimas décadas com uma crise multidimensional que impõe desafios para sua sobrevivência o que abre espaço para o crescimento e consolidação de novos modelos como o ativista.

---

<sup>8</sup> Os veículos selecionados por Reginato (2016) foram Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo.

Fenômenos como a precarização do trabalho, o desemprego estrutural, a perda de direitos sociais, a incorporação de tecnologias que flexibilizam e intensificam as atividades são tópicos incontornáveis para a compreensão dialética das mudanças em curso que se orientam pelo paradigma neoliberal. (FÍGARO, 2021, p. 12).

Tudo isso, complexifica o debate acerca de questões como a sensibilidade hacker e diferentes abordagens jornalísticas, ou seja, fatores como a precarização podem comprometer a proposta crítica e engajada já que são inúmeras as transformações com as quais os profissionais precisam lidar. Nesse sentido, reforço que a reflexão apresentada aqui é feita sobre a perspectiva de um veículo que já surge com o pressuposto do engajamento e ativismo.

### 3.2 CONTRIBUIÇÃO DO CAMINHO TRILHADO PELO JORNALISMO AMBIENTAL

O jornalismo ambiental, prática que se dedica a produção e circulação de informações comprometidas com temáticas que envolvem a natureza, atua com diferentes propósitos. Bueno (2007), elenca três principais funções desse tipo de jornalismo, 1) a função informativa; 2) a função pedagógica e 3) a função política. A função informativa diz respeito à ampliação de debates que envolvem a questão ambiental e democratização do conhecimento. Também busca atender à necessidade dos cidadãos de estar por dentro de temas que envolvem a questão ambiental, como suas atitudes impactam a natureza e afetam sua qualidade de vida. A segunda função, a pedagógica, está relacionada a esclarecimentos de causas e soluções para os problemas ambientais, com indicação de possíveis caminhos a serem seguidos para mitigação dos impactos negativos ao meio ambiente. A terceira e última função, a política, corresponde à mobilização dos cidadãos para impedir o agravamento dos problemas ambientais. Essa função inclui a adoção de um caráter de vigilância em relação a governantes, empresas e grupos da sociedade que atuam na degradação da natureza e não colaboram para construção de políticas que possam contribuir para frear essa degradação. O Minimanual para a Cobertura Jornalística das Mudanças Climáticas<sup>9</sup> (AMARAL, 2020), desenvolvido pelos Grupos de Pesquisa Estudos de Jornalismo (UFSM) e Jornalismo Ambiental (UFRGS), ambos certificados pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), apresenta conselhos para uma abordagem qualificada por parte da mídia aos temas que envolvem questões ambientais. Conceitos esses que também podem ajudar a compreender o escopo de atuação desse tipo de jornalismo. A obra apresenta

---

<sup>9</sup>Disponível em:

<<https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/19971/Minimanual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 25 de nov. de 2023.

pontos como a popularização de terminologias da área, a divulgação científica em torno das mudanças climáticas e a comunicação ampla dos impactos possíveis, desde a saúde, economia, acesso à água, segurança alimentar e fluxos migratórios.

O jornalismo ambiental se apresenta como um campo amplo e rico no desenvolvimento de uma produção midiática engajada e que faz a diferença na sociedade e na vida das pessoas. A visibilidade dedicada a temas relacionados à conservação da natureza e oposição a situações que provocam danos ao meio ambiente fez o jornalismo ambiental ser reconhecido como uma prática engajada.

Loose e Belmonte (2023) ressaltam que o jornalismo ambiental, “além de se comprometer com o meio ambiente e com outra visada jornalística (mais plural, contextualizada e complexa), busca engajar seus públicos para o enfrentamento dos problemas que estão postos” (LOOSE e BELMONTE, 2023, p. 12). Os autores destacam que a prática engajada faz parte da essência do jornalismo ambiental, desde sua consolidação.

É o que também defende Bueno (2007, p. 36), ao afirmar que “o Jornalismo Ambiental deve propor-se política, social e culturalmente engajado, porque só desta forma conseguirá encontrar forças para resistir às investidas e pressões de governos, empresas e até de universidades e institutos de pesquisa, muitos deles patrocinados ou refêns dos grandes interesses”. Bueno (2007) defende ainda que esta especialidade do jornalismo deve construir o seu próprio *ethos* e que, por mais que compartilhe valores com “todos os jornalismo”, se diferencia por estar comprometido com a qualidade de vida, do solo, da água e, portanto, não pode se comprometer com a isenção.

Assim, o jornalismo ambiental se mostra como um dos precursores de uma prática que se propõe a produzir conteúdos com abordagem diferenciada da mídia empresarial, que questiona e enfrenta as desigualdades sociais que afetam a população. Desde cedo essa especialidade do jornalismo levantou pontos sobre a subjetividade e posicionamento não neutro das formas de narrar a sociedade.

Não apenas no Brasil, mas em diversos países, os jornalistas ambientais foram pioneiros em desafiar a suposta objetividade em prol da defesa do meio ambiente (Fahy, 2018), levantando questões e enfrentando o *modus operandi* cristalizado para contribuir com uma outra visão de mundo. (LOOSE e BELMONTE, 2023, p. 13).

Neste contexto, abre-se caminho para o surgimento de propostas ainda mais segmentadas que se dedicam à cobertura de temas específicos e carregam os valores do engajamento e ativismo. Uma delas é o veículo O Joio e O Trigo, que explora temas sobre a alimentação e sua relação com a política, cultura, sociedade, economia e história. O projeto



existe desde 2017, produz conteúdos em diferentes formatos no espaço digital como reportagem multimídia, podcast, vídeo e materiais para as redes sociais. Conta com uma equipe fixa com cerca de dez profissionais, entre jornalistas e designers. Aborda temas que envolvem cultura alimentar, agronegócio, saúde e meio ambiente. Tem como princípio editorial a abordagem de valores democráticos, defesa dos direitos e da cidadania. Como forma de financiamento, recebem o apoio de organizações não governamentais atuantes em diferentes segmentos como saúde, sustentabilidade e divulgação científica. Além disso, também disponibiliza programa de contribuições ao público, em que oferece planos de assinatura com conteúdos exclusivos, brindes e sorteios.

Até aqui, refletimos sobre o cenário atual do jornalismo e as lacunas existentes na área, as quais muitas vezes são encaradas como oportunidades para o surgimento de práticas engajadas e independentes da mídia tradicional. Com propostas que questionam o modo convencional de informar e se propõem a fazer diferente. Diante de um mercado em constante crise, os jornalistas precisam encontrar saídas tanto para sua sobrevivência, como também para reconquistar o interesse do público e cumprir com as funções sociais com as quais se comprometem. Nos próximos capítulos, buscaremos entender a prática ativista e engajada direcionando o olhar para um desses veículos de comunicação. O objetivo é identificar as características deste tipo de produção, a percepção que os jornalistas atuantes neste contexto têm sobre a própria atividade e o que impulsiona uma prática engajada.

### 3. PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo, apresentamos as características do objeto de pesquisa bem como a delimitação do *corpus* de análise do trabalho. Nesta etapa, também explicitamos os procedimentos metodológicos que consistem na elaboração de um protocolo de análise adaptado aos objetivos da pesquisa, a partir da metodologia de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2016). Na sequência, realizamos as análises das reportagens jornalísticas selecionadas no site de O Joio e O Trigo, com a aplicação do procedimento metodológico apresentado. Dessa forma, buscaremos caracterizar o jornalismo realizado pelo veículo e compreender quais elementos o aproximam de uma prática ativista e engajada.

#### 4.1 OBJETO DE PESQUISA

Apresentaremos uma descrição do veículo jornalístico “O Joio e O Trigo”, objeto de estudo da monografia, indicando possíveis aproximações com valores de ativismo e engajamento na forma como se reconhecem. A descrição é feita a partir da observação da estrutura do site onde são publicados os conteúdos. Utilizaremos também a autodefinição do meio, disponibilizada na aba “quem somos”<sup>10</sup>, para entender de que forma se apresentam, quais valores buscam seguir e que jornalismo desejam praticar.

O Joio e O Trigo é um projeto sem fins lucrativos criado em 2017 por dois jornalistas fundadores, João Peres e Moriti Neto, ambos com passagem por outros veículos jornalísticos e experiência na produção de reportagens na área dos direitos humanos. João Peres é autor de ‘Corumbiara, caso enterrado’, livro-reportagem sobre o massacre ocorrido em 1995 em Rondônia<sup>11</sup>. Foi editor e repórter da Rede Brasil Atual em 2014 e passou por emissoras de rádio como Jovem Pan AM e BandNews FM. Moriti Neto é jornalista e professor universitário, foi editor do site da Rede Brasil Atual<sup>12</sup>, repórter e colunista da Revista Fórum<sup>13</sup> e repórter da revista Caros Amigos<sup>14</sup>. Ambos os profissionais foram repórteres e redatores da

---

<sup>10</sup> Disponível em <[ojoioeotrigo.com.br/quem-somos/](http://ojoioeotrigo.com.br/quem-somos/)>. Acesso em 10 out. 2023. Sempre que os conteúdos do site forem citados serão apresentados entre aspas e este será o endereço de acesso.

<sup>11</sup> O conflito envolveu policiais militares e um grupo de pessoas sem-terra e deixou 12 mortos. O ato de violência foi desencadeado após o cumprimento de um mandado de reintegração de posse de uma fazenda ocupada por pessoas sem-terra em Corumbiara, Rondônia.

<sup>12</sup> Portal de comunicação com linha editorial focada em conteúdo de viés político, ligado aos movimentos sociais como o sindicalismo e defesa dos direitos dos trabalhadores.

<sup>13</sup> Portal de notícias independente e que se identifica com pautas relacionadas aos movimentos sociais, sindicais, ambientais e dos direitos humanos.

<sup>14</sup> Revista criada em 1997 e encerrada em 2017 com foco na cobertura política, econômica e cultural com posição política de esquerda.

seção brasileira do livro *Ni Pan, Ni Circo*, um dossiê especial da revista *Nueva Sociedad*<sup>15</sup> sobre fome na América Latina. Também tem outros trabalhos em colaboração, como a série “Como se absolve um policial”, produzida para a Agência Pública<sup>16</sup>, em 2015, que ganhou primeiro lugar na categoria Reportagem do Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo. Além da reportagem “Sob a fumaça, a dependência”, também produzida para a Agência Pública, que recebeu menção honrosa no Prêmio Anamatra de Direitos Humanos 2016.

O Joio e O Trigo se define como produtor de um “Jornalismo investigativo sobre alimentação, saúde e poder” e que se dedica exclusivamente à investigação dos sistemas alimentares. Conforme a autodescrição, o trabalho começou em um pequeno site, com o objetivo de realizar “um jornalismo abrangente e independente, com informação segura e ampla sobre a indústria de produtos ultraprocessados e seus impactos na saúde e no bem-estar das pessoas”.

Somos um projeto jornalístico que **afirma a necessidade de construirmos** um novo sistema econômico, que coloque o bem-estar das pessoas, dos animais e do planeta no centro. Hoje, quem está no centro são as corporações, e é disso que se trata o Joio. **“Poder privado”: duas palavras tão pouco utilizadas pelo jornalismo brasileiro que até soam estranhas aos ouvidos. Entendemos que investigá-lo é a nossa missão.**

A atuação do veículo busca exceder a questão da alimentação, abordando as temáticas sociais, econômicas e culturais que perpassam o assunto. A iniciativa reforça a informação como direito e defende que o acesso à ela é “uma ferramenta-chave para que a sociedade se contraponha aos poderes que estão levando ao esgotamento das vidas no planeta”. A questão do acesso à informação aparece em diversos momentos e se mostra como um importante valor para o projeto jornalístico. Ao mesmo tempo em que denunciam: “Se a Copa do Fim do Mundo já escolheu uma sede, esse lugar é o Brasil”, também manifestam acreditar na mudança.

As enormes reservas de água, as florestas inigualáveis, uma população grande e uma cultura alimentar para-lá-de-bonita fazem com que nosso país seja um espaço nevrálgico. **Se existe um futuro melhor, e acreditamos que exista, esse futuro também passa pelo Brasil.**

A apresentação também traz os valores jornalísticos e técnicas que a equipe busca seguir em suas produções, como o rigor na apuração das informações, dedicação à pesquisa e

---

<sup>15</sup> Revista latino-americana de ciências sociais que aborda as correntes do pensamento progressista e defende questões relacionadas ao desenvolvimento político, econômico e social na região.

<sup>16</sup> Agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos que cobre temas como direitos humanos, administração pública e empresas.

a apuração dos fatos, entrevistas com profundidade e trabalho de campo. Também diz reconhecer a necessidade de o jornalismo dialogar com novas linguagens e outras áreas do conhecimento.

O espaço “quem somos”, permite identificar marcas e valores que guiam a prática. Preceitos de ativismo e engajamento podem ser identificados em diferentes momentos no texto, como quando afirma ser um veículo jornalístico que “aceita e valoriza a utopia. Que busca descolonizar o imaginário para construir saídas”. É possível observar a proposta de um jornalismo declaradamente contra-hegemônico que afirma se pautar por valores “e não por pessoas, forças político-partidárias ou econômicas”. Ainda, na apresentação, deixam claro contra qual “inimigo” lutam: o agronegócio, a indústria de cigarros e demais setores que envolvem a alimentação. “Estamos sempre de olho nos governos e nas políticas públicas (e na falta delas), nos lobbies dessas corporações para alcançarem seus interesses e o que está por trás de tudo isso”.

O conteúdo jornalístico de O Joio e O Trigo é publicado em quatro editorias: Lobby, que traz temas relacionados à influência das grandes corporações na alimentação e saúde das pessoas; Cultura Alimentar, apresenta assuntos diversos como impacto dos ultraprocessados, comidas destinadas às crianças, insegurança alimentar e recursos para alimentação escolar; Ambiente e Agronegócio fala sobre o avanço de práticas prejudiciais aos recursos naturais, exportação, ameaças ao meio ambiente, rios e florestas; e Indústria da Fumaça, editoria dedicada a tratar dos assuntos que envolvem a indústria do fumo, seus impactos, novas formas de vender e produzir. As abordagens estão focadas nas problemáticas da alimentação, mas perpassam temas variados como meio ambiente e condições de trabalho. Entre os produtos oferecidos pelo veículo estão reportagens, séries de reportagens especiais, podcast denominado “Prato Cheio”, livros, web stories e newsletter. Além do site, dispõem de perfis em redes sociais como Instagram, X<sup>17</sup>, YouTube e plataformas de áudio como o Spotify.

Quanto à composição da equipe, além dos fundadores há outros 13 jornalistas e designers. Entre as funções assumidas estão repórter, gestor de redes sociais, roteirista de podcast, produtor e editor. Com relação à sustentação financeira, o veículo conta com o apoio regular de seis instituições, são elas: ACT (Aliança de Controle do Tabagismo) Promoção da Saúde – organização não governamental que atua na promoção e defesa de políticas de saúde pública, especialmente nas áreas de controle do tabagismo, alimentação saudável, controle do

---

<sup>17</sup> Rede social é o antigo ‘Twitter’ que teve o nome alterado pelo novo empresário proprietário da plataforma, Elon Musk, em julho de 2023.

álcool e atividade física; Fundação Heinrich Böll – uma organização política alemã sem fins lucrativos que tem como princípios fundamentais a ecologia e a sustentabilidade, a democracia e os direitos humanos; Instituto Ibirapitanga – organização dedicada à equidade racial e a sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis no Brasil; Instituto Clima e Sociedade – organização filantrópica que apoia projetos e instituições que visam a redução da desigualdade por meio do enfrentamento das mudanças climáticas e soluções sustentáveis; Oxfam Brasil – organização sem fins lucrativos que atua com o objetivo de combater a pobreza e a desigualdade social em eixos como economia, raça, gênero e clima; Instituto Serrapilheira – primeira instituição privada, sem fins lucrativos, de fomento à ciência no Brasil, atua em duas frentes: Ciência e Divulgação Científica.

A descrição de cada uma das organizações consta na página do veículo na internet. O site também disponibiliza um espaço para contribuição financeira por parte dos leitores por meio do programa chamado “Sementeira”, que permite ajudar de forma mensal ou pontual. Os pacotes mensais vão de R\$10,00 a R\$200,00 e dão direito a benefícios como o acesso antecipado ao podcast, conteúdos exclusivos, brindes e descontos com parceiros.

O veículo justifica a importância das contribuições ao afirmar que mantém uma equipe fixa para a publicação dos materiais investigativos nos mais diversos formatos. Entre os processos citados para as publicações estão entrevistas, visita a lugares, busca por documentos e dedicação a leituras e pesquisas. Ainda como forma de contribuir financeiramente, o veículo disponibiliza uma loja que vende produtos como ecobags, camisetas e livros editados por eles em parceria com a Editora Elefante. Há também um espaço para denúncia, que consiste em um canal de comunicação pelo qual o leitor pode enviar denúncias, informações, documentos e sugestões de investigação e afirma, “Sua ajuda é fundamental para que possamos continuar fazendo um jornalismo sério e aprofundado”.

Além do conteúdo jornalístico, também conta com um projeto denominado “Mesa Cheia” que tem o objetivo de disponibilizar o material produzido para o uso em escolas, universidades, movimentos sociais e reuniões de trabalho. São perguntas, trilhas de atividades, infográfico e ferramentas visuais que podem ajudar na compreensão dos temas. Existe ainda o “Joio Formação”, com a promoção de oficinas e cursos para o público de jornalistas, pesquisadores e formuladores de políticas públicas. As produções jornalísticas podem ser republicadas e compartilhadas gratuitamente com a garantia do direito autoral pela Licença Creative Commons. Essas iniciativas indicam que o veículo aposta no acesso à informação como um caminho para alcançar as mudanças necessárias para os problemas que denuncia.

No que diz respeito à autodenominação, os conceitos que aparecem são “independente”, “investigativo” e “contra-hegemônico”. Não identificamos a manifestação das palavras “ativismo” e “engajamento”, no entanto, é possível dizer que os valores que buscam seguir se aproximam do entendimento que apresentamos sobre os conceitos, uma vez que o veículo preza pela independência editorial e financeira, marca posição em relação a escolha de temas e abordagem das pautas, defende o cidadão como fundamental na mudança das problemáticas que envolvem a alimentação, denúncia e aponta caminhos.

#### 4.2 RECORTE EMPÍRICO

Como *corpus* de análise da pesquisa, selecionamos seis reportagens publicadas pelo O Joio e O Trigo na editoria Cultura Alimentar, sendo a primeira publicação de cada mês no período de julho a dezembro de 2022 (Quadro 2). A seleção da editoria e do período deve-se à variedade de temas e pautas oferecidas pela seção, bem como por representar um espaço de tempo de seis meses.

Quadro 2 – *Corpus* de análise

MÊS	TÍTULO E LINK	SUBTÍTULO
07/2022 Reportagem 1	<a href="#">Suplementos alimentares: armadilha ou solução?</a>	Dos velhos comprimidos às balas docinhas, o mercado de suplementos alimentares não está para brincadeira: nos últimos anos, novas marcas que prometem resolver todos os problemas inundaram o mercado com produtos que servem a todos os gostos
08/2022 Reportagem 2	<a href="#">“Ele se esfregava em mim, dizia que eu era muito gostosa”: os relatos de trabalhadores do McDonald’s vítimas de assédio</a>	Em audiência da Comissão de Direitos Humanos do Senado, ex-funcionários da gigante do <i>fast food</i> contaram histórias de abusos vividos enquanto trabalhavam na rede
09/2022 Reportagem 3	<a href="#">Renda básica, estoques reguladores, apoio à agricultura familiar: veja o que os presidentiáveis propõem sobre alimentação, agricultura e fome</a>	Campanhas de Ciro, Simone Tebet e Lula prometem centralidade no combate à insegurança alimentar; Bolsonaro cita palavra “fome” apenas uma vez no programa de governo
10/2022 Reportagem 4	<a href="#">Hortas urbanas despontam como alternativa para emprego, renda e segurança alimentar</a>	Recomendada pelo ONU e frequentemente ignorada por autoridades, agricultura urbana floresce pelo Brasil, ajudando a

		garantir alimento no prato e dinheiro no bolso
11/2022 Reportagem 5	<a href="#">Brasil tem 57 mil mortes por ano devido ao consumo de ultraprocessados, estima pesquisa</a>	Número é maior do que o total de homicídios no país; se consumo brasileiro desses produtos chegar ao patamar dos Estados Unidos, serão quase 200 mil mortes prematuras anuais
12/2022 Reportagem 6	<a href="#">O ESG pode nos salvar do apetite das grandes empresas?</a>	O mercado financeiro trata o ESG como uma revolução. Quem acompanha o passo a passo dessa história aponta fragilidades e risco de se perder de vista uma agenda ampla de sustentabilidade.

Fonte: Elaboração própria

A periodicidade de publicação do veículo não segue uma lógica definida, tendo em vista que observamos meses com a quantidade de uma reportagem publicada e outros meses com cinco, por exemplo. Em empreendimentos deste tipo, as lógicas de financiamento e os modelos de produção baseados em investigação aprofundada se aproximam do que Fígaro e Nonato (2023) descrevem no contexto dos arranjos produtivos independentes da mídia de legado, de modo que a periodicidade tem relação com as condições de produção e capacidade de circulação do conteúdo, mas não necessariamente diz respeito à atualidade do produto. As autoras defendem que ser atual depende do nicho e da linha editorial do veículo, especialmente no contexto do jornalismo online praticado por arranjos independentes e alternativos, como é o caso de nosso objeto.

#### 4.3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Após a coleta das notícias, realizou-se uma observação dos textos inspirada na proposta de Análise de Conteúdos (BARDIN, 2016). Utilizamos a análise de conteúdo categorial, técnica de pesquisa que permite a criação de inferências sobre o conteúdo, buscando “descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos” (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021). A análise foi realizada a partir de categorias construídas com base na discussão teórica sobre jornalismo ativista e engajado, realizada no decorrer do trabalho. Deste modo, olhamos para os textos que compõem o *corpus* e selecionamos sequências de análise pertencentes a cada uma das categorias.

Conforme explorado no segundo capítulo, o jornalismo ambiental é uma importante referência para práticas engajadas e ativistas e, inclusive, abriu caminho para o surgimento de propostas que atuam na cobertura de outros temas. Práticas que mostram caminhos para o enfrentamento dos problemas sociais e inserem o cidadão nessa missão. Por isso, buscaremos na conceituação das funções do jornalismo ambiental, elementos de referência para analisar a produção do nosso objeto. Bueno (2007), ressalta três funções deste jornalismo: informativa, pedagógica e política.

A função informativa (1) satisfaz a necessidade que os cidadãos têm de estar por dentro dos principais aspectos que abrangem o assunto, considerando o impacto que suas ações, como hábitos de consumo, processos, como o efeito estufa, e modelos, como o capitalismo, tem sobre o meio ambiente e sua qualidade de vida. A função pedagógica (2) significa explicitar as causas e soluções para as questões apresentadas e indicar caminhos para a superação dos problemas. Essa função ajuda a entender se e de que forma a produção jornalística comunica os impactos e soluções dos problemas apresentados nas diferentes esferas como saúde e economia, por exemplo. A função política (3) significa mobilizar os cidadãos para enfrentar interesses que agravam os problemas apresentados, como os de empresas e setores que colocam em xeque a sustentabilidade para favorecerem seus negócios. Também inclui o ato de estabelecer vigilância permanente ao trabalho dos governantes, empresas e grupos da sociedade (BUENO, 2007, p. 35).

Para classificar as sequências de acordo com as funções, foram utilizados alguns critérios. Para ser considerada pertencente à função informativa, identificamos aquelas que apresentam um panorama ou introdução do assunto, bem como dados e pesquisas sobre o tema. Na função pedagógica, classificamos as partes que indicam explicações, descrição de situações, exemplos e ações necessárias para a superação dos problemas apontados. Por fim, a classificação das sequências referentes a função política, levou em conta a presença de sinais que visam a mobilização dos cidadãos, a responsabilização pelos problemas sociais, a crítica e a reivindicação por mudança.

Em um segundo momento, agrupamos essas sequências encontradas por sentido de cada função. Conforme Sampaio e Lycarião (2021), a partir da Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), esta etapa pode ser considerada de exploração do material ou codificação e consiste “no processo pelo qual os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes ao conteúdo expresso no texto” (SAMPAIO E LYCARIÃO 2021, p. 47). Esse processo resultou em um



total de 111 sequências de análise, sendo que 59 são pertencentes a função informativa, 30 a função pedagógica e 22 a função política.

Com a seleção e agrupamento das sequências de análise conforme as categorias construídas, direcionamos a observação para o conjunto de sequências pertencentes à mesma função. A partir disso, foi possível reconhecer nas reportagens os elementos da literatura especializada sobre a prática de um jornalismo ativista e engajado, além de identificar padrões e diferenças nas estratégias utilizadas para a exploração dos fatos sobre alimentação. Nesse momento, de modo qualitativo elencamos subcategorias dentro de cada uma das funções.

Como movimento final desta etapa metodológica, baseada na proposta de Análise de Conteúdos (BARDIN, 2016), realizamos o tratamento dos dados obtidos com interpretação das estratégias utilizadas pelo veículo. Colocamos em relevo as informações fornecidas pela observação, por meio de quantificação simples, evidenciando a frequência de cada uma das estratégias identificadas. Essa análise será apresentada no quinto capítulo deste trabalho. Como recurso complementar à análise dos textos, ainda elaboramos uma entrevista em profundidade, realizada com um dos fundadores do veículo, que também será utilizada para realizar inferências no próximo capítulo.

#### 4.4 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

Como complemento da etapa metodológica do trabalho, realizamos uma entrevista semiestruturada (DUARTE, 2005) com um dos fundadores de O Joio e O Trigo com o objetivo de compreender a percepção do jornalista sobre o trabalho desenvolvido na produção de reportagens. “A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer.” (DUARTE, 2005, p. 62)

Executamos a entrevista de modelo semi-estruturada e semi-aberta que, de acordo com Duarte (2005), parte de um roteiro básico com questões que guiam a conversa e estão ancoradas em teorias e hipóteses de acordo com os interesses da pesquisa, sendo que podem surgir novos questionamentos a partir da resposta do entrevistado. A entrevista foi realizada no dia 1º de novembro de 2023 com o jornalista Moriti Neto. O encontro ocorreu no formato online, por meio da plataforma Google Meet, com duração de 2 horas e 15 minutos. De acordo com a classificação de Duarte (2005) sobre os tipos de informantes em entrevistas em profundidade, compreendemos que o entrevistado deste trabalho se caracteriza como

“informante-chave: fontes de informação consideradas fundamentais por estarem profunda e diretamente envolvidas com os aspectos centrais da questão” (DUARTE, 2005, p. 70).

O roteiro de perguntas (Quadro 3) foi elaborado a partir da análise das sequências retiradas das reportagens, processo que será apresentado no próximo capítulo. As questões foram organizadas nos três eixos temáticos principais: função informativa, pedagógica e política (BUENO, 2007), que consistem nas categorias da análise. Para iniciar a entrevista, elaboramos um bloco de perguntas consideradas mais abrangentes sobre o trabalho do veículo e a forma como se reconhecem. Em um segundo momento, elencamos questões que buscaram compreender as formas de financiamento. Posteriormente, partimos para as perguntas específicas de cada um dos eixos da análise.

Quadro 3 - Roteiro de perguntas da entrevista em profundidade

<b>Quadro de perguntas para entrevista</b>	
Gerais - Introdução sobre ativismo e engajamento	
1.	Você pode começar se apresentando e apresentando o Joio?
2.	Como surge o tema da alimentação?
3.	O que motiva uma produção jornalística especializada em assuntos sobre alimentação?
4.	Que tipo de jornalismo vocês consideram que fazem?
5.	Qual o diferencial em relação a outros modelos de jornalismo?
6.	Qual o objetivo das reportagens do Joio?
7.	Vocês consideram que combatem problemas relacionados à alimentação? Quais?
Financiamento	
8.	Qual o modelo de financiamento do veículo hoje?
9.	Como se dá o financiamento recorrente das instituições mencionadas no site?
10.	Vocês recebem indicação de pauta da audiência e com que frequência elas se tornam reportagens?
11.	O Joio se diferencia também pela periodicidade dos conteúdos publicados. Qual a lógica seguida de veiculação de novos materiais?
Eixo 1 - Informativo	
12.	Ao ler o conteúdo produzido pelo veículo, percebi que existe uma linguagem bastante particular utilizada para contar as histórias e expor os fatos. Além de ser posicionada, utiliza recursos específicos como a ironia, por exemplo. Você concorda com essa avaliação? E que outros elementos considera que torna a forma de narrar do Joio particular?
13.	Como funcionam essas escolhas?
14.	Que sentido buscam provocar no leitor?
15.	É comum encontrar nos textos os bastidores da apuração. Qual a intenção desse elemento? Qual sentido vocês buscam provocar no leitor?

Eixo 2 - Pedagógico	
16.	Qual o papel das fontes de informação no trabalho de vocês?
17.	Que tipo de fonte vocês percebem que se sobressai na cobertura de vocês?
18.	Onde vocês buscam subsídios para conseguir apontar as causas e soluções dos problemas apresentados?
19.	Normalmente, as soluções dos problemas relacionados à alimentação estão associadas a que caminhos?
20.	Como vocês atuam para fazer com que o leitor se sinta capaz de contribuir para a solução?
Eixo 3 - Política	
21.	Vocês buscam deixar claro nas coberturas quem são os responsáveis pelas ações consideradas ruins para o que defendem?
22.	Há uma busca por trazer boas iniciativas nos textos? Para o que elas servem?
23.	Você considera que o Joio realiza um papel de vigilância sobre a sociedade? Como?
24.	Que impacto você considera que O Joio e O Trigo tem sobre o jornalismo?
25.	Quais são os maiores desafios para motivar leitores a se sentirem parte de uma questão social como a alimentação e se sentirem capazes de consolidar mudanças?
26.	Qual é a função do jornalismo hoje e como você acha que o Joio cumpre esse papel?

Fonte: Elaboração própria

Os elementos fornecidos pela entrevista, e que se relacionam com as categorias de análise das reportagens, serão utilizados para fazer inferências junto a apresentação dos resultados no próximo capítulo. Porém, o processo de entrevista também trouxe informações complementares que contribuem para a caracterização do veículo, discutida neste capítulo. Por isso, utilizaremos este espaço para trazer questões que dizem respeito a forma como o veículo enxerga seu trabalho e que contribuem para uma exposição mais completa do objeto.

O primeiro ponto tem relação com o contexto de criação do projeto e a forma como se reconhece. O entrevistado destacou que O Joio e O Trigo nasceu como uma expressão de insatisfação dos dois jornalistas fundadores com o próprio jornalismo independente a partir de experiências anteriores obtidas em outros veículos. Segundo ele, houve uma percepção de que esse campo reproduzia determinadas práticas do jornalismo tradicional, como por exemplo, a adoção de imediatismo e urgência para responder demandas, algo que para ele foi intensificado pela expansão do uso das plataformas digitais. Aliado ao sentimento de insatisfação, ambos os jornalistas também tinham como objetivo aprofundar a prática investigativa com foco no poder privado, com a qual já tinham experiência. A partir disso, surgiu o tema da alimentação como um caminho possível para as suas demandas profissionais,

mas que também poderia preencher uma lacuna que consideravam existir sobre coberturas jornalísticas que envolvessem os interesses do setor privado.

**E01S15** A gente olhava lá atrás também com essa preocupação e pensava: “será que isso não é nichado até demais para o que queremos?”. Até que **entendemos que a alimentação é algo tão grande e que dialoga com tantas outras áreas, com tantas temáticas e com tantas questões existenciais, filosóficas, sociológicas, antropológicas, políticas, econômicas e culturais, que poderíamos falar de alimentação e falar sobre todo o resto que vem com ela ou que surge dela, a partir de um olhar mais sistêmico, mais estrutural.**

Na discussão inicial apresentada nesta monografia, em que tratamos das transformações contemporâneas pelas quais passa o jornalismo e a emergência de novos modelos como resposta a essas mudanças, abordamos sobre como os jornalistas encontram alternativas de trabalho nas mídias independentes justamente com a ideia de se restabelecerem no mercado de trabalho, mas também de contribuir para uma prática jornalística mais comprometida com as mudanças sociais. A partir de insatisfações encontradas no modelo atual de produção da informação, cria-se um cenário favorável para o crescimento de novos arranjos jornalísticos (FIGARO, 2021) que também servem de alternativa de informação para a sociedade. É nesse contexto que nasce O Joio e O Trigo.

Apesar da aproximação com as características do jornalismo independente discutidas neste trabalho, o entrevistado revelou que escolheram nomear sua prática como “jornalismo sistêmico”.

**E01S21** Entendemos que era preciso aplicar algum tipo de conceito de análise sistêmica para poder observar diversas camadas e conseguir conectar esses vários elementos, inclusive as camadas menos visíveis, menos observáveis no primeiro momento para nós como jornalistas e depois para quem vai receber o material que nós produzimos. **Batizou-se de sistêmico, mas também falamos em jornalismo investigativo.**

O incômodo com o termo “independente” vem da ideia de o considerar vago, uma vez que é difícil dizer “do que” e “de quem” ele seria independente. Segundo ele, outro termo que considera adequado para explicar o que fazem é “isenção”, com referência ao afastamento de interesses pessoais que não deveriam pertencer ao debate público.

No terceiro capítulo discutimos os diferentes termos que buscam conceituar esse tipo de jornalismo e entendemos que denominações como “alternativo” e “independente” se referem a um trabalho que se diferencia da mídia comumente sustentada por anunciantes tanto em suas abordagens temáticas e visibilidades que escolhem dar para determinados temas, quanto na forma de financiamento e sustentação, ou seja, não tem como fonte central de renda a publicidade. Portanto, apesar das preferências de definições adotadas pelo veículo,

podemos seguir o caracterizando como independente o que, inclusive, é uma expressão presente na aba “quem somos” do site.

Quanto aos principais objetivos do trabalho jornalístico de nosso objeto de estudo, o entrevistado definiu que O Joio e O Trigo busca interferir de alguma maneira no debate público, seja propondo algo em relação às políticas públicas para a alimentação, ou denunciando práticas que consideram ir contra os direitos alimentares, o meio ambiente, etc. Ele entende que o jornalismo é uma ferramenta de transformação social através do qual é possível denunciar e propor resoluções, mas não o responsável por resolver os problemas. Nesse sentido, ele também diferencia a denúncia que fazem do que chama de “denuncismo”, por ser, em sua visão, justamente um apontamento propositivo que busca conectar problemas e mostrar situações que podem não estar visíveis em um primeiro momento, mas fazem parte de um problema maior.

**E01S29 eu não vou dizer que nós resolvemos, vou dizer que nós contribuimos, até porque não é o jornalismo que resolve no fim das contas, quem pode resolver – ou deveriam resolver – são outros agentes, mas eu acho que nós contribuimos para encontrar resoluções** para questões como preservação de culturas alimentares, soberania alimentar, preservação dos próprios povos que preservam essas culturas, para a questão do ambiente.

Na entrevista também foi possível entender de que forma se dá o financiamento por parte das organizações apoiadoras. Conforme o entrevistado, o apoio é feito de acordo com projetos, ou seja, com períodos pré-definidos, mas com possibilidade de renovação. Este fator contribui para explicar sobre a periodicidade do veículo, uma vez que a quantidade de publicações e projetos em andamento também depende do estímulo e recorrência de apoio dos financiadores. A questão financeira é chave na compreensão de propostas independentes, uma vez que as condições de produção e circulação têm relação direta com a disponibilidade de recursos.

Quanto à interferência na construção das pautas por parte dos apoiadores, ele afirma que há um vínculo ideológico com os financiadores e troca de ideias sobre projetos, no entanto, há demarcações que não permitem que isso afete a essência do veículo.

**E01S33 algo que nós temos com os nossos financiadores, por exemplo, são linhas demarcatórias.** Nós vamos conversar sobre o projeto como um todo e nós vamos alinhar se nossas bandeiras são as mesmas, se temos pontos em comum para poder aceitar o financiamento de vocês e para vocês também perceberem que as bandeiras de vocês vão ser atendidas, óbvio.

**E01S35 Nosso vínculo ideológico existe sim com as organizações que nos financiam, mas elas não nos pautam do ponto de vista de não nos tornar isentos a respeito de um governo,** por exemplo.

Sobre as iniciativas que preveem contribuições do público como o clube de assinaturas, o entrevistado afirmou que ainda considera uma estratégia em construção, mas que tem o objetivo de os tornar mais autônomos financeiramente.

Por fim, o último ponto que nos chamou a atenção durante a entrevista e que não aparecerá como um ponto de análise no próximo capítulo, mas ainda assim consideramos importante mencionar, é a forma como o veículo compreende a influência de sua atuação na sociedade. O jornalista fundador manifestou que considera que durante os seis anos de trabalho de O Joio e O Trigo foi possível construir uma relação com pesquisadores, professores e estudantes de jornalismo de modo a agregar no conhecimento sobre a questão da alimentação e da própria forma de produzir conteúdo especializado. Mas para além disso, o jornalista considera que o veículo já conseguiu exercer uma influência sob o próprio poder público com denúncias e propostas e, principalmente, sob o jornalismo brasileiro em que, para ele, o tema da alimentação ganhou mais espaço, inclusive em veículos tradicionais.

#### **4. AS FUNÇÕES DO JORNALISMO ATIVISTA E ENGAJADO EM O JOIO E O TRIGO**

Nossa proposta metodológica parte da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2016), a partir da qual realizamos um agrupamento de sequências temáticas retiradas das reportagens do veículo jornalístico estudado, referentes a cada uma das funções – informativa, pedagógica e política – do jornalismo ambiental propostas por Bueno (2007). Neste capítulo, o objetivo é retomar o que propõe cada uma das funções e como as informações fornecidas pela análise se aproximam dessas características. Mostraremos quais são as estratégias utilizadas pelo O Joio e O Trigo em cada um destes tópicos e com que frequência são acionadas no conjunto de sequências analisadas. A partir disso, será possível caracterizar a atuação do veículo e entender como se aproximam dos valores de ativismo e engajamento. No decorrer da análise, apresentaremos exemplos que ilustram nossas percepções. Estes exemplos aparecem indicados com o número do texto (T01, T02... T06) do qual foram retirados, bem como o número da sequência (S01, S02... S111) que representam no todo analisado, exemplo: T01S25.

No decorrer da apresentação da análise, também incluiremos elementos fornecidos pela entrevista em profundidade realizada com um dos fundadores do veículo, Moriti Neto. Este movimento tem como objetivo complementar, comparar ou até confrontar o nosso olhar sob o objeto e a forma como o próprio informante, diretamente envolvido com a produção do veículo, tem sobre o trabalho. Os trechos aparecem indicados com a letra “E”, em referência a entrevista, junto ao número da sequência.

##### **5.1 FUNÇÃO INFORMATIVA**

Conforme Bueno (2007), a função de informar tem como princípio manter o público atualizado sobre os principais temas ambientais levando em conta o impacto que certas posturas, processos e modelos têm sobre o meio ambiente e, conseqüentemente, na qualidade de vida das pessoas – em nossa pesquisa, aplicamos este conceito aos temas que envolvem a alimentação. No momento em que coletamos as sequências pertencentes à função informativa nas reportagens, consideramos os trechos em que o veículo traz um panorama ou introdução do assunto, ou ainda, quando traz dados, pesquisas e relatórios para salientar determinadas situações sobre o tema tratado. Das 111 sequências que compõem a pesquisa, 59 foram classificadas como pertencentes a função informativa, o que representa 53% do total. Elencamos três principais estratégias informativas exploradas pelo O Joio e O Trigo que

serão debatidas nesta etapa: **acionamento das fontes de informação, recursos de linguagem e exposição de bastidores**. A seguir, apresentamos cada uma delas, de que forma se manifestam e quais sentidos são capazes de provocar no leitor. Ao analisar as sequências informativas, observamos que, ao mesmo tempo em que o veículo utiliza recursos objetivos para comunicar os fatos de forma clara e de modo que se aproxime do real, também explora recursos subjetivos que o posicionam e indicam de que lugar ele fala e por quais valores luta a favor ou contra.

### 5.1.1 Acionamento das fontes de informação

Quanto aos recursos tradicionais do jornalismo utilizados para garantir o caráter informativo dos textos, em primeiro lugar, evidenciamos **o papel das fontes de informação**, as quais aparecem com o objetivo de relatar situações, reforçar os argumentos da discussão que está posta e conceder credibilidade. Dentre as 59 sequências categorizadas como função informativa, 32 apontam para uso das fontes como estratégia informativa principal, o que equivale a 54% da categoria.

Segundo a classificação das fontes de notícias proposta por Schmitz (2011), há sete possibilidades de definir uma fonte: oficial, empresarial, institucional, individual, testemunhal, especializada ou referência. Conforme o autor, as fontes oficiais dizem respeito àquelas que ocupam funções ou cargos públicos, e que falam por órgãos mantidos pelo Estado oriundos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário ou então organizações agregadas. A **fonte empresarial** refere-se a quem representa uma corporação empresarial, seja da indústria, comércio, serviços ou do agronegócio. A **fonte institucional** é aquela que representa uma organização sem fins lucrativos ou grupo social que defende uma causa social ou política. Também pode ser chamada de “fonte independente”. A **fonte individual** é aquela que representa a si mesma, como, por exemplo, uma pessoa comum, uma personalidade política, profissional liberal. Ela pode ser considerada individual quando não fala por uma organização ou grupo social. A **fonte testemunhal** fala sobre aquilo que viu ou ouviu, como participante ou observador de um fato. Espera-se que ela relate exatamente o ocorrido. A **fonte especializada** está normalmente relacionada a uma pessoa ou organização que detém um saber específico de conhecimento reconhecido. Geralmente está relacionada a uma profissão ou área de atuação. Por último, a **fonte de referência** trata-se de bibliografia, documento ou mídia consultada pelo jornalista (SCHMITZ, p. 9-12, 2011).



Quadro 4 - Fontes acionadas

Fonte	Quantidade	%
Referência	19	59,3%
Especializada	8	25%
Empresarial	3	9,3%
Individual	2	6,2%
Institucional	0	0%
Testemunhal	0	0%

Fonte: Schmitz (2011)

No caso de O Joio e O Trigo, é possível identificar que o tipo de fonte mais acionado são as **de referência** (Quadro 3) que, conforme Schmitz (2011), trata-se de bibliografia, documento ou mídia consultada pelo jornalista. Elas aparecem com o objetivo de evidenciar situações e reforçar argumentos por meio de números, dados e relatórios.

A partir de um estudo sobre o uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados, Gehrke (2018), propôs uma classificação dos tipos de fontes nas notícias vinculadas a essa prática. A investigação buscou preencher uma lacuna teórica sobre fontes no jornalismo como um todo, tendo em vista que as do tipo documental, como bancos de dados públicos, arquivos, relatórios, projetos, publicações em sites de redes sociais e outros, são comumente associadas a algo secundário e complementar às fontes pessoais. A autora defende que, diante do avanço tecnológico com ampliação do acesso a computadores e internet, também há uma mudança na forma de obtenção de informações por parte dos jornalistas, que passam a utilizar com mais frequência as bases de dados como fontes, o que exige uma classificação própria (GEHRKE, p. 113, 2018).

A proposta de classificação consiste no enquadramento das fontes documentais em três tipos: arquivo documental, estatística ou reprodução. (GEHRKE, p. 93, 2018). O arquivo documental envolve notas, relatórios, decretos, estudos e leis, por exemplo. A do tipo estatística diz respeito ao uso de números para descrever algo, em geral, têm como origem informações estruturadas em planilhas disponíveis em portais da transparência ou pesquisas sociais. A do tipo reprodução compreende comunicados e declarações emitidas por pessoas e organizações que não ocorrem por meio de entrevista direta. Nas reportagens analisadas por este trabalho, identificamos a ocorrência dos três tipos. Para esta observação, consideramos as 19 sequências categorizadas como pertencentes a fontes de referência (SCHMITZ, 2011) e

identificamos que, destas, 11 (57,8%) dizem respeito a fonte do tipo **estatística** (GEHRKE, 2018), como por exemplo:

**T01S25** Segundo uma pesquisa da Abiad, de 2020, os suplementos estão presentes em **59%** dos domicílios do país, e durante a pandemia houve um crescimento de **48%** nesse tipo de consumo. Esse mercado atingiu 6,6 bilhões de reais em vendas ainda em 2019 e segue atrás só dos Estados Unidos e da Austrália. Os dados são da consultoria Euromonitor.

Seis (31%) se caracterizam como arquivo documental:

**T04S68 O Pacto de Milão para Agricultura Urbana**, do qual São Paulo e Belo Horizonte são signatárias, estipula que o poder público deve reconhecer que a agricultura urbana, “especialmente as mulheres produtoras em muitos países”, desempenha um papel essencial na alimentação das cidades.

E duas (10,5%), como fonte do tipo **reprodução**:

**T02S32 A declaração foi dada nesta segunda-feira (8), durante uma audiência pública realizada no Senado** sobre os impactos da reforma trabalhista no cotidiano dos trabalhadores de fast food. “Cheguei a conversar com o consultor [cargo superior ao do gerente, que supervisiona várias unidades]”, diz ela. “Mande e-mail, contei tudo que tinha acontecido comigo dentro da loja, nada resolveu.

Em segundo lugar, o tipo de fonte mais acionado nos textos do veículo são as especializadas, com oito das 32 sequências (25%), as quais aparecem como forma de legitimar a abordagem do assunto que está sendo tratado. Essas vozes também contribuem para a explicação dos temas e alertam para os impactos de determinadas ações. Um exemplo pode ser visto a seguir:

**T01S26** Justamente durante a pandemia, as marcas deitaram e rolaram com as mil alegações e publicidades sobre imunidade. Mas **a nutricionista Vanessa adverte** que a suplementação deve ser utilizada em casos específicos, em que o organismo não consegue dar conta das necessidades somente por meio da alimentação.

Além destas, também há três ocorrências de **fontes empresariais** (9,3%) que aparecem como pesquisadores e especialistas em sustentabilidade, mas que foram classificadas desta forma por estarem representando uma corporação empresarial privada, conforme Schmitz (2011). Exemplo:

**T06S95** O termo “é forjado dentro do mercado de capitais”, explica a **pesquisadora da Fundação Getúlio Vargas e diretora de mercado de capitais ESG da PwC, Melissa Velasco Schleich**.

Por fim, em duas sequências há o acionamento de **fontes individuais** (6,2%), que aparecem como os casos da história, isto é, aquelas pessoas que vivenciam a situação relatada.

**T04S56** Casas disformes, com tijolos aparentes e ligações clandestinas de esgoto cercam a horta de 10 mil metros quadrados, onde trabalham treze famílias. **Dionísio explica** que a água para irrigação vem de um poço artesiano furado com recursos do Banco do Brasil – não há relação com o rio poluído que passa à margem do terreno.

Com isso, é possível afirmar que o veículo aciona fontes de diferentes naturezas como recurso informativo, com destaque às fontes documentais e especializadas. Compreendemos que este aspecto tem relação com um dos pressupostos que guiam o jornalismo ativista e engajado: a ênfase na contextualização (LOOSE E GIRARDI, 2017). O jornalismo especializado acaba tendo como uma das atribuições esclarecer questões complexas que envolvem, por exemplo, o meio ambiente e a alimentação. Também tem a missão de se diferenciar do jornalismo diário, com a oferta de conteúdos mais amplos, profundos e críticos, que supere o acesso à informação de forma fragmentada, dando substratos para que o leitor possa relacionar pautas e assuntos diversos. Nesse caso, os dados, relatórios e números aparecem como forma de comprovar, comparar e ressaltar fatos, já as fontes especialistas ajudam a traduzir, revelar e até dar nome a determinadas situações.

Conforme veremos mais adiante, na função pedagógica, este encargo de trazer para o debate temas complexos de forma didática pode ser uma das características que explique a predominância de fontes documentais e especializadas nos textos analisados, mas, por outro lado, isso pode representar uma dependência desse tipo de fonte e um rompimento da pluralidade de vozes, valor essencial ao jornalismo ativista e engajado (LOOSE E GIRARDI, 2017).

Durante a entrevista realizada como recurso metodológico neste trabalho, o jornalista Moriti Neto, um dos fundadores do veículo, manifestou que considera as fontes como figuras essenciais para a construção das histórias que escolhem contar. Apesar de a análise indicar um predomínio das fontes documentais, que apareceram como as mais acionadas nas reportagens estudadas, o entrevistado mencionou que há uma preocupação em ouvir preferencialmente o que as pessoas têm a dizer. Além disso, ele também considerou como um desafio, assumido por eles, conseguir desierarquizar o pensamento em relação ao grau de importância que são concedidos às fontes de informação. Como observado nos dados da análise, as fontes especializadas são o segundo tipo mais utilizado.

**E01S62** Algo muito importante para nós aqui, que é um valor, **nós não partimos de hierarquia de saber normatizado. Se o cara é pesquisador da Universidade X ou Y, do Norte de Londres, ele não é melhor do que um representante de um povo tradicional que não tem nenhum olhar midiático.**

Moriti explica que quando o veículo nasceu, em 2017, os integrantes da equipe passaram por um intenso processo de formação com pesquisadores da área como forma de aprofundarem seus conhecimentos e poderem aplicar nas apurações jornalísticas. Segundo ele, naquele momento isso se refletiu nas reportagens, com predomínio de fontes especializadas.

**E01S68** essas fontes acabaram predominando por um tempo, mas hoje elas já não são dominantes como eram antes. Hoje, temos muitas fontes que são lideranças de povos tradicionais, de movimentos sociais, muitas não lideranças também, pessoas que são mais invisíveis nesses movimentos, muita gente de organizações da sociedade civil, mas não as que nos financiam, organizações pequenas, muitas que estão aí brigando nos interiores da vida.

Em nossa análise, as fontes do tipo individual, que representam *cases* nas reportagens, aparecem duas vezes. No próximo capítulo, discutiremos sobre qual o papel assumido pelas fontes especialistas nas reportagens de O Joio e O Trigo e de que forma essa prevalência, evidenciada pela análise, ainda é um desafio a ser enfrentado pelo jornalismo especializado e que se propõe ativista e engajado.

### 5.1.2 Recursos de linguagem

No decorrer da análise das sequências pertencentes a função informativa, observamos particularidades nos recursos adotados pelo O Joio e O Trigo também no que diz respeito à linguagem. Das 59 sequências informativas, 13 (22%) compõem esta subcategoria, nas quais apontamos três características principais: **uso de ironia, uso de metáforas e linguagem de alerta**. As três dizem respeito a figuras de linguagem, utilizadas no discurso jornalístico para provocar diferentes sentidos no leitor e contribuir para que este campo exerça seu poder de “nomear, consagrando ou ocultando sujeitos, políticas, instituições, práticas e ideologias” (BENETTI, 2007, p. 37). Emitir um texto com o uso de figuras de linguagem é também uma busca por fugir do padrão de compartilhar uma mensagem direta, sobrepondo-a com uma roupagem diferente.

Como já discutido anteriormente, neste trabalho nos dedicamos a analisar a produção de um veículo jornalístico que não se identifica com a lógica tradicional do campo, uma vez que deixa claro seus posicionamentos sociais e políticos. Assim, compreendemos que há reflexos disso na linguagem adotada nos textos, já que há maior liberdade para a expressão de

opinião. Ainda que as figuras de linguagem também possam ser identificadas em gêneros jornalísticos exclusivamente informativos, acreditamos que elas contribuem fortemente para dar o tom desejado em uma narrativa que é posicionada, com definição de valores que defende e vai contra, como é o caso de nosso objeto.

Na entrevista, o jornalista fundador do veículo mencionou a existência de uma “linguagem Joiana”, ou seja, algo próprio e que ajuda a construir a identidade do meio. Este esforço para desenvolver uma linguagem que o diferencia de outros veículos de comunicação é atribuído a dois fatores principais pelo entrevistado: 1) esgotamento com o que chamou de “cânones do jornalismo tradicional” em relação às regras de linguagem; e 2) intenção de criar uma identificação do público com a narrativa. Segundo ele, essas foram características identificadas como necessidades dos jornalistas no momento de criação do projeto, mas também da própria audiência que deseja receber informações com novos elementos.

**E01S39 Queríamos algo que fosse menos careta, menos sisuda. Porque o jornalismo em si já é uma coisa árdua, difícil.** Para o jornalista, é árduo porque quem está fazendo jornalismo investigativo está lidando com temas sensíveis; para as fontes, que estão inseridas nesses temas sensíveis também é difícil, são histórias normalmente doloridas; e para quem está do outro lado, que vai receber a informação, também não é uma experiência fácil. É um jornalismo que te obriga a dar uma parada.

A seguir apresentamos de forma mais detalhada os elementos de linguagem encontrados na análise e as possíveis motivações para o uso de cada um deles.

#### 5.1.2.1 Uso de ironia

A ironia é compreendida como “uma figura de linguagem pela qual se diz o contrário do que se pensa, com intenção sarcástica”, (CHERUBIM, 1989 apud BENETTI, 2007). Este recurso pode aparecer em um texto de quatro maneiras: antífrase, quando há o emprego de uma palavra ou frase com sentido oposto ao verdadeiro; sarcasmo, que se caracteriza como um deboche e zombaria, com tom que pode ser até mesmo ofensivo; parêmia, quando se representa uma ideia de forma figurada; e eufemismo, que emprega termos mais agradáveis para suavizar uma expressão.

Em nossa análise, a ironia foi percebida em seis das 13 sequências (46%) em que olhamos especificamente para a questão da linguagem e o sarcasmo foi a forma utilizada pelo O Joio e O Trigo para expressá-la. É assim que se refere ao trabalho de uma empresa do ramo de suplementos alimentares em que utiliza do deboche para apontar características que considera negativas.

**T01S05 Tudo ao alcance de um clique.** Ou de alguns, como é o caso da Vitamine-se, uma marca de suplementos que tem um quiz que, depois de respondido, recomenda os **produtos perfeitos para as suas supostas necessidades.**

Também é deste modo que o veículo critica as ações do governo Jair Bolsonaro em relação a políticas públicas voltadas à alimentação.

**T03S49 Ainda que seu governo tenha atingido os níveis mais altos de insegurança alimentar dos últimos vinte anos, Bolsonaro menciona a palavra “fome” apenas uma vez** em todo o programa. O termo “insegurança alimentar” não foi mencionado.

Seixas (2006) analisou o uso da ironia em cinco jornais impressos brasileiros e constatou que este recurso desempenha uma função predominantemente crítica nos textos jornalísticos, podendo aparecer de forma explícita ou implícita. Nesse cenário, os alvos da ironia podem ser aqueles que pertencem a posições sociais e políticas que divergem da linha editorial do veículo, como no exemplo anterior. Na análise, identificamos que o candidato Jair Bolsonaro também é motivo de ironia quando se deseja criticar e expor incoerências entre o que político promete e o que faz de fato em dois momentos temporais distintos.

**T03S48 Apesar de ter fechado o Conselho Nacional de Segurança Alimentar em seu primeiro dia de governo,** o candidato do Partido Liberal **ainda propõe que “nutrólogos e nutricionistas sejam ouvidos a fim de contribuir na segurança alimentar da população”,** e promete seguir com a titulação de assentados da reforma agrária nos governos do PT, concretizada pelo programa Titula Brasil.

Na entrevista com o jornalista fundador de O Joio e O Trigo, ele revelou que o uso da ironia é voltado a quem ele chama de “opressor” e está associado justamente ao objetivo de provocar incômodo nesses personagens da história.

**E01S48** se é uma ironia bem colocada, que tem um ajuste fino, que não está ali só por estar, mas que **está ali porque ela serve a história, porque ela serve ao contexto, não é algo jogado lá simplesmente para fazer uma graça, ela serve sim para incomodar os mais poderosos.** Sejam as corporações, seja a classe política que ao meu ao meu ver servem as corporações.

Para Benetti (2007), a ironia é um importante recurso na formação de opinião e fortalecimento das posições do meio de comunicação. Além disso, é um dos artificios que contribui para que o jornalismo exerça seu inerente “poder de dizer, qualificar, desqualificar, julgar e tornar ‘procedente e autorizada’ a fala de quem diz” (BENETTI, 2007, p. 46). Conforme a autora, o uso da ironia estabelece uma relação com o leitor uma vez que exige que, para ser compreendida e assimilada, os sujeitos envolvidos no processo tenham as mesmas referências e partilhem conhecimentos, estabelecendo uma “cumplicidade

interpretativa” (BENETTI, 2007, p. 45). Porém, esta característica também pode significar um risco, isso porque, caso não exista o conhecimento prévio da intenção do autor da mensagem, a ironia pode não funcionar e ainda ser entendida como arrogância ou prepotência do jornalista.

Seixas (2006) com base em Hutcheon (2000) define funções e impactos que podem ser provocados pela ironia, dentre eles, há dois tipos que consideramos serem capazes de ilustrar o modo de usar essa figura de linguagem por parte do nosso objeto de estudo, são eles: ironia atacante e ironia agregadora. A atacante é percebida com um uso “agressivo” e “destrutivo”, que mantém as pessoas em seus lugares e mostra a necessidade de registrar desprezo e zombaria. Já a ironia agregadora, ao mesmo tempo que inclui também exclui, criando comunidades amigáveis entre ironista e interpretador, (SEIXAS, 2006, p. 82). O primeiro tipo pôde ser identificado nos exemplos anteriores, quando o veículo se referiu às ações do político Jair Bolsonaro, enquanto a segunda definição pode ser percebida na sequência de análise a seguir:

**T01S02** Dos velhos comprimidos às balas docinhas, **o mercado de suplementos alimentares não está para brincadeira**: nos últimos anos, novas marcas que **prometem resolver todos os problemas** inundaram o mercado com produtos que servem a todos os gostos.

Neste caso, a ironia é utilizada para criticar o mercado ao mesmo tempo em que assume uma linguagem amigável com o leitor, como se expressasse “estamos do mesmo lado”, isto é, contra as dinâmicas enganadoras da indústria. Para isso, utiliza também o humor irônico, mas sempre associado à crítica. O jornalista entrevistado entende que essa é uma das formas de provocar identificação com o leitor, de modo que ele se sinta representado, como se o veículo dissesse aquilo que ele gostaria de dizer e do modo que ele gostaria de dizer. Além disso, percebe que a audiência tem a necessidade de receber informações sérias com tons que tragam algum tipo de conforto.

**E01S46** Eu acho que tem muito a ver com essa coisa de um sistema em que vivemos hoje que é um sistema do cansaço, da exploração, as pessoas cada vez mais esgotadas e **as pessoas encontram na ironia, no bom humor, formas de escapar pelo menos por um tempo, pelo menos ter um alívio em relação a isso.**

A percepção do jornalista confirma que existe uma intenção clara no uso dos recursos de linguagem e que há uma busca por diferenciar o conteúdo que oferecem de outros veículos de comunicação, especialmente da mídia empresarial e de notícias diárias, por exemplo.

### 5.1.2.2 Uso de metáforas

O uso de metáforas foi outro recurso observado em nossa análise na subcategoria de linguagem, com quatro (30,7%) ocorrências nas 13 sequências. A metáfora é uma figura de linguagem que prevê uma comparação implícita e em sentido figurado. Lakoff e Johnson (1980) chamaram a atenção sobre o quanto as metáforas estão presentes no cotidiano, na linguagem comum utilizada no dia a dia. Portanto, ainda que seja bastante utilizada em produções de linguagem poética e literária, ela não deve ser limitada a isso. Os autores definiram a metáfora como um mecanismo cognitivo que influencia o modo como pensamos e compreendemos conceitos abstratos, recorrendo a elas para comunicar experiências. Tudo isso, compartilhado pelos membros de uma comunidade linguística.

Lakoff & Johnson adotam uma visão experiencialista, onde os conceitos são definidos primariamente em termos de propriedades interacionais baseadas na percepção humana - como concepções de forma, dimensão, espaço, função, movimento - e não em termos de propriedades inerentes das coisas. O sistema conceitual do homem, portanto, emerge da sua experiência com o próprio corpo e o ambiente físico e cultural em que vive (LIMA, 2003, p. 3).

Diante disso, entendemos que, no jornalismo, as metáforas agregam sentidos aos textos e ajudam a influenciar a percepção do leitor em relação aos fatos descritos. Assim como o jornalista busca elementos em seu repertório para a construção dos textos, o leitor também recorre às suas experiências para compreender o que está colocado. Conforme Vacilotto (2015), “a metáfora é uma ferramenta necessária na comunicação, porque permite transmitir conceitos amplos por meio de um número reduzido de palavras, fazendo referência a sistemas complexos de ligações culturais que autor e destinatário compartilham”. Esse é um dos contextos do uso de metáforas por parte de O Joio e O Trigo, como no exemplo abaixo em que o veículo resume e simplifica dois posicionamentos distintos sobre o mesmo assunto. Nesse caso, se refere a como representantes do mercado financeiro e ambientalistas entendem a adoção de conceitos de sustentabilidade pelas corporações:

**T06S92** O mercado financeiro trata o ESG como uma **revolução**. Quem acompanha o **passo a passo dessa história** aponta fragilidades e risco de se **perder de vista** uma agenda ampla de sustentabilidade.

Em um trabalho que analisou o uso da metáfora em textos jornalísticos sobre corrupção, Vacilotto (2015) reconheceu que o recurso também é capaz de desempenhar funções como: reforço de ideias específicas, referência ao mundo do leitor e criação de imagens para ajudar na explicação de conceitos. No mesmo sentido, Schuster (2018), ao analisar o funcionamento da metáfora no discurso jornalístico de revistas que tratavam de



temas sindicais, identificou que a figura de linguagem é utilizada como elemento de reforço de uma ideia principal defendida pelo veículo. No entanto, a autora sugere que, ao invés de meramente explicar sobre determinado assunto, as expressões metafóricas podem ajudar a construir uma “teoria desqualificadora” sobre algo ou alguém (SCHUSTER, 2018, p. 24). Inferimos que esse também é um dos objetivos pretendidos pelo veículo estudado quando faz o uso da metáfora. Na sequência de texto a seguir, a metáfora ajuda a evidenciar os pontos negativos daquilo que eles criticam.

**T06S91** O ESG pode nos salvar do **apetite das grandes empresas?**

Neste caso, também chamamos a atenção para o uso das palavras “nos salvar”, que provocam um efeito de sentido capaz de estabelecer uma relação entre o enunciador e o leitor, como se estivessem falando do mesmo lugar e vivendo a mesma situação de dúvida e incerteza. Aliás, o uso da metáfora no modelo de comparação ou oposição de ideias, é a principal forma utilizada pelo O Joio e O Trigo na exploração desta figura de linguagem.

**T01S01** Suplementos alimentares: **armadilha ou solução?**

**T06S93** Net zero, tripple bottom line, stakeholders, frameworks, demanda top down, unicórnios. Quantas palavras vamos precisar aprender ou ressignificar para **decifrar o mundo em que vivemos?**

Compreendemos que essa estratégia gera reflexões no leitor e faz com que, novamente, acione seu imaginário, repertórios e experiências para compreender a mensagem. O que também faz com que o veículo possa dar sequência na narrativa desejada, com o intuito de fornecer as respostas para as perguntas que coloca ou pelo menos indicar caminhos que expliquem as questões. Como se fossem “iscas” a serem físgadas pelo leitor.

Retomo a discussão sobre ironia feita por Benetti (2007) para reafirmar que o jogo de linguagem metáfora também exige que o autor e o leitor da mensagem tenham uma relação de conhecimentos prévios, acarretando em uma “cumplicidade interpretativa”, em que ambos acreditam estar no mesmo “patamar” de conhecimento para compreender os sentidos. Em um contexto de um jornalismo segmentado que trata especificamente dos assuntos em torno das políticas de alimentação, entendemos que essa relação é dada como existente pelo veículo quando ele se arrisca a utilizar com certa frequência e intensidade os recursos evidenciados neste tópico referente a linguagem.

### 5.1.2.3 Linguagem de alerta

A linguagem de alerta, utilizada para chamar a atenção para questões relacionadas à alimentação, apareceu em três das 13 (23%) sequências desta subcategoria que analisou as estratégias de linguagem adotadas pelo O Joio e O Trigo. Comunicar os riscos de determinados assuntos, sejam eles sobre saúde, economia, tecnologia, meio ambiente ou alimentação, são desafios para o jornalismo. No decorrer do trabalho, em diversos momentos recorreremos aos conceitos da área de estudos do jornalismo ambiental para explicar os elementos encontrados em nossa análise, e faremos este movimento novamente para falar sobre comunicação de riscos. Loose (2020) buscou entender como o jornalismo lida com a comunicação dos riscos climáticos a partir do entendimento que jornalistas, fontes e leitores têm sobre o assunto. Entre as diferentes compreensões do conceito de risco, a autora adota como sendo:

Uma categoria que reúne significados e sentidos a respeito da construção de um sentimento de perigo ou ameaça (decorrentes das mudanças climáticas), a fim de articular formas possíveis de uma efetiva comunicação dos riscos e formas de colaborar para o engajamento dos cidadãos no enfrentamento climático (LOOSE, p. 26, 2020).

Nesse sentido, ela defende que a mídia tem um papel decisivo na construção da percepção sobre esses riscos, de modo que sejam percebidos não como algo isolado, mas parte de um problema social a ser discutido com profundidade. Para Loose (2020), o jornalismo é um espaço de produção e negociação de sentidos. Os jornalistas constroem e compartilham mensagens sobre os riscos, que serão interpretadas pelos receptores com base em suas experiências, conhecimentos e repertório cultural, podendo sofrer alteração no sentido a depender do entendimento de cada leitor. Um dos pontos observados pela autora é de que há alguns fatores que provocam um distanciamento dos leitores em relação a esses riscos comunicados, dentre eles está a proximidade com o fato. Ao sentir que determinado risco não o atinge de forma direta, quem lê não se sente mobilizado e sensibilizado a participar de uma mudança significativa. Aspecto que reforça ainda mais a importância do papel da mídia na representação adequada desses riscos.

Lozano, Amaral e Puertas (2022) destacam que é um desafio para o jornalismo conseguir traduzir jargões científicos e dar a devida dimensão sobre a urgência de um problema sem recorrer ao alarmismo. “O catastrofismo ou o alarmismo podem paralisar o público e simplesmente causar medo. Por outro lado, explicações científicas excessivas

podem dar a impressão de que a mitigação não é comum”, (LOZANO, AMARAL e PUERTAS, 2022, p. 540, tradução nossa). Matheus (2011), analisou o discurso do medo na mídia a partir de notícias sobre violência e identificou que o jornalismo explora sensações para amplificar sua aproximação com o real, uma dessas sensações é o medo. A pesquisa sobre notícias que retratavam a violência no Rio de Janeiro mostrou ainda que a sensação de medo presente na cobertura funcionou como um elo de ligação entre diferentes reportagens e promoveu reações na população, que passou a conviver com sensação de insegurança e se tornar refém desse sentimento.

No caso de O Joio e O Trigo, identificamos que os alertas aparecem na intenção de chamar a atenção para as consequências negativas de determinadas ações ou consumo de produtos. No exemplo abaixo, o veículo se refere aos riscos do consumo de suplementos alimentares sem a devida orientação médica.

**T01S28 Mas, lembremos: nada substitui o alimento nem o profissional de saúde.** Um quiz de uma marca não vai examinar você, entender suas singularidades e reais necessidades. **E, pior,** a inteligência artificial não vai sugerir uma alimentação saudável e adequada para você, e sim algumas cápsulas já que foi programada para recomendar isso, **custe o que custar.**

Para evidenciar estes riscos, o meio recorre à descrição dos possíveis efeitos colaterais da suplementação e a citação de conceitos e estudos científicos que reforçam o que quer dizer.

**T01S27 A hipervitaminose pode causar efeitos indesejáveis,** como desidratação, aumento de flatulência, toxicidade hepática e renal, gota e diminuição da capacidade do organismo de absorver aminoácidos essenciais dos alimentos.

**T05S77 Existe um conjunto crescente de pesquisas robustas apontando** que o consumo desses produtos está relacionado ao aumento de peso e ao risco de várias doenças não transmissíveis, como diabetes, doenças cardiovasculares e câncer.

É possível observar que o veículo se entende como responsável por alertar e chamar a atenção da audiência para esses riscos específicos dos problemas que aponta, mas para além disso, também parece responsabilizar ou incluir o leitor como um dos agentes importantes para mudar a forma com que os suplementos, por exemplo, são vistos.

Como discutido no capítulo anterior, o representante do veículo entrevistado neste trabalho demonstrou que acredita produzirem denúncias propositivas, ou seja, que contribuem para encontrar soluções para questões como soberania alimentar e ambiental, no entanto, não se consideram como responsáveis pela resolução desses problemas, pois atribuem isso a outros agentes da sociedade, como o poder público. Nesse sentido,

entendemos que essa linguagem de alerta contribui para a concretização dessa denúncia e, ao mesmo tempo, convoca o leitor para olhar e cobrar junto.

### 5.1.3 Exposição de bastidores

Outra estratégia identificada nas produções de O Joio e O Trigo na função informativa foi a exposição dos bastidores do trabalho jornalístico com a presença de marcas de apuração. Verificamos esse recurso em nove das 59 sequências informativas (15,25%). Segundo Etges (2014), a partir de um estudo que analisou as manifestações de protagonismo do repórter nas narrativas jornalísticas do programa Profissão Repórter, da TV Globo, a apresentação dos bastidores faz parte de um movimento contemporâneo de complexificação das narrativas jornalísticas, também influenciada pelo avanço tecnológico, em que novos formatos ganham espaço e extrapolam determinadas padronizações na produção de conteúdo. Para a autora, a postura assumida pelo repórter, com maior liberdade para compartilhar experiências e subjetividades, ajuda a contar a história desejada. “A inserção do repórter na narrativa o coloca como uma pessoa amiga, dá a sensação de intimidade e proximidade. O telespectador se identifica com as realidades mostradas e aproxima-se do que é exposto” (ETGES, 2014, p. 91). Além disso, a autora defende que esse elemento tende a ser mais intenso em programas com viés investigativo e de problematização de aspectos da sociedade, como consideramos ser o caso do nosso objeto, que trabalha dessa forma com foco nas questões que envolvem a alimentação. Na análise, identificamos que o recurso de apresentar elementos dos bastidores serve para aproximar o leitor dos personagens e da história narrada.

**T04S67** É sob o canto deles que **Léia nos mostra** os pés de escarola, espinafre, salsa e cebolinha cultivados de forma orgânica, sem uso de agrotóxicos.

A estratégia contribui para a concessão de credibilidade, exclusividade e transparência à informação, uma vez que mostra, por exemplo, que houve um deslocamento até determinado local para a apuração dos fatos com descrição do ambiente, pessoas e lugares.

**T04S55** Com andar manso, mas firme, **Dionísio Garcia guia a reportagem** entre os canteiros da Horta Comunitária Vila Pinho, que fica no bairro do Barreiro, localizado na periferia de Belo Horizonte (MG). A organização perfeita dos pés de alface, coentro e rúcula, todos plantados sem uso de agrotóxicos, contrasta com o restante da região.

Dinâmicas da apuração que normalmente são omitidas do texto jornalístico, acabam se tornando parte do conteúdo das reportagens do veículo, como por exemplo, quando mostram os caminhos trilhados no processo de busca da informação, bem como as dificuldades encontradas.

**T03S44** O senador e ex-ministro da Saúde (2003-2005) Humberto Costa, um dos autores do programa de Lula na área da Saúde, **foi questionado pelo Joio** sobre a ausência de propostas para regulação e taxação de ultraprocessados.

**T03S50 Procuramos a campanha de Jair Bolsonaro** através de sua assessoria de imprensa para esclarecimento de algumas das propostas, **mas não houve resposta até o fechamento da reportagem.**

Este foi um dos elementos abordados na entrevista realizada com o jornalista fundador do veículo, o qual afirmou que, assim como os outros recursos de linguagem, a presença dos bastidores ajuda a construir a identidade do veículo e causar identificação por parte do leitor, além de humanizar o trabalho do jornalista.

**E01S43 diferente do jornalismo padrão das redações tradicionais**, que ainda é muito **duro e engessado**, que se a assinatura da pessoa estiver ou não ali tanto faz, porque **ela não está se expressando de verdade** e não é culpa dela, é culpa de como sistema funciona.

No decorrer da análise das próximas funções, será possível verificar que o recurso de utilização dos bastidores aparece também em outros contextos, com intenções e sentidos diferentes. Esta recorrência evidencia os padrões existentes na narrativa de O Joio e O Trigo.

A função informativa tem como objetivo satisfazer a necessidade dos cidadãos de estarem por dentro dos assuntos, levando em conta os impactos que suas ações e dos demais atores da sociedade têm sobre o meio ambiente e a qualidade de vida (BUENO, 2007). Nas reportagens analisadas pela pesquisa, esta função foi identificada por meio do acionamento das fontes de informação em que elencamos as mais acionadas nos textos, no uso de recursos de linguagem como ironia, metáforas e alerta, e, por fim, na exposição dos bastidores do trabalho jornalístico.

## 5.2 FUNÇÃO PEDAGÓGICA

A função pedagógica do jornalismo, conforme proposto por Bueno (2007) no que diz respeito à prática especializada do jornalismo ambiental, significa explicitar as causas dos problemas levantados e indicar caminhos para a superação dos mesmos. Para o autor, esses caminhos devem incluir a participação dos cidadãos e demais instâncias responsáveis por

questões como a sustentabilidade, preservação ambiental e garantia da qualidade de vida. Portanto, nesta categoria o objetivo foi identificar de que forma o veículo aponta as causas e soluções dos problemas relacionados à alimentação. Do total das 111 sequências de análise retiradas dos textos que compõem o *corpus* do trabalho, 30 foram classificadas como função pedagógica, o que representa 27%. A classificação utilizou como critério os trechos que indicam explicações, problematizações, descrição de situações e ações necessárias para vencer os problemas apontados. Após análise do conjunto de sequências da função pedagógica, elencamos quatro estratégias utilizadas: **uso de fontes especializadas como referência para as soluções; apresentação de casos e iniciativas positivas; linguagem que estabelece relação de ensinamento entre o veículo e o leitor; e bastidores.**

### 5.2.1 Fontes especializadas como referência para as soluções

A apresentação dos problemas, aliada ao apontamento de caminhos para solucioná-los, é um dos desafios assumidos pelo jornalismo ativista e engajado. A análise das reportagens de O Joio e O Trigo evidenciou que há um esforço do veículo nesse sentido e que o cumprimento dessas atribuições está associado ao acionamento das fontes especializadas, isto é, a explicação dos fatos e a indicação de solução para os problemas aparecem principalmente a partir das vozes desse tipo de fonte. Dentre as 30 sequências da função pedagógica, oito (26,6%) apontam para esta característica. Nos exemplos a seguir, é possível observar que são atribuídas responsabilidades à sociedade como um todo e que os problemas são tratados de forma complexa e coletiva. Para isso, buscam referências na voz de especialistas.

**T04S63 Para a professora**, também deve haver mais apoio do poder público à agricultura urbana – por exemplo, através de compras públicas, concessão de terrenos e isenção de imposto territorial para as hortas.

**T06S107 Em sua visão**, o ESG precisa ser encarado a partir das demandas da sociedade, e não das empresas, dando respostas aos grandes desafios da atualidade: da crise climática e perda de biodiversidade à desigualdade social, racial e de gênero.

Durante a entrevista, o jornalista considerou extremamente importante a relação estabelecida com pesquisadores e especialistas. Segundo ele, o jornalismo especializado constrói uma via de mão dupla com esses profissionais, uma vez que utiliza as descobertas científicas, mas também tem o potencial de sistematizar e popularizar as informações de um modo útil para a ciência. Para ele, o uso das fontes especializadas faz parte do processo de checagem das informações investigadas por eles.

Retomamos neste momento um dos pontos discutidos na função informativa: a dependência das fontes especializadas. Na função anterior identificamos que as fontes deste tipo estão em segundo dentre as mais acionadas pelo veículo O Joio e O Trigo no conjunto de reportagens analisadas. Pesquisadores, nutricionistas, ambientalistas e outros atores que detêm saberes específicos reconhecidos, aparecem com o papel de introduzir, refletir e problematizar questões relacionadas à alimentação. Já quando se trata da função pedagógica, discutida agora, essas fontes surgem com a missão de apresentar as soluções para os problemas indicados.

**T06S106** A **solução** para o problema seria algum tipo de **regulamentação**. Debate que, **de acordo com ela**, vem ganhando fôlego especialmente nos Estados Unidos e na União Europeia.

**T05S83** O **artigo frisa que**, muito além de motivações individuais, **o freio no consumo exige múltiplas intervenções e medidas de saúde pública**. É preciso haver estímulo para o consumo de alimentos mais saudáveis: “Isso implica políticas de subsídios, compras institucionais de alimentos e fortalecimento da agricultura familiar. E o Brasil já teve políticas muito fortes em relação a isso”, lembra Nilson.

Entendemos que as problemáticas que permeiam a cobertura sobre alimentação são complexas, fazendo com que haja uma busca constante pela voz dos especialistas e pelo conhecimento científico como um todo para conseguir dar conta de explorar todas as dimensões dos assuntos. Na função informativa, levantamos sobre o quanto isso é importante para alcançar um dos pressupostos que guia o jornalismo ativista e engajado que é a ênfase na contextualização (LOOSE e GIRARDI, 2017). Diante desta observação, chamamos a atenção para outro pressuposto que também deve guiar esta prática: a pluralidade de vozes. Para as autoras, que discutem esses conceitos no contexto do jornalismo ambiental, esta área deve “representar a pluralidade de vozes que estão envolvidas com a questão, inclusive aqueles que não detêm legitimidade científica, empresarial ou política”, (LOOSE e GIRARDI 2017, p. 158). Elas reforçam ainda a necessidade de romper com o entendimento de que o conhecimento científico de natureza cartesiana é considerado a única fonte confiável de informação. Bueno (2007, p. 37), também alerta para o fenômeno que chamou de “*lattelização* das fontes” no jornalismo ambiental, que significa a priorização de fontes que dispõem de currículo acadêmico e são produtores de conhecimento especializado. Para o autor, este jornalismo deve incluir obrigatoriamente os que estão fora dos muros do mundo acadêmico e não se limitar apenas aos cientistas.

Como mencionado na função informativa, o jornalista entrevistado demonstrou que o veículo se preocupa com a importância de não privilegiar as fontes especialistas em sua

cobertura. Inclusive, distingue o modo como eles e os outros meios lidam com as fontes de informação.

**E01S63** O jeito que o **jornalismo tradicional** trata o especialista, via de regra, é para referendar aquilo que o veículo quer dizer, para validar uma matéria que, de repente, o próprio jornalista poderia ter investigado e falado a respeito, mas tem que ter uma aspas de especialista para dar algum tipo de referenda.

Ainda assim, os dados sobre a frequência do acionamento de cada um dos tipos de fontes nas reportagens analisadas mostram que as especializadas aparecem como o segundo tipo mais acionado. Ainda que nossa análise esteja limitada pelo recorte utilizado na seleção do *corpus* empírico, é possível inferir que, embora o jornalismo independente busque diferenciar suas abordagens da mídia tradicional, ainda há a perpetuação de determinadas práticas. Reconhecemos que a prática especializada exige uma abordagem didática para assuntos complexos da sociedade e que muitas vezes foram pouco debatidas publicamente, no entanto, isso não deve significar uma concessão de protagonismo apenas às vozes com conhecimentos reconhecidos como válidos, como por exemplo a ciência. Tudo isso exige um olhar atento, que busque fugir deste padrão e traga um equilíbrio para a narrativa, com diferentes perspectivas de um mesmo tema, já que a quantidade de fontes não necessariamente reflete a diversidade de vozes dentro das reportagens.

### 5.2.2 Relação de ensinamento entre o veículo e o leitor

A segunda estratégia observada na função pedagógica é o ato de firmar uma relação de ensinamento entre veículo e o leitor. Essa característica foi observada em oito (26,6%) das 30 sequências analisadas. Por vezes, há a promessa de que, munido das informações oferecidas pelo veículo, o leitor terá ferramentas e subsídios para desvendar perigos e assim contribuir para mudar realidades.

**T01S09** Talvez você não saiba o que é uma substância bioativa. Nesse caso, **recomendamos seguir viagem neste texto**, que não pretende explicar conceitos, mas, sim, **desvendar os perigos por trás dessa suplementação às cegas**.

Característica que evidencia a estratégia de engajamento trabalhada pelo veículo, uma vez que apresenta o problema, os possíveis caminhos para a solução e estimula os leitores a participarem desta mudança (DAHLGREN, 2011).

**T01S29 Desacreditar que existem soluções fáceis e milagrosas** é necessário para que **nós** realmente fiquemos o mais longe possível de doenças que podem e devem ser evitadas.



Além disso, demonstra que encara o jornalismo para além de um canal de informação, mas como ferramenta de transformação social (Moraes, 2022), capaz de contribuir na construção de políticas públicas que visam avanços para as pautas relacionadas à alimentação.

**T06S98** Talvez você não esteja reconhecendo a BlackRock, pois para entender o mundo financeirizado não precisamos só expandir o vocabulário: também **precisamos aprender a desvendar quem é quem** por trás da teia de megacorporações donas de um sem-fim de marcas.

Em uma das sequências, retirada de uma reportagem que discute a adoção de práticas sustentáveis por grandes empresas apenas como forma de agregar valor ao próprio negócio, o veículo aponta as contradições entre a prática e o discurso das grandes corporações.

**T06S109** Através de uma metodologia própria, com asseguuração por terceiros, o ISE B3 pontua as empresas por suas práticas em ESG, **reunindo as melhores em uma carteira de ativos que seriam referência**. Eis algumas das quase 50 corporações que compõem a carteira em vigor até o fim do ano:

- Braskem, petroquímica que é **uma das maiores produtoras de plástico do mundo e cujo ex-presidente foi condenado por corrupção;**
- BRF, que **acumula infrações sanitárias e produtos com altas doses de aditivos nocivos à saúde;**
- Marfrig, **diretamente ligada ao desmatamento e a produção ilegal de gado em terras indígenas;**
- M. Dias Branco, dona de marcas como Piraquê, Fit Food, Estrela e Vitarella. **Um megazord da indústria de ultraprocessados que arrasta mais de três mil processos trabalhistas na Justiça.**

Ou seja, há um didatismo para expor e responsabilizar atores sociais por ações que prejudicam o meio ambiente e influenciam na qualidade de vida da população. A estratégia é capaz de fornecer elementos para o leitor mudar visões sobre as empresas e até hábitos, como deixar de consumir produtos produzidos por elas.

De volta aos elementos fornecidos pela entrevista em profundidade, utilizada como recurso metodológico neste trabalho, o jornalista entrevistado mencionou que compreende sim o veículo, e o jornalismo como um todo, como uma ferramenta de transformação social, no entanto, acredita que só isso não dá conta de promover as mudanças que eles consideram necessárias no contexto das políticas e direitos em prol da alimentação. Por isso, segundo ele, buscam aproximar o jornalismo de outras duas áreas: educação, por meio de oficinas, cursos e disponibilização de material didático às escolas; e da arte, com a tentativa de construir narrativas e complementar os conteúdos produzidos no site e nas redes sociais através de infográficos, ilustrações e fotografia. Nesse contexto, é possível identificar a presença dos

valores de ativismo e engajamento, já que há uma confiança de que é possível chamar a atenção das pessoas e envolvê-las em uma mudança por meio do jornalismo, mas, por outro lado, não há uma “romantização” de que só essa atividade será capaz e é a responsável por promover as mudanças necessárias.

### 5.2.3 Exposição de bastidores

Assim como na função informativa, o recurso de apresentar informações sobre os **bastidores do trabalho jornalístico** e as etapas de apuração também aparece na função pedagógica. Das 30 sequências, sete (23,3%) indicam os bastidores. Soster (2012) elencou categorias para conceituar os diferentes movimentos feitos pelo jornalismo para falar sobre o próprio trabalho, dentre eles há o que a literatura chama de autorreferencialidade, que é quando “os dispositivos jornalísticos repercutem em seu interior as operações dos sistemas em que se inserem, de natureza autorreferencial. Ou seja, passam a referenciar as suas próprias operações” (SOSTER, 2012, p. 95)<sup>18</sup>. Na função informativa, observamos que esse recurso de expor os bastidores apareceu principalmente para aproximar o leitor da história e conceder credibilidade e exclusividade às informações compartilhadas. Na função pedagógica, os bastidores reforçam o didatismo e caráter explicativo das dinâmicas envolvendo a alimentação. Além disso, também existe uma retomada dos caminhos trilhados pela reportagem até chegar aos fatos que estão sendo compartilhados, assim como o que motivou a investigação de determinado universo, como o do mercado da suplementação, por exemplo.

**T01S06** Aqui, **um relato pessoal** para ilustrar esse **perigo virtual**.

**T01S08** **Esse incômodo** de ter a vida organizada por um robô e a tentativa de entender como é possível que isso seja regularizado no Brasil fez com que mergulhássemos no mundo dos suplementos alimentares.

Na sequência a seguir também é possível identificar que, através dos bastidores, o veículo demonstra uma das características centrais da função pedagógica que é a apresentação de soluções para os problemas relacionados à alimentação. Nesse caso, há uma

---

<sup>18</sup> Além da autorreferência, o autor considera outros três movimentos no contexto do jornalismo midiaticizado: a correferência, a descentralização e a dialogia. A primeira se refere a quando diferentes dispositivos midiáticos fazem referência ao trabalho um do outro, como quando uma revista comenta o que foi veiculado em rádio ou TV. A descentralização diz respeito ao lugar institucional que ocupam os dispositivos em suas operações, enquanto há algum tempo a TV era vista como canal hegemônico de comunicação, hoje outros ganham espaço, como redes sociais e sites. Por fim, a dialogia diz respeito a quando o sistema midiático estabelece diálogo com outros, como por exemplo a literatura, e provoca mudanças para ambos os campos de conhecimento, (SOSTER, 2012).

demonstração de que eles não apenas oferecem as “próprias” soluções, mas buscam apresentar o que outros atores estão propondo para estes problemas.

**T03S38 O Joio resolveu olhar para os programas de governo** dos quatro candidatos à presidência mais bem colocados nas pesquisas de intenção de voto – Lula (PT), Jair Bolsonaro (PL), Ciro Gomes (PDT) e Simone Tebet (MDB) – e descobrir o que propõem como solução para esses problemas.

No decorrer do trabalho, voltaremos a discutir o elemento de bastidor já que ele também aparecerá no contexto da função política, a próxima a ser discutida. Consideramos que esta é uma importante estratégia para o veículo que a explora de forma recorrente e de modo que ela sirva à construção da narrativa desejada, ou seja, com diferentes intenções.

#### 5.2.4 Casos de iniciativas positivas

Também elencamos como estratégia utilizada pelo O Joio e O Trigo, na função pedagógica, a apresentação de casos de iniciativas positivas que ilustram soluções e podem servir de inspiração para a mudança. Esse recurso foi utilizado cinco vezes (16,6%) nas 30 sequências analisadas. No exemplo a seguir, o texto apresenta o Projeto Revolução dos Baldinhos, uma iniciativa de gestão comunitária de resíduos orgânicos e agricultura urbana, que sensibiliza as famílias para a reciclagem das sobras de comida e as transforma em composto orgânico, disseminando o plantio como promoção da saúde e alimentação saudável.

**T04S73 O caso da Revolução dos Baldinhos**, na capital catarinense Florianópolis, mostra como o ecossistema da agricultura urbana **pode oferecer soluções também para outros problemas**, como o acúmulo de lixo nas periferias urbanas.

A estratégia de “difundir as iniciativas empreendidas pelos cidadãos” é um dos dez conselhos indicados pelo Minimanual para a Cobertura Jornalística das Mudanças Climáticas (AMARAL; LOOSE; GIRARDI, 2020). Conforme a publicação, há uma tendência no jornalismo de que a informação parta das vozes oficiais ou especializadas em direção aos cidadãos comuns, por isso, se faz necessário que os veículos deem visibilidade para as iniciativas criadas e lideradas pela própria comunidade.

Os casos de iniciativas positivas também trazem ações encabeçadas pelo poder público. O trecho a seguir faz referência à horta Mulheres do Gau, fundada apenas por mulheres em um terreno cedido pela Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo (CDHU).

**T04S64** Um exemplo de ação efetiva do poder público para viabilização da produção de alimentos ocorreu no extremo leste da cidade de São Paulo, no bairro de São Miguel Paulista.

Durante a entrevista, o jornalista fundador do veículo estudado afirmou que há uma busca por apontar soluções e exemplos positivos, mas entende que o jornalismo que praticam está muito mais associado à exposição e denúncia dos problemas. Por outro lado, ele demonstra que existe um desejo de ampliar essa prática, mas de modo que seja feita com qualidade.

**E01S81** Você traz ali soluções porque é importante apontar caminhos e propostas, mas **inicialmente não é para isso que no nosso jornalismo está posto, mas fazemos por opção política.** Agora construir uma via mais pavimentada, mais bem articulada para apresentar um Jornalismo de Soluções, **só quando tivermos condições, em vários sentidos, de fazê-lo de forma tão bem estruturada, aprofundada e sistêmica como fazemos o jornalismo de denúncia.**

Mais adiante, veremos como a estratégia de compartilhar casos de iniciativas positivas se relaciona com outra observada na função política, que consiste na construção de vilões e inimigos – pessoas ou organizações que impactam negativamente na garantia da alimentação e qualidade de vida das pessoas. Compreendemos que a apresentação do que é positivo também colabora para evidenciar aquilo que é negativo para as questões que defendem. Ao contar sobre boas ações que são praticadas pelas pessoas bem intencionadas, os “amigos”, a reportagem também evidencia o oposto.

A função pedagógica significa explicar as causas e soluções dos problemas, bem como indicar caminhos para a superação destes desafios. Tudo isso, de forma didática e que considere as diferentes dimensões do assunto tratado (BUENO, 2007). Em nossa análise, essas características foram evidenciadas por meio de estratégias como: o uso de fontes especializadas como referência para levantar soluções; a criação de uma relação de ensinamento entre o veículo e o leitor; a exposição de bastidores; e a citação de casos de iniciativas positivas que ilustram o assunto e motivam possíveis mudanças.

### 5.3 FUNÇÃO POLÍTICA

A última das três funções que guiaram as categorias de análise do trabalho é a função política. Bueno (2007) define que a função política do jornalismo ambiental consiste em mobilizar os cidadãos para enfrentar interesses que agravam os problemas relacionados ao tema, como por exemplo os de empresas e setores que colocam em xeque a sustentabilidade para favorecerem seus negócios. Também inclui o ato de estabelecer vigilância permanente

ao trabalho dos governantes, empresas e grupos da sociedade. Diante disso, buscamos nos textos de O Joio e O Trigo de que forma cumprem essa função na cobertura sobre temas relacionados à alimentação. Foram classificadas como função política 22 (19,8%) das 111 sequências de análise do trabalho. Utilizamos como critério para considerar como pertencente a função política os trechos que continham sinais que visam a mobilização dos cidadãos, a responsabilização pelos problemas sociais, a crítica e a reivindicação por mudança. Ao analisar essas sequências, elencamos duas estratégias a serem discutidas nesta etapa: **a construção de inimigos e vilões para os temas abordados e a realização de um papel de vigilância sobre setores e ações de diferentes instâncias.**

### 5.3.1 Construção de inimigos e vilões

A construção de inimigos e vilões está presente em 13 (59%) das 22 sequências analisadas na função política. Essa estratégia pode ser considerada uma forte característica das narrativas de jornalismo ativista (ALENCAR e JAVORSKI, 2023, p. 14). O inimigo ou vilão pode aparecer como grandes corporações, figuras públicas, projetos e tudo que coloca em risco a sustentabilidade, a saúde e a vida da população, por exemplo. Andrade (2023) mostra que ao estabelecer a dualidade “nós *versus* eles”, o veículo faz emergir e circular sentimentos tanto de pertencimento, quanto de repulsa. A partir disso, estimula a ação – engajamento – e a vontade de permanência no grupo. Ao indicar quem são seus aliados e inimigos, também vai construindo sua própria identidade e mostrando os valores que defende. “Identificar quem é o meu opositor permite que eu saia de um terreno abstrato e materialize essa oposição, tornando-a tangível e dando aos sentimentos uma intensidade maior, o que faz das emoções forças capazes de produzirem coisas” (ANDRADE, 2023, p. 7). No jornalismo ativista, há uma frequente retomada dos sinais de oposição e alinhamento, com narrativas que apontam “eles”, a mídia convencional, os inimigos políticos e ideológicos, os mal-intencionados e “nós”, a mídia independente, amigos dos movimentos sociais e que lutamos por um mundo mais justo (ANDRADE, 2023). Observamos que, na narrativa de O Joio e O Trigo, o vilão é a indústria. Os textos expõem de que forma a atuação das empresas é prejudicial à questão da alimentação, com críticas que vão desde a forma com que vendem seus produtos até a relação delas com o desmatamento, por exemplo. Há uma intenção de expor e desmascarar as empresas.

**T01S16** De fato, do ponto de vista prático, **o que é interessante para a indústria costuma ir de encontro com as evidências científicas.**

**T06S99** Mas você com certeza já cruzou com a BlackRock por aí. É bem possível que já tenha até dado algum lucro a ela, que é acionista de Ambev, Coca-Cola, Walmart, JBS, Marfrig, Kellogg's, Bunge, Monsanto e Syngenta. **Seus investimentos estão ligados ao desmatamento e à invasão de terras indígenas. Muy sustentable.**

**T01S22** Graças à atuação da Abenutri, Abiad e de outras associações e corporações do setor lá na década passada, mas também recentemente, a Gummy e a Vitamine-se **podem nadar de braçadas nesse mercado que se torna cada vez mais próximo do país do hot dog.**

Também indicam as dinâmicas do sistema capitalista como responsáveis pelos hábitos alimentares e de consumo que impactam na qualidade de vida da população. O apontamento de quem e quais ações são prejudiciais à alimentação também contribui para um tom de denúncia e responsabilização dos culpados.

**T01S11** Parece óbvio dizer que uma cápsula não substitui algumas laranjas. Mas a **precarização da vida e o discurso de alta eficiência** ganharam uma nova potência nos últimos anos. Quando se troca um cafézinho no meio do expediente por cafeína encapsulada, **o indivíduo otimizado ganha tempo, performance, produtividade.** E é isso que o tempo espremido pelas **relações capitalistas** demanda a todo instante: é preciso dar conta de tudo o tempo todo.

Na entrevista com um dos jornalistas do veículo, ele deixou claro que há o objetivo de dar nomes aos atores responsáveis por atitudes contrárias aos valores que defendem.

**E01S78** Nós sempre apontamos os nomes, sejam **empresas**, sejam políticos, seja **poder público**, seja **poder privado**, seja um **pesquisador que foi cooptado pela indústria**, seja uma **universidade inteira que foi cooptada pela indústria**, pelo **sistema financeiro**, sejam as **organizações de fachada** que se colocam como organizações que vão defender essa cidade civil, mas que estão defendendo interesses do setor privado, e por aí vai. **A gente dá os nomes.**

Durante a discussão sobre os elementos da função anterior, a pedagógica, identificamos a característica de difundir iniciativas positivas empreendidas pelos cidadãos. De forma didática, os textos ressaltam ações que podem servir de inspiração para a mudança, como por exemplo o investimento em agricultura urbana e gestão comunitária de resíduos orgânicos. Por outro lado, neste momento, na função política, é possível perceber a exposição de atitudes negativas que, para eles, deveriam ser combatidas. Essa dualidade demonstra uma conexão entre as funções em que, ao mesmo tempo que constroem os amigos com as boas ações, reforçam quem são os inimigos responsáveis por atitudes prejudiciais à alimentação. Esse ponto, mostra como as funções compartilham determinados elementos para a construção da narrativa desejada.

### 5.3.2 Papel de vigilância

A estratégia de estabelecer vigilância sobre o trabalho de governantes, empresas e grupos da sociedade também caracteriza o cumprimento da função política pelo veículo, sendo responsável por oito (36,3%) das 22 sequências. Para Bueno (2007) faz parte da função política do jornalismo ambiental incorporar uma vigilância constante à ação dos governantes que, “por omissão ou comprometimento com os interesses empresariais ou de grupos privilegiados da sociedade, não elaboram e põem em prática políticas públicas que contribuem efetivamente para reduzir a degradação ambiental”. O reconhecimento da prática jornalística como vigilante não é novo: em 1828 o deputado McCaulay, do Parlamento inglês, cunhou o termo “quarto poder”, para identificar a imprensa e incorporar no imaginário da sociedade seu papel como guardião da democracia (TRAQUINA, 2005). Em 1904, surge a expressão “cão de guarda” que, de acordo com Schmitz (2018), atribui ao jornalista o papel de defender o interesse público, expondo e tornando visíveis fatos que possivelmente não se tornariam conhecidos de outra forma. Este modelo se consolidou ainda mais nas décadas de 1960 e 1970, com coberturas críticas como à guerra do Vietnã<sup>19</sup> e à política interna dos Estados Unidos, com o clássico caso do Watergate<sup>20</sup>, por exemplo. No caso de O Joio e O Trigo percebemos uma constante marcação de posição quanto a esse papel, com referência ao caminho trilhado na reportagem e também as motivações para a pauta.

**T03S38 O Joio resolveu olhar para os programas de governo dos quatro candidatos à presidência** mais bem colocados nas pesquisas de intenção de voto – Lula (PT), Jair Bolsonaro (PL), Ciro Gomes (PDT) e Simone Tebet (MDB) – e descobrir o que propõem como solução para esses problemas.

**T03S47 No documento, o candidato também propõe** ser “perfeitamente factível” equilibrar a demanda nacional e as exportações de alimentos, dando prioridade para o consumo interno – **já mostramos no Joio que, durante o governo atual**, as exportações tiveram alta recorde, concomitante com o aumento da inflação e da fome.

**T01S24 Tudo indica que a coisa está acontecendo nos bastidores** enquanto grande parte da população brasileira se preocupa com a possibilidade de não ter o que comer no dia seguinte.

<sup>19</sup> Conflito que aconteceu de 1959 a 1975 entre Vietnã do Norte e do Vietnã do Sul, os quais lutavam pela unificação do país sob a liderança de quem vencesse.

<sup>20</sup> Caso de 1972 em que uma investigação jornalística realizada pelos repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein, do diário Washington Post, revelou um escândalo político envolvendo o presidente Richard Nixon, do Partido Republicano, a respeito de operações ilegais. Posteriormente, o escândalo culminou na renúncia do presidente.

A estratégia de vigilância apareceu de forma interessante na entrevista em profundidade realizada com o jornalista fundador do veículo, isso porque ele não considera que são vigilantes e, inclusive, manifesta se sentir incomodado com a palavra, pois a associa a controle, algo que não desejam. Para ele, o papel do veículo está relacionado com apontamento dos problemas, de modo que consiga interferir de alguma maneira na construção de políticas públicas ou na denúncia de atuações que vão contra os valores que defendem em relação à alimentação, por meio do acesso à informação.

**E01S84** Eu acho que **temos esse papel de denúncia sim, mas é uma denúncia que eu chamaria de uma denúncia propositiva** no sentido de falar "olha para isso aqui", é uma denúncia que pede um olhar, **não é uma denúncia de denunciamento**, é uma denúncia que é feita a partir de toda uma análise sistêmica que fazemos conectando os problemas.

Por outro lado, ele reconhece que possam ser vistos como vigilantes por estarem atentos ao uso do poder por determinados atores.

**E01S85** **Nos que tem muito poder, sim estamos de olho nesses caras.** Mas não temos a pretensão de fiscalizar hábitos de consumo das pessoas ou indicar dieta, por exemplo.

**E01S88** **Podemos ser olhados de uma certa forma como um veículo que, sim, está observando o poder o tempo todo** e pode ser entendido como um fiscal, nesse sentido, do poder. **Mas não nos vemos assim.**

Conforme proposto por Bueno (2007), o caráter de vigilância, presente na função política do jornalismo ambiental, está diretamente relacionado a atitude de atores, como governantes, que deixam de elaborar políticas públicas que possam contribuir para a sociedade, em prol de seus interesses particulares. Diante desse contexto, percebemos que o jornalismo praticado pelo O Joio e O Trigo, e a forma como consideram estar atentos nesses grupos da sociedade, pode ser considerado como vigilante. Inclusive, como mencionado ainda no capítulo quatro, na apresentação da entrevista em profundidade, o jornalista acredita que a atuação do veículo, em seis anos, já conseguiu exercer influências tanto na agenda do poder público com denúncias e proposição de ideias, mas também no contexto do jornalismo brasileiro. Para ele, o tema da alimentação ganhou mais espaço, inclusive em veículos tradicionais.

Como elemento presente nesta estratégia, mencionamos aqui mais uma vez a manifestação dos bastidores do trabalho jornalístico como uma marca nas narrativas de O Joio e O Trigo, desta vez, incorporada na estratégia de vigilância. O veículo se utiliza deste recurso para evidenciar que estão atentos e investigando situações que envolvem políticos,



governo e empresas. Para isso, compartilham os caminhos que traçaram para chegar a informação e quais foram as dificuldades enfrentadas.

**T02S33** Na carteira, as jornadas de Jéssica e Adriana eram de 6 horas diárias, mas **ambas relataram ao Joio que eram obrigadas a cumprir 12 horas, o que é proibido por lei.**

**T01S17** Ficamos por algumas semanas lendo as contribuições, e dá para cravar duas coisas: a primeira é que a indústria chegou blocada, sabendo muito bem quais pontos defender ou até mesmo reivindicar. A segunda é que teve muito pouca participação da sociedade civil organizada. Inclusive, essa **foi uma das grandes dificuldades que tivemos durante essa pesquisa.**

É importante pontuar que o veículo estudado tem como linha de atuação o jornalismo investigativo, prática que também tem forte viés de vigilância e ajuda a explicar a constante marcação de posição do veículo quanto ao seu trabalho de atenção e exposição de fatos relacionados à atuação de políticos e organizações. Conforme Sequeira (2005), é função do jornalismo investigativo

[...] desvendar causas, as origens de um acontecimento, sem nunca ficar limitado ao factual; driblar lobbies e estratégias de marketing usadas por assessores de imprensa, na sua função de criar uma imagem positiva diante da sociedade, dos grupos políticos, econômicos e sindicais que representam. É função ainda do jornalismo investigativo seguir o rastro de histórias ou acontecimentos que, em determinado momento, foram notícia, mas acabaram saindo das páginas dos jornais (SEQUEIRA, 2005, p. 112).

Ainda que não seja o foco do nosso trabalho analisar o caráter investigativo do veículo, podemos afirmar que as características dessa prática do jornalismo acabam por fortalecer o caráter de vigilância observado nas sequências de análise.

A função política, de acordo com Bueno (2007), equivale ao ato de mobilizar os cidadãos para impedir o agravamento de problemas que afetam questões como o meio ambiente, a biodiversidade e a qualidade de vida da população. Inclui a prática de vigilância sob o trabalho de governantes, empresas e grupos responsáveis por estas questões. Em nossa análise, a função política nas reportagens do veículo foi observada na estratégia de construção de inimigos e vilões que aparecem na figura de empresas, pessoas públicas ou projetos. Além disso, selecionamos como uma estratégia especificamente a ação de estabelecer vigilância, uma vez que O Joio e O Trigo se coloca como um ator que investiga, denuncia e cobra responsáveis pelas ações que considera prejudiciais a determinados temas.

Pontuamos que um total de 8 das 111 sequências de análise, o que representa 7,2% do total, não foram classificadas em nenhuma das categorias e, portanto, foram consideradas como “residuais” no trabalho. Isto é, elas foram previamente selecionadas de acordo com as

funções, porém, não demonstraram sentidos relevantes que se encaixassem nas subcategorias criadas para explicar as estratégias do veículo.

Figura 1 - Síntese da análise com número de sequências por categoria e estratégias

<b>TOTAL DE SEQUÊNCIAS - 111</b>		
<b>Função informativa 59 sequências (53%)</b>	<b>Função pedagógica 30 sequências (27%)</b>	<b>Função política 22 sequências (19,8%)</b>
<b>FONTES</b> 32 sequências (54%)	<b>FONTES ESPEC.</b> 8 sequências (26,6%)	<b>INIMIGO E VILÃO</b> 13 sequências (59%)
<b>LINGUAGEM</b> 13 sequências (22%)	<b>ENSINAMENTO</b> 8 sequências (26,6%)	
<b>BASTIDORES</b> 9 sequências (15%)	<b>BASTIDORES</b> 7 sequências (23,3%)	<b>VIGILÂNCIA</b> 8 sequências (36,3%)
	<b>CASES</b> 5 sequências (16,6%)	
(5 resíduos - 8%)	(2 resíduos)	(1 resíduos)

Fonte: Elaboração própria

Os elementos encontrados em cada uma das funções de análise (Figura 1) que guiaram nossa observação nos permitiram responder a pergunta de pesquisa sobre quais estratégias o objeto estudado mobiliza para praticar um jornalismo ativista e engajado sobre questões relacionadas à alimentação. Foi possível identificar que o veículo elabora sentidos em cada uma das funções – informativa, pedagógica e política – que foram propostas por Bueno (2007) no contexto do jornalismo ambiental e que consideramos serem instrumentos interessantes para nortear nossa investigação.

Na função informativa foram identificados três recursos: acionamento das fontes de informação, com destaque para as fontes documentais e especializadas; exploração de recursos de linguagem, com o uso de ironia, metáfora e linguagem de alerta; e exposição dos bastidores do trabalho jornalístico, que atua para aproximar leitor e personagens das histórias contadas.

Na função pedagógica percebemos quatro estratégias: o uso de fontes especializadas como referência para as soluções, uma vez que os caminhos para resolver os problemas aparecem indicados principalmente a partir desse tipo de fonte; como segunda estratégia

observamos a criação de uma relação de ensinamento entre o veículo e o leitor capaz de criar identificação e estimular à ação; nesta etapa também observamos a exposição de bastidores que serve como um elemento didático para o apontamento dos problemas; e por fim verificamos o uso de exemplos de iniciativas positivas como forma de ilustrar as soluções e servir de inspiração para as mudanças.

Na função política, duas estratégias foram acionadas: a construção de inimigos e vilões, como corporações, políticos e projetos; como segunda estratégia identificamos o cumprimento de um papel de vigilância sob determinados atores da sociedade.

Nesse sentido, as características encontradas situam este jornalismo como uma prática ativista engajada, já que marcas deste modelo discutidas em nosso percurso teórico puderam ser identificadas neste momento. Além disso, nossa análise contribui para uma ampliação da compreensão das características da prática ativista e engajada. Também é importante pontuar que o movimento de entrevista em profundidade realizada durante este processo metodológico também buscou enriquecer as inferências realizadas durante a discussão dos resultados encontrados na análise. Foi possível verificar o posicionamento de quem atua no veículo estudado sobre a própria atividade.

A análise também evidenciou uma recorrência de determinadas estratégias, como é o caso do acionamento das fontes que aparecem na função informativa e também na pedagógica, além da exposição de bastidores também presente nas duas primeiras funções. Esta repetição demonstra que há padrões na narrativa de O Joio e O Trigo que são colocados em prática com o objetivo de construir a narrativa desejada, ainda que sejam empregados com sentidos variados. Essas características também ajudam a construir a identidade do projeto jornalístico.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a compreender como se dá o acionamento de valores de ativismo e engajamento no jornalismo a partir da análise do veículo O Joio e O Trigo, iniciativa independente que se dedica à abordagem de temas voltados à alimentação. Diante das discussões realizadas nos capítulos iniciais foi possível identificar que a perspectiva ativista tem potencial para agregar posicionamento crítico ao jornalismo e engajar os sujeitos na promoção de mudanças em relação aos problemas sociais. Nesse contexto, buscamos responder quais estratégias o objeto coloca em movimento para praticar um jornalismo ativista sobre questões que envolvem a alimentação. Para isso, construímos um protocolo analítico com base na proposta de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016) que contemplou três categorias temáticas: função informativa, pedagógica e política. Os eixos são propostos por Bueno (2007) como as principais funções do jornalismo ambiental, adotado neste trabalho como uma prática de referência no que diz respeito à atuação ativista. Aplicamos este protocolo em seis reportagens da editoria Cultura Alimentar disponível no site do veículo e obtivemos 111 sequências de texto a serem analisadas. Elas foram agrupadas nos três eixos, sendo que 59 são pertencentes a função informativa, 30 a função pedagógica e 22 a função política. A partir disso, identificamos as estratégias encontradas em cada uma das funções.

Na função informativa, que tem o objetivo de ampliar os conhecimentos do cidadão a respeito do tema, verificamos a presença de três recursos: acionamento das fontes de informação, que demonstrou um destaque para as fontes documentais e especializadas; exploração de recursos de linguagem, em que identificamos o uso de ironia, metáfora e linguagem de alerta; e exposição dos bastidores do trabalho jornalístico, o qual cumpre um papel de aproximação do leitor com os personagens da história narrada.

Na função pedagógica, que significa apontar causas e soluções para as questões apresentadas, identificamos a existência de quatro estratégias: o uso de fontes especializadas como referência para as soluções, uma vez que os caminhos para resolver os problemas aparecem indicados principalmente a partir das vozes de ambientalistas, nutricionistas e pesquisadores; como segunda estratégia reconhecemos a formação de uma relação de ensinamento entre o veículo e o leitor capaz de criar identificação e estimular à ação; nesta função também observamos como recurso estratégico a exposição de bastidores que serve como um elemento didático para o apontamento dos problemas; e por último, verificamos o

uso de casos de iniciativas positivas como forma de ilustrar as soluções e servir de inspiração para as mudanças.

Na função política, percebemos o acionamento de duas estratégias por parte do veículo: a construção de inimigos e vilões, os quais aparecem na figura de grandes corporações, políticos, projetos e tudo que coloca em risco a sustentabilidade, a saúde e a vida da população; como segunda estratégia identificamos o cumprimento de um papel de vigilância que se dá sobre o trabalho de governantes, empresas e determinados grupos da sociedade.

Como complemento metodológico, realizamos uma entrevista em profundidade com um dos jornalistas fundadores do veículo estudado, na qual foi possível verificar a percepção de quem está inserido no processo produtivo. A entrevista evidenciou uma identificação do profissional com determinados elementos encontrados na análise, enquanto outros aspectos não foram reconhecidos em sua atuação. Quanto ao uso de recursos de linguagem, por exemplo, a presença de ironia, metáfora e linguagem de alerta, foi assumida pelo entrevistado como um meio de diferenciar o veículo do jornalismo tradicional e criar identificação com o leitor. Por outro lado, a estratégia de realizar um trabalho de vigilância sobre determinados atores da sociedade não é observada como uma característica que pertence ao trabalho do veículo por parte do jornalista entrevistado. Ele considerou a vigilância como algo relacionado ao exercício de controle e poder, algo que o meio busca se afastar.

Este trabalho assumiu como hipótese de pesquisa que o objeto parte de uma perspectiva de engajamento político e social para a consolidação de seu projeto editorial, e que marcas deste processo estariam visíveis no conjunto de seu trabalho, em particular nas reportagens publicadas pelo veículo. Como evidenciado pela análise, O Joio e O Trigo desenvolve estratégias que se encaixam nas funções elencadas como características fundamentais deste modelo de jornalismo, o que, portanto, demonstra que assume os valores de ativismo e engajamento em sua prática. Ainda que o jornalista entrevistado não reconheça todos estes elementos como parte da atuação do veículo, a análise revelou essas marcas. Um dos principais pontos fornecidos pela entrevista, que contribui para confirmar a hipótese de que o veículo adere aos valores de ativismo político e social em sua proposta editorial, foi identificado quando o jornalista definiu como objetivo maior do trabalho de O Joio e O Trigo a interferência no debate e agenda pública - seja com denúncias ou com propostas, de modo que possam contribuir para mudanças.

Ao longo do trabalho, discutimos sobre as principais finalidades do jornalismo a partir do que propõe Reginato (2019) e consideramos que o jornalismo ativista além de reconhecer a importância de valores comuns à profissão, como a pluralidade de vozes, fiscalização do poder, qualidade no ato de informar e checagem de informações, teria potencial para explorar outras duas finalidades que não são tão visíveis no jornalismo tradicional: 1) investigar e 2) integrar e mobilizar as pessoas. Após a análise podemos concluir que estas duas finalidades estão presentes na prática jornalística de nosso objeto. A primeira, investigar, é considerada uma das linhas de atuação do veículo. Ainda que não tenha sido o foco de nosso trabalho analisar seu caráter investigativo, identificamos que há uma busca por compartilhar informações exclusivas e apresentar o que não está visível para a sociedade. Isso pôde ser visto na exposição de bastidores, por exemplo, estratégia presente em todas as funções, e também foi observado na função política, especialmente no papel de vigilância quando o veículo acompanha o trabalho de figuras políticas, empresas e grupos da sociedade. A segunda finalidade que consideramos estar presente no jornalismo de O Joio e O Trigo, integrar e mobilizar as pessoas, foi perceptível especialmente na função pedagógica em que indica causas e soluções para os problemas que apresenta, mas também na função política, quando cria inimigos e vilões e estimula a ação de o indivíduo escolher e reconhecer seus aliados e inimigos.

Consideramos importante pontuar nas considerações finais do trabalho sobre um elemento que se fez presente em duas funções da análise, o uso de fontes de informação. Na função informativa verificamos que as fontes documentais e especializadas são as mais acionadas nas reportagens analisadas. Na função pedagógica, mostramos que os especialistas aparecem como referência para a proposição de soluções aos problemas denunciados. Inferimos que a atribuição do jornalismo ativista, de ter de oferecer conteúdos contextualizados e aprofundados sobre assuntos pouco explorados pelo jornalismo convencional, acaba fazendo com que as vozes de conhecimento reconhecido predominem nas reportagens. Nesse sentido, nossa análise evidenciou um problema já apontado por autores como Bueno (2007) e Loose e Girardi (2017) no contexto do jornalismo ambiental e ativista, que é a predominância de fontes que detêm legitimidade científica, empresarial ou política, ainda que o jornalista entrevistado para esta pesquisa tenha demonstrado uma preocupação em não privilegiar somente as fontes autorizadas, mas sim dar visibilidade a voz de quem vivencia as situações relatadas. Consideramos que isso pode significar um risco para a pluralidade de vozes, um valor importante no jornalismo ativista. O fator acende um alerta

para que haja um esforço dos profissionais inseridos neste contexto em mudar padrões e tornar o jornalismo ativista mais plural, de modo que o diferencie da mídia empresarial que tende a utilizar o especialista para confirmar o que se deseja dizer.

A análise também mostrou uma recorrência de estratégias colocadas em prática pelo veículo em dois momentos. O primeiro deles foi em relação ao uso das fontes que aparecem na função informativa e também na pedagógica, e o segundo com a exposição de bastidores que também está presente nas duas primeiras funções. Esta repetição e atravessamento de estratégias evidencia os padrões na narrativa que são colocados em prática com diferentes sentidos, mas com o objetivo de contar histórias de forma particular e com construção de uma identidade própria. Além disso, ao discutirmos sobre o papel cumprido pelas fontes de informação, identificamos que a priorização de pessoas com conhecimentos validados, como por exemplo cientistas, pode colocar em xeque a credibilidade do veículo, um valor importante para o jornalismo ativista que busca se diferenciar da mídia comercial e até ressignificar o papel do jornalismo na sociedade. Em contrapartida, a repetição da estratégia de expor os bastidores evidencia justamente essa tentativa por uma diferenciação deste modelo, uma vez que o compartilhamento dos percursos da reportagem não é algo comum no jornalismo tradicional. Como mostramos, esse movimento é capaz de aproximar o leitor do repórter, dos personagens e da história que está sendo contada, o que também pode contribuir na busca por credibilidade. Elemento que é um dos pontos de atenção em relação à crise multifatorial do campo jornalístico. Nesse sentido, podemos afirmar que o jornalismo ativista assume caminhos promissores para uma renovação do campo, mas ao mesmo tempo ainda precisa destinar atenção para outros pontos, como a questão das fontes, para que, de fato, seja possível se diferenciar.

No que diz respeito ao cumprimento de nossos objetivos específicos, consideramos que foi possível conceituar e compreender a prática ativista e de que modo ela se manifesta no jornalismo. Também conseguimos discutir o potencial deste modelo em um contexto de crise multifatorial enfrentada pelo jornalismo. Propostas ativistas e que buscam engajar o leitor na busca por mudanças para os problemas que cercam a sociedade são capazes de suprir necessidades da audiência, que cada vez mais desejam conteúdos atrativos e comprometidos com as transformações sociais. Além disso, estes novos arranjos (FIGARO, 2021), que comumente nascem no contexto do jornalismo independente, também se apresentam como uma alternativa econômica e de produção de conteúdo aos profissionais que enfrentam incertezas no mercado de trabalho da comunicação.

Ao direcionarmos o olhar para um desses veículos, que consideramos produtor de um jornalismo ativista, foi possível elencar elementos que constituem a prática e contribuir para uma caracterização deste modelo. A pesquisa também permitiu compreender a percepção de um jornalista atuante neste contexto, suas intenções e o que motiva uma prática ativista. Consideramos que os valores de ativismo e engajamento têm potencial de renovar o campo do jornalismo e se caracterizam como uma prática ainda em construção. As percepções encontradas por esta pesquisa podem motivar investigações futuras sobre a área e o próprio objeto de estudo, de modo que seja possível compreender a consolidação deste campo. Como limitação desta pesquisa e pontos que podem ser explorados em estudos futuros destacamos o aprofundamento de cada uma das estratégias que caracterizam este modelo e a exploração sobre os sentidos que a prática ativista provoca nos jornalistas atuantes em contextos independentes e alternativos. Isto é, como compreendem a atuação, como recebem o significado destes conceitos e caminham para a consolidação de uma prática.



## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Márcia Franz; LOOSE Eloísa Beling; GIRARDI, Ilza Maria Tourinho (org.). **Minimanual para a cobertura jornalística das mudanças climáticas**. 1. ed. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/19971/Minimanual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 ago. 2023.
- ANDRADE, Samária. **AMAMOS NÓS, ODIAMOS ELES: a construção da oposição “nós versus eles” no jornalismo ativista**. SciELO Preprints, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6155>. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/6155/11798>. Acesso em: 22 out. 2023.
- ASCÊNCIO, Carlos Lozano; AMARAL, Márcia Franz; CRISTÓBAL, Ester Puertas. Catástrofes e desastres nas notícias sobre as alterações climáticas em Espanha de 2019 a 2021. **Estudos sobre a Mensagem Jornalística**, v. 28, n. 3, p. 537-548. 2022. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/80591>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3ª reimpressão da 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BENETTI, Márcia. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. **Líbero**, n. 20, p. 37-46. 2007. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/632>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.
- BRAIGHI, Antônio Augusto; CÂMARA, Marco Túlio. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 25-42.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?**. 1. ed. São Paulo: Estação Das Letras e Cores Editora, 2019. (Coleção Interrogações).
- BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Paraná, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/made/article/download/11897/8391>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- DAHLGREN, Peter. Media logic in cyberspace: Repositioning journalism and its publics. **Javnost-the public**, v. 3, n. 3, p. 59-72, 1996. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/13183222.1996.11008632?needAccess=true>. Acesso em: 15 ago. 2023.
- DAHLGREN, Peter. **Media and political engagement: Citizens, communication and democracy**, 2011. New York: Cambridge University Press.

DAHLGREN, Peter. Public sphere participation online: The ambiguities of affect. **Les Enjeux de l'information et de la communication**, n. 1, p. 5-20, 2018. DOI: 10.3917/enic.024.0005. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2018-1-page-5.htm>. Acesso em: 22 out. 2023.

DA SILVA, Marcia Veiga; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. A contribuição do jornalismo para a reprodução de desigualdades: um estudo etnográfico sobre a produção de notícias. **Verso e Reverso**, v. 25, n. 60, p. 183–192, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/ver.2011.25.60.05>. Acesso em: 25 ago. 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, J.; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.

BRAIGHI, Antônio Augusto; CÂMARA, Marco Túlio. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. *In*: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 25-42.

ETGES, Ananda. **O protagonismo do repórter na narrativa jornalística de televisão: uma análise do Programa Profissão Repórter**. 2014. Dissertação (Mestrado em área de concentração em leitura e cognição) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS, 2014.

FERNANDES, Kamila Bossato. **Informação e engajamento político: a produção de sentido no jornalismo alternativo audiovisual no Brasil, na Espanha e em Portugal**. 2020. Tese (Doutorado em Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade) - Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2020.

FIGARO, Roseli (Org.). **Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Periodicidade não atende às rotinas produtivas online dos arranjos de trabalho de jornalistas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Revista do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFSC, Florianópolis, v. 19, n. 2, 2022.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. Precarização e plataformização no mundo trabalho dos jornalistas. *In*: PATRÍCIO, Edgard. **Transformações no mundo do trabalho do jornalismo**. Florianópolis, SC: Insular, 2022. p. 204-224. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003131062.pdf>

FIORUCCI, Rodolfo. A nova geração do jornalismo crítico: mídia alternativa. **Diálogos**: Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual de Maringá, v. 15, n. 2, p. 455-481, 2011. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Dialogos/article/view/36208>. Acesso em 22 out. 2023.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **O jornalismo no conglomerado de mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. 2005. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2005.

GEHRKE, Marília. **O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2018. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/172614>

JAVORSKI, Elaine; ALENCAR, Q. **JORNALISMO ATIVISTA NA AMAZÔNIA: As narrativas de Eliane Brum**. SciELO Preprints, 2023. DOI: <https://orcid.org/0000-0001-9611-7569>. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/6064/11655>. Acesso: 22 out. 2023.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. 1 ed. São Paulo: Editora Página Aberta, 1991.

LAKOFF, George.; JOHNSON, Mark. **Metaphors We Live By**. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LIMA, Paula Lenz Costa. **Metáfora e linguagem**. In: DE MORAES FELTES, Heloísa Pedroso. **Produção de sentido: estudos transdisciplinares**. São Paulo: Annablume, 2003. p. 155-180.

LOOSE, Eloisa Beling; BELMONTE, Roberto Villar. **O ATIVISMO NO JORNALISMO AMBIENTAL: como quatro momentos-chave ajudaram a configurar uma prática engajada no Brasil**. SciELO Preprints, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6065>. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/6065/11662>. Acesso em: 22 out. 2023.

LOOSE, Eloisa Beling. **Jornalismo e riscos climáticos: percepções e entendimentos de jornalistas, fontes e leitores**. Paraná: Editora UFPR, 2020

LOOSE, Eloisa Beling; GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. **O Jornalismo Ambiental sob a ótica dos riscos climáticos**. **Interin: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens** Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, PR: UFPR. Vol. 22, n. 2, p. 154-172, jul./dez. 2017.

MAROCCO, Beatriz; ZAMIN, Angela; SILVA, Marcia Veiga da (org.). **Livro de repórter: autoridade e crítica das práticas**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019.

MATHEUS, Leticia Cantarela. **Narrativas do medo: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo**. 1. ed. Rio de Janeiro Mauad X Editora, 2011.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate: subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza**. Arquipélago, 2022.

NEWMAN, Nic et al. **Digital News Report 2023**. 2023. Londres: Reuters Institute, 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em 17 jun. 2023.

NONATO, Cláudia; PACHI FILHO, Fernando Felício; FIGARO, Roseli. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**, n. 41, p. 100-115, 2018. Disponível em <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/viewFile/956/965>. Acesso em: 20 ago. 2023.

PASQUINELLI, Matteo. **Mediactivismo: activismo en los medios** – estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Roma: Derive Approdi, 2002.

PEREIRA, Fábio Henrique. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2004. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>. Acesso em 22 out. 2023

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jun. 2011. Disponível em: [http://www.realp.unb.br/jspui/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO\\_JornalismoTempoMudancas.pdf](http://www.realp.unb.br/jspui/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO_JornalismoTempoMudancas.pdf)

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**: o que dizem veículos, jornalistas e leitores. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2016.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2019. (Série Jornalismo a Rigor, v. 15).

ROVAI, Renato. **Um novo ecossistema midiático**: a história do jornalismo digital no Brasil. 1. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2018. Disponível em: [https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20181101012635/Um\\_novo\\_ecossistema.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20181101012635/Um_novo_ecossistema.pdf). Acesso em: 15 jul. 2023.

RUSSELL, Adrienne. **Journalism as activism**: recording media power. 1. ed. Cambridge: Polity, 2016.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021. Disponível em: [https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6542/1/Analise\\_de\\_conteudo\\_categorial\\_final.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6542/1/Analise_de_conteudo_categorial_final.pdf). Acesso em: 22 ago. 2023.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. **Jornalismo e ironia**: produção de sentido em jornais impressos no Brasil. 2006. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo investigativo**: o fato por trás da notícia. 1 ed. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

SCHMITZ, Aldo. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Os graus de autonomia do jornalista brasileiro:** lacunas entre ideais, percepções e práticas profissionais efetivas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora. 2018. Tese (Doutorado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2018.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia:** uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2010.

SCHUSTER, Patrícia Regina. O funcionamento da metáfora no discurso jornalístico de revista: temas sindicais em *Veja* e *Revista do Brasil*. **Comunicação Midiática**, v. 13, n. 1, p. 20-33, 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8178049>. Acesso em: 12 nov. 2023.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. Sistemas, complexidades e dialogias: narrativas jornalísticas reconfiguradas. *In:* PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo (Orgs). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012. p. 89 – 110.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** porque as notícias são como são. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. *In:* TRAQUINA, N (org.). **Jornalismo:** questões, teorias e "estórias". Florianópolis: Insular, 2016. p. 111-131.

VACILOTTO, Elisa. **O uso da metáfora para contar a corrupção:** comparação entre exemplos de linguagem jornalística italiana e brasileira. Dissertação (Mestrado em Línguas Modernas para Comunicação e Cooperação Internacional) - Università degli Studi di Padova, Pádua, Itália, 2015.

**APÊNDICE A - SEQUÊNCIAS DE ANÁLISE DAS REPORTAGENS**

<b>Sequência de análise</b>	<b>Conteúdo</b>	<b>Categoria e subcategoria</b>
T01S25	Segundo uma <b>pesquisa</b> da Abiad, de 2020, os suplementos estão presentes em 59% dos domicílios do país, e durante a pandemia houve um crescimento de 48% nesse tipo de consumo. Esse mercado atingiu 6,6 bilhões de reais em vendas ainda em 2019 e segue atrás só dos Estados Unidos e da Austrália. Os dados são da consultoria Euromonitor.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T02S31	<b>Em audiência da Comissão de Direitos Humanos do Senado</b> , ex-funcionários da gigante do fast food contaram histórias de abusos vividos enquanto trabalhavam na rede	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>fonte (referência)</b>
T02S32	A declaração foi dada nesta segunda-feira (8), durante uma audiência pública realizada no Senado sobre os impactos da reforma trabalhista no cotidiano dos trabalhadores de fast food. <b>“Cheguei a conversar com o consultor [cargo superior ao do gerente, que supervisiona várias unidades]”, diz ela.</b> “Mande e-mail, contei tudo que tinha acontecido comigo dentro da loja, nada resolveu.”	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T03S39	Enquanto Ciro, Lula e Tebet tem consenso no fortalecimento da agricultura familiar com crédito, compras públicas e estoques reguladores, <b>apenas o candidato petista propõe de forma explícita a retomada da política de reforma agrária.</b> Ao mesmo tempo, Ciro e Lula sugerem um programa de renda mínima – melhor especificado pelo candidato do PDT – enquanto Tebet <b>propõe</b> uma “poupança família” para casos de perda súbita de renda entre trabalhadores pobres.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T03S41	<b>Nenhum dos programas</b> fala em regulamentação e taxação de produtos ultraprocessados.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T03S42	<b>O candidato também fala em</b> fortalecer o agronegócio sustentável e “regular e constituir uma agroindústria de primeira linha” – frase que custou atrito com setores do agronegócio.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>

T04S57	De acordo com a Organização das Nações Unidas, a ONU, <b>80% da população mundial residirá em áreas urbanas até o meio do século</b> (no Brasil esse percentual já é de <b>85%</b> , segundo o IBGE) e, hoje, <b>quatro quintos</b> da comida produzida globalmente é consumida dentro das áreas urbanas.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T04S68	<b>O Pacto de Milão para Agricultura Urbana, do qual São Paulo e Belo Horizonte são signatárias, estipula</b> que o poder público deve reconhecer que a agricultura urbana, “especialmente as mulheres produtoras em muitos países”, desempenha um papel essencial na alimentação das cidades	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T04S69	Para tanto, <b>diz o documento</b> , governos municipais devem “apoiar os circuitos curtos agroalimentares, organizações de produtores, redes e plataformas que aproximem o produtor do consumidor e outros sistemas de mercado que integrem as infraestruturas económicas e sociais do sistema alimentar urbano” – ou seja, o poder público deve ser um promotor ativo da agricultura urbana, reconhecendo seu papel na promoção da alimentação saudável e na geração de emprego e renda.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T04S70	Em 2020, o Instituto Escolhas realizou uma simulação que indicou que <b>a agricultura na região metropolitana de São Paulo tem o potencial de fornecer alimentos para 20 milhões de pessoas por ano e gerar 180 mil empregos</b> , isso tudo sem utilizar áreas de mata nativa ou destinadas à conservação ambiental.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T04S71	De acordo com o <b>Levantamento Censitário das Unidades de Produção Agropecuária, realizado pela Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado</b> , a área agrícola cultivada dentro dos limites do município de São Paulo <b>creceu de 3 mil para 4,3 mil hectares entre 2006 e 2017.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T04S72	Ao mesmo tempo, <b>dados do Censo Agropecuário do IBGE levantados pelo Grupo de Estudos em Agricultura Urbana do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (USP)</b> indicam que o número de estabelecimentos agropecuários <b>aumentou de 193 para 550 no município no mesmo período.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>

T05S74	<b>Um estudo realizado por</b> pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP), da Fiocruz, da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e da Universidad de Santiago de Chile calculou, pela primeira vez, o número de mortes prematuras (de 30 a 69 anos) associadas ao consumo de ultraprocessados no Brasil: são aproximadamente 57 mil óbitos por ano, com base em dados de 2019.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T05S75	Só para se ter uma ideia, <b>isso é mais do que o total de homicídios no país no mesmo período – foram 45,5 mil em 2019, segundo o Atlas da Violência.</b> O estudo foi publicado no American Journal of Preventive Medicine.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T05S79	Segundo a última Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE – que englobou os anos de 2017 e 2018 – <b>em média 19,7% das calorias ingeridas pelos brasileiros vêm de ultraprocessados.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T05S82	Em alguns países de alta renda, como Estados Unidos e Canadá, os ultraprocessados já representam perto de metade do total de energia dietética consumida. <b>O Brasil, com seus 19,7%, ainda não está lá.</b> Mas o que acontece se o consumo continuar subindo?	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T06S96	<b>A sigla foi utilizada pela primeira vez</b> no início dos anos 2000, em um relatório do Banco Mundial e do Pacto Global – braço das Organizações da Nações Unidas (ONU) <b>cuja missão é</b> engajar empresas a adotar princípios básicos de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T06S103	Na prática, muitas dessas questões que estão sob o guarda-chuva do ESG não são novas. Há pelo menos trinta anos discute-se a responsabilização das empresas pelos impactos negativos ao meio ambiente ou à saúde coletiva. A novidade é que agora os investidores resolveram sentar à mesa. Justo agora, quando alguns dos impactos da crise climática que vivemos já atingiram níveis irreversíveis, de acordo com o <b>Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T06S111	Impossível não se lembrar do <b>relatório Talking Trash, do qual já falamos aqui.</b> A investigação abrange 15 países, de cinco continentes, e elenca táticas da indústria para minar regulações que podem ser	<b>Função:</b> <b>informativa</b>



	desfavoráveis aos negócios. Dentre elas, estão a retenção e manipulação de dados; além da adoção de compromissos voluntários, que em geral não são cumpridos e desviam a atenção do que realmente importa.	<b>Subcategoria:</b> <b>Fonte (referência)</b>
T01S26	Justamente durante a pandemia, as marcas deitaram e rolaram com as mil alegações e publicidades sobre imunidade. Mas <b>a nutricionista Vanessa adverte</b> que a suplementação deve ser utilizada em casos específicos, em que o organismo não consegue dar conta das necessidades somente por meio da alimentação.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T03S51	Para <b>Guilherme Delgado, que é doutor em economia e atuou por 30 anos como pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)</b> , os programas chamam a atenção pela ausência de menção à concentração fundiária como problema a ser enfrentado.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T03S52	“Todos têm esse ponto negativo em comum”, <b>disse ele em conversa com o Joio</b> . “O programa do Lula até fala em fazer a reforma agrária, mas toca no assunto de maneira superficial”.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T03S53	<b>Para o professor</b> , a titulação de terras sem critérios, como aquela conduzida pelo governo Bolsonaro, também pode se mostrar desastrosa.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T04S61	<b>Heloísa Costa é professora do curso de geografia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e coordena o grupo de pesquisa Auê!, especializado em agricultura urbana</b> . Em uma conversa realizada por videochamada com o Joio no mês de julho, ela explicou que a agricultura urbana é uma prática antiga, utilizada ao longo da história como forma de driblar a escassez de alimentos.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T04S62	Para a professora, a expansão da agricultura urbana nas cidades <b>esbarra na concorrência com outros interesses econômicos e sociais, como a expansão de projetos de infraestrutura e habitação</b> .	<b>Função:</b> <b>informativa</b>

		<b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T05S78	<b>E quando ele diz que o modelo inclui mortes por todas as causas, são todas mesmo, inclusive as não naturais.</b> Isso pode parecer estranho à primeira vista, mas o autor explica: “Essa é uma forma de dimensionar a carga total de determinado fator de risco – nesse caso, o consumo de ultraprocessados – nas mortes totais na população desta faixa etária.”	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(especializada)</b>
T06S104	<b>Revolucionário ou não, o hype do ESG</b> fez com que as empresas começassem a se movimentar para continuar no jogo – assumindo publicamente o compromisso com o tema e apresentando metas em ESG. Mas, como bem lembrou o ambientalista Fábio Feldmann, <b>em entrevista ao Joio</b> , “uma coisa é assumir o compromisso e outra é fazer”.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>fonte</b> <b>(especializada)</b>
T04S56	Casas disformes, com tijolos aparentes e ligações clandestinas de esgoto cercam a horta de 10 mil metros quadrados, onde trabalham treze famílias. <b>Dionísio explica</b> que a água para irrigação vem de um poço artesiano furado com recursos do Banco do Brasil – não há relação com o rio poluído que passa à margem do terreno.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>fonte (individual)</b>
T03S46	<b>Em resposta ao Joio</b> , a assessoria da candidata prometeu manter o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), as compras públicas e os estoques reguladores. “Políticas públicas que fortalecem a agricultura serão sempre mantidas e ampliadas para o combate à fome na minha gestão”, <b>diz o texto enviado à reportagem.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(individual)</b>
T06S95	O termo “é forjado dentro do mercado de capitais”, <b>explica a pesquisadora da Fundação Getúlio Vargas e diretora de mercado de capitais ESG da PwC, Melissa Velasco Schleich.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>Fonte</b> <b>(empresarial)</b>
T06S108	<b>Um artigo publicado pelo diretor da ABC Associados, Aron Belinky</b> , que também é parte da equipe técnica do Índice de Sustentabilidade Empresarial da bolsa de valores do Brasil (ISE B3), <b>alerta para o risco do que chama de “tsunami ESG”</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>

	<b>ofuscar uma agenda mais ampla de sustentabilidade.</b>	<b>Subcategoria:</b> <b>fonte</b> <b>(empresarial)</b>
T06S110	<b>Para Belinky</b> , as premissas e objetivos do ESG podem até convergir com as da sustentabilidade, mas não a substituem.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>fonte</b> <b>(empresarial)</b>
T01S02	Dos velhos comprimidos às balas docinhas, <b>o mercado de suplementos alimentares não está para brincadeira</b> : nos últimos anos, <b>novas marcas que prometem resolver todos os problemas</b> inundaram o mercado com produtos que servem a todos os gostos	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>linguagem</b> <b>(ironia)</b>
T01S04	E, no algoritmo ao lado, um perfeito para tratar a pele.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>linguagem</b> <b>(ironia)</b>
T01S05	Tudo ao alcance de um clique. Ou de alguns, como é o caso da Vitamine-se, uma marca de suplementos que <b>tem um quiz que, depois de respondido, recomenda os produtos perfeitos para as suas supostas necessidades.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>linguagem</b> <b>(ironia)</b>
T03S37	Nos últimos dozes meses, a inflação dos alimentos encostou nos 15% e, <b>como se não bastasse, os produtos ultraprocessados devem se tornar mais baratos do que os alimentos saudáveis dentro dos próximos quatro anos.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>linguagem</b> <b>(ironia)</b>
T03S48	<b>Apesar de ter fechado o Conselho Nacional de Segurança Alimentar em seu primeiro dia de governo</b> , o candidato do Partido Liberal ainda propõe que “nutrólogos e nutricionistas sejam ouvidos a fim de contribuir na segurança alimentar da população”, e <b>promete seguir com a titulação de assentados da reforma agrária</b> nos governos do PT, concretizada pelo programa Titula Brasil.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>  <b>Subcategoria:</b> <b>linguagem</b> <b>(ironia)</b>
T03S49	<b>Ainda que seu governo tenha atingido os níveis mais altos de insegurança alimentar dos últimos vinte</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>

	<b>anos, Bolsonaro menciona a palavra “fome” apenas uma vez em todo o programa.</b> O termo “insegurança alimentar” não foi mencionado.	<b>Subcategoria:</b> linguagem (ironia)
T01S27	A <b>hipervitaminose pode causar efeitos indesejáveis</b> , como desidratação, aumento de flatulência, toxicidade hepática e renal, gota e diminuição da capacidade do organismo de absorver aminoácidos essenciais dos alimentos.	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (alerta)
T01S28	<b>Mas, lembremos: nada substitui o alimento nem o profissional de saúde.</b> Um <b>quiz de uma marca</b> não vai examinar você, entender suas singularidades e reais necessidades. E, pior, a inteligência artificial não vai sugerir uma alimentação saudável e adequada para você, e sim algumas cápsulas já que foi programada para recomendar isso, <b>custe o que custar.</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (alerta)
T05S77	<b>Existe um conjunto crescente de pesquisas robustas apontando que</b> o consumo desses produtos está relacionado ao aumento de peso e ao risco de várias doenças não transmissíveis, como diabetes, doenças cardiovasculares e câncer	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (alerta)
T01S01	Suplementos alimentares: <b>armadilha ou solução?</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (comparação)
T06S91	O ESG pode nos salvar do <b>apetite das grandes empresas?</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (comparação)
T06S92	O <b>mercado financeiro trata o ESG como uma revolução.</b> Quem acompanha o passo a passo <b>dessa história aponta fragilidades e risco de se perder de vista uma agenda ampla de sustentabilidade.</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> linguagem (comparação)
T06S93	Net zero, tripple bottom line, stakeholders, frameworks, demanda top down, unicórnios. <b>Quantas</b>	<b>Função:</b> informativa

	<b>palavras vamos precisar aprender ou ressignificar para decifrar o mundo em que vivemos?</b>	<b>Subcategoria:</b> linguagem (comparação)
T03S36	Renda básica, estoques reguladores, apoio à agricultura familiar: <b>veja o que os presidentiáveis propõem sobre alimentação, agricultura e fome</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T03S43	A assessoria de imprensa da campanha de Lula <b>foi procurada pelo Joio</b> para detalhar a proposta de ampliação do Bolsa Família, explicando qual seria a faixa de renda atendida e os valores repassados, mas não houve retorno até o fechamento da matéria.	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T03S44	O senador e ex-ministro da Saúde (2003-2005) Humberto Costa, um dos autores do programa de Lula na área da Saúde, <b>foi questionado pelo Joio</b> sobre a ausência de propostas para regulação e taxação de ultraprocessados.	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T03S45	<b>Procuramos a campanha do candidato do PDT</b> para entender como seria implementado o benefício do gás de cozinha a metade do preço e quais seriam os direitos garantidos a trabalhadores de apps, <b>mas não houve resposta</b> até o fechamento da reportagem.	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T03S50	<b>Procuramos a campanha de Jair Bolsonaro</b> através de sua assessoria de imprensa para esclarecimento de algumas das propostas, <b>mas não houve resposta até o fechamento da reportagem.</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T04S55	Com andar manso, mas firme, Dionísio Garcia <b>guia a reportagem</b> entre os canteiros da Horta Comunitária Vila Pinho, que fica no bairro do Barreiro, localizado na periferia de Belo Horizonte (MG). A organização perfeita dos pés de alface, coentro e rúcula, todos plantados sem uso de agrotóxicos, <b>contrasta com o restante da região.</b>	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores
T04S65	<b>Quando chegamos na horta</b> , em uma tarde nublada de agosto, fomos recebidos pela sorridente Léia Pereira da Silva, de 43 anos.	<b>Função:</b> informativa  <b>Subcategoria:</b> bastidores

T04S66	E, realmente, a natureza parece fluir melhor. Mulheres do Gau parece mais um jardim botânico do que uma horta, <b>com grandes árvores frutíferas fazendo sombra sobre o terreno e servindo de abrigo para passarinhos.</b>	<b>Função:</b> informativa <b>Subcategoria:</b> bastidores
T04S67	<b>É sob o canto deles que Léia nos mostra os pés de escarola, espinafre, salsa e cebolinha cultivados de forma orgânica, sem uso de agrotóxicos.</b>	<b>Função:</b> informativa <b>Subcategoria:</b> bastidores
T04S63	Para a professora, também <b>deve haver mais apoio do poder público à agricultura urbana – por exemplo, através de compras públicas, concessão de terrenos e isenção de imposto territorial para as hortas.</b>	<b>Função</b> pedagógica <b>Subcategoria:</b> <b>Fontes espec.</b> para as soluções
T05S83	<b>O artigo frisa que</b> , muito além de motivações individuais, o freio no consumo exige múltiplas intervenções e medidas de saúde pública. É preciso haver estímulo para o consumo de alimentos mais saudáveis: “Isso implica políticas de subsídios, compras institucionais de alimentos e fortalecimento da agricultura familiar. E o Brasil já teve políticas muito fortes em relação a isso”, lembra Nilson.	<b>Função</b> pedagógica <b>Subcategoria:</b> <b>Fontes espec.</b> para as soluções
T05S84	Ao mesmo tempo, é necessário desencorajar a ingestão de ultraprocessados. Nesse sentido, <b>entre as medidas citadas pelo artigo</b> estão a regulamentação da publicidade e da venda de ultraprocessados em ambientes escolares, a tributação desses produtos e a implantação de uma nova rotulagem frontal para industrializados, que alerte para seus potenciais malefícios.	<b>Função</b> pedagógica <b>Subcategoria:</b> <b>Fontes espec.</b> para as soluções
T05S85	<b>Nilson nota que</b> tais medidas já têm sido tomadas, com sucesso, em outros países. Há na América Latina boas experiências de taxaço de categorias específicas, como bebidas açucaradas; restrições de publicidade de produtos ultraprocessados; e mudanças nos rótulos.	<b>Função</b> pedagógica <b>Subcategoria:</b> <b>Fontes espec.</b> para as soluções
T05S87	<b>Para Nilson</b> , outro problema da nova rotulagem brasileira é que os critérios para classificação dos alimentos são menos rigorosos do que os recomendados pela Organização Panamericana de Saúde (Opas). Ou seja, menos produtos acabam recebendo a lupa de advertência.	<b>Função</b> pedagógica <b>Subcategoria:</b> <b>Fontes espec.</b> para as soluções

T05S89	<b>Segundo o autor</b> , o modelo desenvolvido pode vir a ser incrementado para fazer uma série de novas estimativas.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: Fontes espec. para as soluções</b>
T06S106	A <b>solução para o problema seria algum tipo de regulamentação</b> . Debate que, <b>de acordo com ela</b> , vem ganhando fôlego especialmente nos Estados Unidos e na União Europeia.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: Fontes espec. para as soluções</b>
T06S107	<b>Em sua visão</b> , o ESG precisa ser encarado a partir das <b>demandas da sociedade, e não das empresas</b> , dando respostas aos grandes desafios da atualidade: da crise climática e perda de biodiversidade à desigualdade social, racial e de gênero	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: Fontes espec. para as soluções</b>
T01S09	Talvez você não saiba o que é uma substância bioativa. <b>Nesse caso, recomendamos seguir viagem neste texto</b> , que não pretende explicar conceitos, mas, sim, <b>desvendar os perigos por trás dessa suplementação às cegas</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T01S29	<b>Desacreditar que existem soluções fáceis e milagrosas</b> é necessário para que nós realmente fiquemos o mais longe possível de doenças que podem e devem ser evitadas.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T01S30	A <b>suplementação não pode continuar a ser lida como uma apólice</b> , uma garantia irrestrita, o verdadeiro pilar que sustenta a saúde. <b>A alimentação deve vir sempre antes da suplementação</b> , porque a matriz dos alimentos, principalmente os in natura e minimamente processados, <b>é fundamental para que a gente viva bem individualmente, mas também coletivamente</b> .	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T04S58	Um cenário desse tipo <b>impõe a tarefa de fortalecer a produção e a oferta de alimentos</b> , tornando-as menos vulneráveis às quebras causadas pelas mudanças climáticas e a grandes emergências como a pandemia da Covid, que desestruturou cadeias alimentícias no mundo todo.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T06S97	<b>Vamos ver, então, o que tem a dizer sobre ESG quem está no topo</b> . Em uma carta ao mercado, Larry Fink, o CEO da maior gestora de fundos do mundo, a BlackRock, disse o seguinte: “Não é uma agenda social ou ideológica. Não é ‘justiça social’. É capitalismo,	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>

	conduzido por relacionamentos mutuamente benéficos entre você e os funcionários, clientes, fornecedores e comunidades dos quais sua empresa depende para prosperar. Nós nos concentramos em sustentabilidade não porque somos ambientalistas, mas porque somos capitalistas e fiduciários para nossos clientes.”	
T06S98	<b>Talvez você não esteja reconhecendo</b> a BlackRock, pois <b>para entender o mundo financeirizado não precisamos só expandir o vocabulário: também precisamos aprender a desvendar quem é quem por trás da teia de megacorporações donas de um sem-fim de marcas.</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T06S100	“Os próximos 1.000 unicórnios não serão mecanismos de busca ou empresas de redes sociais, eles serão inovadores sustentáveis”, <b>profetizou Fink.</b> Os unicórnios a que ele se refere, por óbvio, <b>não são o animal mitológico: são startups proeminentes e bilionárias.</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T06S109	Através de uma metodologia própria, com asseguarção por terceiros, o ISE B3 pontua as empresas por suas práticas em ESG, reunindo as melhores em uma carteira de ativos que seriam referência. <b>Eis algumas das quase 50 corporações que compõem a carteira em vigor até o fim do ano:</b> – Braskem, <b>petroquímica que é uma das maiores produtoras de plástico do mundo e cujo ex-presidente foi condenado por corrupção;</b> – BRF, <b>que acumula infrações sanitárias e produtos com altas doses de aditivos nocivos à saúde;</b> – Marfrig, <b>diretamente ligada ao desmatamento e a produção ilegal de gado em terras indígenas;</b> – M. Dias Branco, dona de marcas como Piraquê, Fit Food, Estrela e Vitarella. <b>Um megazord da indústria de ultraprocessados que arrasta mais de três mil processos trabalhistas na Justiça.</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: ensino</b>
T01S03	Desde o ano passado o <b>Joio vem vasculhando</b> várias páginas da internet que <b>prometem cura para tudo quanto é coisa</b> com o simples uso de suplementos.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T01S06	Aqui, <b>um relato pessoal</b> para ilustrar esse <b>perigo virtual.</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>



T01S07	Resultado: saí com a recomendação de quatro suplementos para comprar: cúrcuma, astaxantina, triptofano e zinco quelato. Tudo isso por uma <b>bagatela de R\$ 436,10</b> .	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T01S08	Esse <b>incômodo</b> de ter a vida organizada por um robô e a <b>tentativa de entender</b> como é possível que isso seja regularizado no Brasil fez com que <b>mergulhássemos</b> no mundo dos suplementos alimentares.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T03S38	<b>O Joio resolveu olhar para os programas de governo</b> dos quatro candidatos à presidência mais bem colocados nas pesquisas de intenção de voto – Lula (PT), Jair Bolsonaro (PL), Ciro Gomes (PDT) e Simone Tebet (MDB) – e <b>descobrir o que propõem como solução para esses problemas</b> .	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T06S94	Nos últimos anos, três letras começaram a aparecer cada vez mais frequentemente <b>nos relatórios de grandes corporações investigadas pelo Joio: ESG</b> . E, de environmental; S, de social; e G de governance. Às vezes a sigla também aparece em sua versão traduzida, ASG. <b>Em muitos casos, ela está substituindo uma palavra que já é uma velha conhecida: sustentabilidade</b> .	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T06S102	<b>O curioso é que em todos os relatórios lidos para essa reportagem – e não foram poucos –</b> essas questões todas são tratadas como iniciativas que agregam valor de longo prazo à empresa.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: bastidores</b>
T04S54	Recomendada pelo ONU e <b>frequentemente ignorada por autoridades</b> , agricultura urbana floresce pelo Brasil, <b>ajudando a garantir alimento no prato e dinheiro no bolso</b>	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: casos</b>
T04S59	A agricultura urbana tem sido apontada como parte da <b>solução para esses problemas</b> – inclusive pela ONU, no âmbito dos objetivos para o Desenvolvimento Sustentável – uma vez que aumenta a oferta disponível de alimentos e aproxima o alimento da população, diminuindo custos com transporte, armazenagem e conservação.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: casos</b>
T04S60	Também tem o potencial de gerar emprego e renda, alimentando com mais qualidade uma população cada vez mais habituada a comer produtos ultraprocessados e contaminados com agrotóxicos.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: casos</b>

T04S64	Um exemplo de ação efetiva do poder público para viabilização da produção de alimentos ocorreu no extremo leste da cidade de São Paulo, no bairro de São Miguel Paulista.	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: casos</b>
T04S73	O caso da Revolução dos Baldinhos, na capital catarinense Florianópolis, mostra como o ecossistema da agricultura urbana pode oferecer soluções também para outros problemas, como o acúmulo de lixo nas periferias urbanas	<b>Função pedagógica</b> <b>Subcategoria: casos</b>
T01S10	<b>Os problemas da Vitamine-se</b> , no entanto, não estão nas embalagens ou nos pontos de venda físicos, mas <b>na presença digital da marca</b> . Inúmeros posts comparam as cápsulas a alimentos: uma de cafeína equivale a três xícaras de café expresso. Duas de luteína equivalem a 50 gemas de ovos.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S12	Esse é o tipo de <b>alegação que pega de jeito quem procura por soluções fáceis</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S12	T01S13 Parecer ser inofensivo é uma <b>tática comum às marcas de suplementos</b> . A Gummy, com suas balinhas em formato de coração, provoca o entendimento de que se trata de um produto inocente.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S14	Dá para concordar que o que mais se vê na internet são <b>publicações apelativas, quase sempre sem embasamento teórico e muito abusivas</b> . Mas isso é uma situação no mínimo complicada quando se trata da <b>saúde das pessoas</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S16	De fato, do ponto de vista prático, <b>o que é interessante para a indústria costuma ir de encontro com as evidências científicas</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S18	<b>Para a indústria, o Brasil deve virar um mercadão</b> como os Estados Unidos e a Europa.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S19	Mas é <b>pela simplificação do discurso que a indústria vai conquistando seus clientes, com alegações publicitárias na internet que vendem um milagre encapsulado</b> – ou em forma de balinhas.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>
T01S20	A Abenutri merece uma atenção especial, porque <b>o alinhamento da associação com o bolsonarismo é algo impossível de ser ignorado</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria: Inimigos e vilões</b>

T01S21	Já a Abracomde é <b>uma incógnita</b> . É a sigla para Associação Brasileira de Comerciantes e Comercíarios em Defesa do Empreendedorismo, como é possível ler em letras miúdas no cartaz de divulgação. Mas <b>não existe nada sobre ela na internet nem sequer uma página na Wikipedia</b> . Perfis falsos, fake news... Agora, até associação que não existe.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Inimigos e vilões</b>
T01S22	<b>Graças à atuação da Abenutri, Abiad e de outras associações e corporações do setor lá na década passada, mas também recentemente</b> , a Gummy e a Vitamine-se podem <b>nadar de braçadas nesse mercado que se torna cada vez mais próximo do país do hot dog</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Inimigos e vilões</b>
T01S23	E <b>se depender dessa turma</b> , o ritmo vai acelerar ainda mais.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Inimigos e vilões</b>
T06S99	<b>Mas você com certeza já cruzou com a BlackRock por aí</b> . É bem possível que já tenha <b>até dado algum lucro a ela</b> , que é acionista de Ambev, Coca-Cola, Walmart, JBS, Marfrig, Kellogg's, Bunge, Monsanto e Syngenta. <b>Seus investimentos estão ligados ao desmatamento e à invasão de terras indígenas. Muy sustentable</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Inimigos e vilões</b>
T01S11	<b>Parece óbvio</b> dizer que uma cápsula não substitui algumas laranjas. <b>Mas a precarização da vida e o discurso de alta eficiência ganharam uma nova potência nos últimos anos</b> . Quando se troca um cafézinho no meio do expediente por cafeína encapsulada, o <b>indivíduo otimizado</b> ganha tempo, performance, produtividade. E é isso que <b>o tempo espremido pelas relações capitalistas demanda a todo instante: é preciso dar conta de tudo o tempo todo</b> .	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Inimigos e vilões</b>
T01S15	A fiscalização desse mercado cabe às vigilâncias sanitárias municipais e estaduais e à Anvisa. Se essas estruturas públicas já eram pequenas para lidar com o mundo físico, imagine com o mundo virtual.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T01S17	<b>Ficamos por algumas semanas lendo as contribuições</b> , e dá para cravar duas coisas: a primeira é que a indústria chegou bloqueada, sabendo muito bem quais pontos defender ou até mesmo reivindicar. A segunda é que teve muito pouca participação da sociedade civil organizada. <b>Inclusive, essa foi uma</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>

	<b>das grandes dificuldades que tivemos durante essa pesquisa.</b>	
T01S24	Tudo indica que <b>a coisa está acontecendo nos bastidores enquanto grande parte da população brasileira se preocupa com a possibilidade de não ter o que comer no dia seguinte.</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T02S33	Na carteira, as jornadas de Jéssica e Adriana eram de 6 horas diárias, <b>mas ambas relataram ao Joio que eram obrigadas a cumprir 12 horas, o que é proibido por lei.</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T02S34	Outros funcionários haviam afirmado receber remuneração semelhante, <b>como mostrou reportagem publicada pelo Joio em abril.</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T03S40	O candidato à reeleição Jair Bolsonaro trouxe <b>propostas vagas para alimentação, e mencionou a palavra “fome” apenas uma vez no programa de governo</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T03S47	No documento, o candidato também propõe ser “perfeitamente factível” equilibrar a demanda nacional e as exportações de alimentos, dando prioridade para o consumo interno – <b>já mostramos no Joio que, durante o governo atual, as exportações tiveram alta recorde, concomitante com o aumento da inflação e da fome.</b>	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
T05S86	Mas, <b>como O Joio e O Trigo já apontou</b> , o sistema escolhido pela Agência não era o mais indicado, segundo as melhores evidências científicas disponíveis.	<b>Função política</b> <b>Subcategoria:</b> <b>Vigilância</b>
<b>RESÍDUOS</b>		
<b>Sequência de análise</b>	<b>Conteúdo</b>	<b>Categoria e subcategoria</b>
T05S76	<b>Os ultraprocessados são</b> formulações industriais feitas com partes de alimentos e que geralmente contém aditivos sintetizados em laboratório, como corantes, conservantes e aromatizantes: <b>são guloseimas industrializadas, salgadinhos de pacote, refrigerantes, pizzas congeladas, salsichas, nuggets etc.</b>	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
T05S80	Este ano, pela primeira vez, os ultraprocessados estão se tornando, na média, mais baratos do que os alimentos frescos.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>

T05S81	O futuro é logo ali	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
T06S101	<b>O mercado financeiro trata o ESG como uma revolução que pode inaugurar uma nova fase do nosso sistema econômico: o capitalismo de stakeholders.</b> Um modelo no qual as empresas não se preocupariam exclusivamente com seus lucros, mas também com questões ambientais, sociais e de governança corporativa.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
T06S105	Fica quase impossível verificar e comparar os dados divulgados – tanto temporalmente quanto entre diferentes corporações.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
T05S88	Dados que apoiam mudanças	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
T05S90	Tudo isso é importante porque ajuda a embasar a formulação de novas políticas públicas.	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
T02S35	Mas um dia, conta ela, <b>o gerente jogou um balde de água fria nas suas pretensões:</b> “Você é gorda demais para ser anfitriã.”	<b>Função política</b>

## APÊNDICE B - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM FUNDADOR

### Gerais - Introdução sobre ativismo e engajamento

#### 1. Você pode começar se apresentando e apresentando o Joio?

Meu nome é Moriti Neto, a origem do meu nome é indígena, só para explicar um pouquinho, significa a árvore da vida, tem raiz na língua Guarani. Eu sou jornalista há 25 anos, passei por redações de vários tipos, formatos e conteúdos. Desde redações mais tradicionais até mídias mais independentes. Nessa trilha da mídia independente, eu estou desde 2007, que são 16 anos. Então, a maior parte da minha carreira é na mídia independente, a menor parte na mídia tradicional e ainda uma parte de comunicação institucional, mas isso foi bem pouco. Resumidamente, esse sou eu. Também sou professor universitário, embora, não esteja na sala de aula atualmente, mas também sou professor em cursos de comunicação, especialmente de jornalismo, lidando normalmente com aulas sobre reportagem e jornais laboratoriais.

O Joio acontece como uma expressão de insatisfação com os dois jornalismo com os quais eu trabalhei, e que o João Peres, que é o outro fundador, trabalhou. Nós vínhamos de uma trajetória muito parecida, o João é um pouco mais novo do que eu, eu estou com 50 e ele está com 40, e embora eu já tivesse há mais anos, a trajetória era parecida. O João também tinha passado primeiro por mídias tradicionais e depois embarcado em mídias independentes, o que é um caminho muitas vezes comum, em que os jornalistas se cansam das agruras, do sofrimento, das imposições e restrições das estruturas muito rígidas das mídias tradicionais.

Nos conhecemos por volta de 2010, não trabalhando na mesma redação, mas nesse mundo do jornalismo independente tudo é menor do que imaginamos então a gente se esbarrava em vários lugares. Nos conhecíamos há uns quatro anos, quando em 2014 viemos trabalhar juntos na Rede Brasil Atual, e ficamos um ano juntos lá. A gente acabou saindo da Rede Brasil Atual numa situação de bastante desconforto que já vinha com outras publicações independentes com as quais tínhamos trabalhado. Na época, nem usávamos muito esse termo "independente", era mais "mídia alternativa", na falta de um nome melhor, mas alternativa ao que já é uma outra história e exige uma outra conversa. Nesse momento, saímos bastante insatisfeitos porque vimos que a mídia dita independente à época reproduzia muito dos mecanismos que a gente via dentro das corporações midiáticas, que já conhecíamos de trabalhar, de ser leitor ou ouvinte, e de amigos que ainda atuavam nessas mídias. Começamos a ver como esses problemas estavam muito parecidos, inclusive nas

relações trabalhistas, e também do ponto de vista da questão de como tratar o jornalismo. Cada vez mais preocupados em responder as demandas com imediatismo e urgência, que é própria desses tempos de plataformas sociais, que em 2014 já tinham uma efervescência, já era um momento pós blogs e mais de plataformas sociais, como o Facebook, e percebemos que estava indo para esse caminho e, não só lá na Rede Brasil Atual, mas em outros veículos em que havíamos trabalhado ou que tínhamos contato.

Essa insatisfação culmina com as eleições de 2014, saímos de lá em novembro, após eleições em que se elegeu a Dilma para o governo. Sentimos uma pressão durante o período eleitoral que se daria ao contrário em outras redações. Se em outros lugares seríamos pressionados para assumir certas posturas antipetistas, lá dentro estávamos sendo pressionados para assumir posturas petistas demais. E aí falamos: "cara, não é isso". Nós não acreditamos em parcialidade, nunca acreditamos, mas entendíamos que era possível fazer um jornalismo isento ou não político partidário. Político sempre, porque o jornalismo é por si só um instrumento político e um instrumento da política, muitas vezes de uma maneira ruim e outras tantas de maneira boa, e entendemos que dava para fazer e tinha espaço para isso. A gente estava vendo nascer algumas iniciativas como A Pública, que acabou sendo a grande referência naquele momento, e era a hora da gente se sacudir também, já que essa oportunidade de nós sairmos apareceu.

No momento, é claro, teve toda uma insegurança, porque até então, nós éramos trabalhadores de carteira assinada e aí saímos para arriscar, abrir uma empresa e ver no que dá. Seria lindo eu te falar "olha o Joio nasceu logo no estalo", não, mentira. Na verdade, abrimos uma empresa de comunicação e no começo foi atirar para vários lados para pagar as contas, só que nós atiramos para vários lados para poder pagar o jornalismo que estávamos fazendo, já na época. Fazíamos alguns trampos institucionais, produção de relatórios, tudo isso para o terceiro setor, nada com empresas do setor privado, hoje chamamos de organização da sociedade civil. Fazíamos uma assessoria para poder financiar os jornalismo investigativo que nós estávamos fazendo e que não tinha onde ser publicado, em um primeiro momento. A gente ia investigar as pautas e depois pensava onde ia publicar, porque o nosso acordo era: vamos arrumar dinheiro para pagar as contas para poder continuar fazendo jornalismo. Onde isso vai ser publicado depois vemos. E acabava acontecendo de veículos se interessarem por aquilo que nós fazíamos, veículos de vários perfis, passando pela própria A Pública até o Valor Econômico. Mas sempre numa pegada mais investigativa. Então, o pouco

espaço que se tinha no Valor Econômico à época para fazer um jornalismo investigativo, conseguimos colocar uma pauta, hoje nem tem mais.

Foi em uma dessas, que A Pública tinha aberto um projeto que chamava-se 'Reportagem Pública' e era assim: você submetia a sua pauta e um financiamento coletivo de pessoas que acompanhavam A Pública iam financiar essas pautas, mas não todas. Numa dessas, a nossa acabou sendo uma das selecionadas. Uma organização da sociedade civil que nós não conhecíamos se interessou por essa pauta. E isso era uma parceria possível para A Pública também que, afinal, também é financiada, desde o princípio, por organizações da sociedade civil, especialmente gringas. Então, uma organização social se interessou porque nós falávamos sobre o sul do país, sobre a questão do tabaco, especialmente dos agricultores do tabaco. Fizemos uma reportagem extensa falando sobre isso na época, o João já tinha uma experiência prévia no Paraná de ter apurado denúncias de trabalho infantil em 2011. Mas ele não tinha publicado nada de muito fôlego e ele sentiu que precisava ir além. Resolvemos escrever uma pauta mais densa e acabou que nessa rodada e com a entrada dessa ONG ela foi uma das financiadas pelo projeto. Saiu uma reportagem muito louca, com 60 mil caracteres, você imagina que loucura. Ela foi bem, nossos prognósticos não eram os melhores. Posteriormente, em 2018, publicamos um livro que resulta dessa reportagem chamado "Roucos e sufocados", depois fomos outras vezes, fomos mais fundo, viajamos para diversos lugares.

Esse financiador, era a ACT Promoção da Saúde, que na época era chamada de Aliança de Controle do Tabagismo, porque ela atuava exclusivamente com a questão do tabaco. Chega no final de 2016, e estávamos vivendo naquelas que eu te falei ainda, fazendo essas coisas legais para caramba, mas também fazendo um monte de coisa que não gostávamos, e a gente sabia que não ia aguentar muito tempo naquele formato. O que aconteceu, é que começamos a bater na porta de outras organizações, pensamos que se tinha dado certo com aquela, ainda que pontualmente, poderíamos tentar com outras. Conseguimos alguns freelas, no máximo, em um primeiro momento. Eis que a mesma ACT nos chama para uma apoio reunião falando que queria dar continuidade no trabalho do tabaco e o que a gente propunha. Propomos a entrega de um relatório que no fim virou um livro com o apoio da ACT, do Cetab e da Fiocruz. Nisso, eu soube na época, que a ACT estava expandindo as áreas de atuação e uma delas, todas no guarda-chuva da saúde, era a alimentação. Na hora eu falei, talvez seja a hora.



Foi um pouco de sorte, mas também um um bocado de senso de oportunidade que nós tivemos naquele momento. Sentamos para conversar com elas e na primeira conversa deu liga, só que, diferentemente de propor um livro ou uma reportagem, ou seja, um produto isolado, a gente queria propor algo mais perene para garantir um tempo de sobrevivência um jornalismo para correr atrás de outros financiadores. E aí a gente propôs um site de jornalismo investigativo sobre alimentação no país, que não tinha. Você pode pontualmente ter uma matéria aqui outra acolá, mas um projeto dedicado a isso não tinha. O que tinha no país na época era dieta da moda, saúde, boa forma, questões comportamentais. Invariavelmente, nos cadernos de saúde, você via ali uma coisa ou outra, mas aí era muito mais uma iniciativa de um repórter ou de um editor específico, do que é um projeto de investigação de um veículo X ou Y.

A gente sentiu que existe essa lacuna, a gente pesquisou também para perceber que essa se confirmava. E a proposta foi acolhida na primeira conversa. E eu saí sem acreditar que a conversa tinha sido tão boa, tão fácil assim. Claro, era resultado de uma confiança que ela já tinha no nosso trabalho. A Ana Monteiro, que é diretora de comunicação da ACT, e a Paula Johns que é a fundadora, tiveram a sensibilidade de entender que os recursos que elas tinham para comunicação e que eram muito usados em campanhas publicitárias para alertar sobre questões de saúde relacionadas ao tabaco e que, posteriormente, aconteceria também com alimentação, que elas podiam destinar para jornalismo investigativo, e que na cabeça delas naquele momento fazia muito mais sentido e que teria um impacto muito mais positivo na agenda pública. Elas tiveram essa sensibilidade e perceberam que o jornalismo podia trazer um algo a mais, incidir de outras maneiras no debate público. Então, veio esse financiamento e o Joio nasce assim.

## **2. É assim que surge o tema da alimentação?**

Sim, eu não vou dizer para você que estávamos absolutamente preparados para lidar com alimentação, que de repente já tinha virado para nós um objeto de vontade, não tinha. O que estávamos embrenhados era na área da saúde, pelo contato que nós tivemos, muito profundo, com o tabaco, mas não tínhamos alimentação como um objetivo, nós tínhamos, na verdade, como objetivo criar uma espécie de observatório das corporações, isso já desde a saída da RBA, em 2014, nós já vínhamos debatendo que era necessário que o jornalismo brasileiro passasse a olhar de forma sistêmica e sistemática para o poder privado. Sabemos que nós temos uma história de jornalistas fantásticos, de jornalismo fantásticos, grandes

coberturas, sobre poder público e sobre todos os problemas que existem dentro do Estado, mas temos proporcionalmente pouquíssimo do poder privado. Temos muito poder público, pouquíssimo poder privado, como se não fosse parte do mesmo problema, da mesma questão sistêmica.

É preciso ter a mesma Lupa para poder privado ou até uma lupa maior, já que existe um descompasso enorme entre uma coisa e outra, então nós precisamos suprir essa lacuna. Isso nós já tínhamos em mente. Só não sabíamos a partir de qual temática, porque o mundo corporativo é um negócio gigantesco, com milhões de possibilidades. E aí o tabaco apareceu, nós já tínhamos feito outras coberturas de outros temas, eu especialmente tinha investigado a indústria automobilística por anos, já era um objeto de investigação e é um pouco da introdução nesse mundo das corporações isso na primeira década dos anos 2000.

E aí, vem a alimentação e falamos: "está aí cara, é isso, a alimentação pode não ser nesse momento o nosso sonho, mas olha o tanto de possibilidades que por meio da alimentação podemos fazer jornalismo". Quando fomos conhecer o universo da alimentação mais de perto, foi fantástico, nos apaixonamos. Tivemos um privilégio, que é importante e rara. Tinha só um financiador, a ACT, que nos deu quase um semestre para estudar o tema antes de lançar o projeto. Vamos combinar que, para o jornalista que já está na carreira, é um privilégio gigantesco poder parar seis meses para estudar uma temática. Pudemos ler tudo que queríamos, entrevistar várias pessoas, não para matérias específicas, mas para conhecimento. Então, pesquisadores, ativistas, organizações civis, políticos de carreira. Isso nos deixou em uma condição de lançar o Joio, em 30 de outubro de 2017, com essa bagagem e esse privilégio.

E os anos de 2017 e 2018 foram mais difíceis porque tínhamos só um financiador. Em 2019 começaram a surgir alguns outros apoios, mas tudo pontual, até que no final de 2019, a fundação alemã Heinrich Böll que tem um escritório aqui no Brasil acabou fechando um apoio para o nosso podcast, O Prato Cheio, e começamos a desenvolver outro braço e chamar outras atenções. Para além do texto, que era uma característica, começamos a falar de uma outra linguagem, o João já tinha uma experiência de rádio importante que contribuiu muito nesse processo e lançamos o podcast e começamos a despertar novos interesses também. Não que os textos não tenham sido importantes, pelo contrário, são até hoje e de certa forma nos identificam muito com uma parte do nosso público que é extremamente fiel, porque os textos dialogam muito com alguns setores da sociedade que são muito importantes para o Joio existir. Com essa expansão, novos financiadores começam a olhar para o nosso trabalho.

Também fizemos uma coisa que foi bem importante, foi até antes do podcast, que foi o "Joio no rótulo", um trabalho fotográfico digital e que depois migrou para exposições físicas e rodou por muitos lugares do Brasil, desde metrô em Belo Horizonte até o Congresso Nacional passando para o Rio de Janeiro, São Paulo, cidades do Nordeste. Fomos para muitos lugares com essa exposição e isso nos ajudou muito. E é ali que começamos a trabalhar com o conceito de Jornalismo e Arte, que para nós, deixa de ser um tabu. Eu e o João brincávamos que a gente optou pelo jornalismo, porque não tínhamos talento suficiente para ser artista. E ali começamos a nos relacionar com artistas, não só com fotógrafos, mas artistas mesmo, a partir dessa exposição. Inclusive com artistas que hoje integram a equipe fixa do Joio. No podcast, nos textos e nas plataformas sociais passou a ter arte. E aí os financiamentos começam a aparecer como consequência disso, da capacidade de investigativa, de pensar o jornalismo sistemicamente, mas também de ter essa abertura para dialogar com novidades. É algo que colocamos na cabeça e que está no nosso documento institucional de que se os outros estão fazendo coisas legais, mas não precisamos fazer. Não precisamos imitar. Em algum momento vamos acabar se inspirando nas referências que guardamos, mas não precisamos fazer o que os outros estão fazendo, temos um espaço no Joio que chamamos, de uma forma mais vulgar, que é o nosso espaço de piração, de viajar e de pensar da forma mais imaginativa possível e a convivência com artista ajuda muito nesse sentido.

Os financiadores começaram a aparecer, a gente deu uma crescida muito grande, vem a pandemia logo em seguida e éramos uma equipe de seis pessoas fixas e com algumas pessoas que faziam freelas. Com toda a insegurança que a pandemia trouxe para qualquer setor, no jornalismo não foi diferente, uma empresa recém-nascida com uma equipe super enxuta, e um leque pequeno de financiadores, falamos: “de onde esse pessoal vai primeiro tirar a grana?”, vai tirar do jornalismo. Porque sempre foi algo que ouvimos durante a carreira, quando bate crise uma das primeiras ações dos anunciantes é deixar de investir em comunicação, ouvíamos muito isso nas redações de trabalhamos. Mas quando nos demos conta, nossa equipe tinha dobrado de tamanho na pandemia, os financiadores também tinham dobrado de tamanho, uma coisa foi consequência da outra, e ficamos sem entender nada, assim como o mundo inteiro estava sem entender nada naquele momento. Mas além desse macrocosmo pandêmico, ficamos sem entender nada no nosso microcosmo. Só que sacamos que as organizações que foram nos apoiar entenderam a importância do nosso jornalismo

naquele contexto. Fomos crescendo durante a pandemia, uma loucura porque você cresce com trabalho remoto. E agora estamos aqui.

### **3. O que motiva uma produção jornalística especializada em assuntos sobre alimentação?**

A gente olhava lá atrás também com essa preocupação e pensava: “será que isso não é nichado até demais para o que queremos?”. Até que entendemos que a alimentação é algo tão grande e que dialoga com tantas outras áreas, com tantas temáticas e com tantas questões existenciais, filosóficas, sociológicas, antropológicas, políticas, econômicas e culturais, que poderíamos falar de alimentação e falar sobre todo o resto que vem com ela ou que surge dela, a partir de um olhar mais sistêmico, mais estrutural. Vamos olhar para o racismo estrutural, vamos encontrar alimentação, poderíamos falar de alimentação e falar sobre todo o resto que vem com ela ou que surge dela a partir de um olhar mais sistêmico, mais estrutural. Então, vamos olhar para o racismo estrutural, vamos encontrar alimentação, ou vamos olhar para alimentação e encontrar racismo estrutural, porque é uma mão dupla. Vamos olhar para o machismo, idem. Vamos olhar para homofobia ou LGBTfobia, idem. Vamos olhar para questões econômicas, idem. Vamos olhar para a questão de culturas, de opressões sobre culturas tradicionais, idem. Assim, acabou que para nós algo que, inicialmente, parecia muito nichado, nos permitiu o contrário, fazer um movimento de falar de muitos assuntos que gostaríamos de falar a partir da alimentação e ter esse olhar ampliado.

Pode ver que até hoje fizemos isso, falamos de fome, mas falamos do racismo dentro da fome, do machismo dentro da fome, da homofobia dentro da fome, da opressão e supressão de culturas tradicionais, algumas que já nem existem mais, de povos inteiros a partir da alimentação, a partir de disputas políticas, sociopolítica, socioeconômicas que se dão com a alimentação como principal instrumento muitas vezes de opressão e de supressão.

Temos uma editoria hoje sobre meio ambiente e agronegócio. Temos uma editoria sobre culturas alimentares que permite a exploração de um universo. Coisas muito grandes. Saímos do nichado para isso. Para te dar um exemplo bem prático, chegamos a fazer uma temporada de vídeos, que foi a nossa primeira, lançada no final de 2022 e agora vem a segunda no final de 2023, vídeo ainda é algo que estamos firmando os pés, que foi sobre cultura pop e alimentação. Então, de repente, você está analisando um fenômeno da cultura pop a partir da alimentação.

Essa apreensão que a gente teve inicialmente com ser muito nichado, ela não se comprovou. Na verdade, ela mostrou que era o contrário e mostrou, não só para nós, uma possibilidade para poder explorar toda essa gama de coisas, mas se mostrou também para as pessoas que nos acompanham, que foram se convencendo que somos hoje muito mais uma referência investigativa no mundo corporativo, que era bastante do que nós queríamos, do que propriamente algo nichado em alimentação.

Grande parte do nosso público entende hoje que o Joio dá muita importância à alimentação, é uma temática que nos é muito cara, mas que nos permite falar sobre muitos outros temas. E os financiadores também entendem, tanto que nós hoje temos várias organizações que nos financiam e tem agendas diferentes, ou seja, não tem agenda específicas sobre alimentação, como é o caso da ACT, mas veem uma oportunidade de falar sobre desigualdade e essas outras questões que eu trouxe aqui.

A motivação continua sendo essa, explorar esse universo que é infindo. Hoje tem uma editoria de tabaco, o tabaco voltou a ser parte da nossa rotina. Uma editoria ainda pequena, bem menor que da alimentação, mas que começamos a dar alguns passos importantes e a intenção é isso, continuar olhando para esse mundo corporativo e se nós pudermos dar passo em direção a outras temáticas nós vamos caminhar também. É isso. A motivação é justamente não ter ficado nichado.

#### **4. Que tipo de jornalismo vocês consideram que fazem?**

Nós batizamos internamente de "jornalismo sistêmico". Partimos de um conceito de análise sistêmica, que é algo que já existe, então não inventamos nenhuma roda, que é de antes do que acontece no mundo, principalmente no mundo tão complexo como o de hoje, com tantas coisas intrincadas, tudo muito conectado, mas ao mesmo tempo com muitas coisas invisíveis, em camadas que em um primeiro momento não se consegue enxergar. Entendemos que era preciso aplicar algum tipo de conceito de análise sistêmica para poder observar diversas camadas e conseguir conectar esses vários elementos, inclusive as camadas menos visíveis, menos observáveis no primeiro momento para nós como jornalistas e depois para quem vai receber o material que nós produzimos. Batizou-se de sistêmico, mas também falamos em jornalismo investigativo.

Classificamos dentro de um conceito mais geral, isso que eu estou falando para você de "jornalismo sistêmico" é algo muito nosso, que nós dizemos, que têm feito esse discurso para fora, mas de uma forma geral para quem observa de fora é jornalismo independente.

Mas eu te confesso, que talvez seja um preciosismo da minha parte, mas essa expressão me incomoda um tanto, porque independente de quem e do que? Me parece vaga assim, sabe? Do que nós somos independentes? Se nos propomos como "jornalismo sistêmico", que está sempre conectando as coisas, somos interdependentes. Eu acho que já não combina. Eu volto a dizer, um termo que me agrada muito é "isenção". Isenção de interesses pessoais, de interesses escusos, de interesses que não que não deveriam pertencer ao debate público, a agenda pública e tal. Quando eu estou falando de interesses pessoais, eu não estou falando dessa subjetividade, tá? Aí é outro departamento, estou falando de outros tipos de interesse pessoal, econômicos etc. Então, algo que nós temos com os nossos financiadores, por exemplo, são linhas demarcatórias. Nós vamos conversar sobre o projeto como um todo e nós vamos alinhar se nossas bandeiras são as mesmas, se temos pontos em comum para poder aceitar o financiamento de vocês e para vocês também perceberem que elas as bandeiras de vocês vão ser atendidas, óbvio.

Ninguém é ingênuo a ponto de falar "ah, a ACT vai nos dar dinheiro se nós falarmos de alimentação e não falar de tabaco", não. O projeto vai ser sobre alimentação? Maravilha, vamos discutir sobre isso. O que tem hoje de mais importante sobre alimentação? Vamos debater com quem está dentro da ACT e pensar isso. Vamos debater com o Ibirapitanga, que é outro financiador que vai muito na seara da desigualdade. Então, vamos debater sobre isso, mas na pauta, no editorial não tem discussão. O projeto filosoficamente está pronto, a partir daí o que vai se transformar em pauta não tem conversa. Essa é nossa demarcação.

Só tem conversa quando o financiador chega e fala: "olha, putz tem uma uma pauta aqui para vocês que eu acho que é incrível". E aí falamos: "pô, mas foi um presente não foi uma interferência, né?" E quando eu digo financiador não é quem preside nem nada, são as pessoas que nós temos contato no dia a dia, são as pessoas que na verdade elaboram as políticas desses lugares e que estão no dia a dia com a mão na massa. Então, de repente tem ali alguém que está tocando os projetos e que sugere algo. É assim que funciona.

##### **5. Qual o diferencial em relação a outros modelos de jornalismo?**

Tem a questão do financiamento, a parte político-econômica que é fundamental e precisa ser prioritariamente alinhada com os financiadores. Não vamos bater em portas de financiadores que defendem princípios que não são coerentes com os nossos. Às vezes não são idênticos, mas são coerentes. Quando eu digo que não são idênticos, às vezes não estão escritos da mesma forma, mas precisamos identificar linhas de atuação que vão no mesmo

caminho. A partir daí já temos um macro. Não aceitamos financiamento do setor privado. Financiamento público até hoje não tivemos, nunca fomos atrás. Isso demarca algumas coisas que vão refletir na questão editorial. Nosso vínculo ideológico existe sim com as organizações que nos financiam, mas elas não nos pautam do ponto de vista de não nos tornar isentos a respeito de um governo. Vou pegar um exemplo bem concreto, essas organizações que nos apoiam e são organizações que durante todo o mandato do Bolsonaro se posicionaram frontalmente contrárias ao governo. Hoje, no governo Lula, não que elas sejam absolutamente concordantes com tudo que rola no governo, mas existe uma relação melhor. Mas isso não interfere de forma alguma nos nossos projetos. Independentemente da posição política macro dessas organizações, isso não vai interferir em como nossos projetos são construídos. Nós conversamos muito sobre isso, se nosso projeto virar correia de transmissão de mandato de governo, seja lá de quem for, mudamos o nome e paramos de falar em jornalismo sistêmico, aprofundado, seja lá o que for, e vai fazer outra coisa, porque a essência do projeto não permite isso.

Editorialmente, isso reflete nas liberdades criativas que acabamos tendo. O que eu quero dizer com liberdades criativas é que, não que ficamos criando fato, não é isso, criativa do ponto de vista do formato, de como vamos apresentar o conteúdo, como ele vai chegar até as pessoas. Isso nos permite que, independente da linguagem, mídia ou plataforma, possamos experimentar muito. Desde o princípio, nos demos a liberdade de ser muito irônicos, às vezes até sarcástico nos textos, o que gera alguns incômodos, mas também traz muita coisa boa. Nossos textos procuram ter alguma coisa de bom humor dentro das dificuldades, isso é uma diferença muito boa, é uma diferença muito marcante do Joio.

E uma diferença em relação ao jornalismo tradicional é a profundidade, isso eu não tenho a menor dúvida. Entendemos que nenhum assunto é esgotável, ele pode ser esgotável a partir da minha perspectiva, mas nenhum assunto é esgotável, nem um assunto é dado por encerrado. Por mais que nós trabalhemos em um assunto, nós podemos fechar um ciclo, mas nunca fechar o assunto, estamos sempre abertos a voltar. Isso é algo que nos faz diferentes. Não de todos os veículos, mas eu digo dos tradicionais. Tem muitos veículos que também tem essa pegada. Não temos nenhum problema com continuidade e com voltar para temas que já cobrimos, pelo contrário, temos tudo a favor da continuidade. Compreendemos que a continuidade é parte desse jornalista sistêmico e a profundidade também. Buscamos não abrir mão da profundidade nas nossas apurações em primeiro lugar. Você não abrindo mão da profundidade na apuração, isso vai se refletir no produto que vai para o ar.

Eu costumo dizer – aí é uma opinião minha, da minha experiência – que um texto, um vídeo, um áudio, um podcast, enfim, qualquer formato que utilizamos para comunicar, isso não depende do tempo exatamente que ele vai ter você vai ter meia hora você vai ter uma você vai ter 15 minutos, ele depende da profundidade da sua apuração. Se a apuração foi profunda, foi bem feita, foi conectada, você vai atingir no produto final a profundidade, vai atingir densidade no bom sentido da palavra. Isso fazemos muito no Joio, com o desafio de que essa profundidade, essa densidade seja refletida, mas que ela seja de uma maneira enfadonha, que não seja chata para o outro lado que está recebendo esse material. Esse é o desafio que sempre nos acompanha. Nem sempre dá certo, tá? Nem sempre.

#### **6. Qual o objetivo das reportagens do Joio?**

O objetivo no final eu poderia dizer aqui que é alcançar audiência. E acaba sendo um dos objetivos, porque vivemos no sistema capitalista e, embora não sejamos capitalistas no projeto, filosoficamente falando, precisamos responder certas demandas, de audiência etc. Mas, eu realmente penso que o nosso objetivo maior é a interferência no debate público, na agenda pública. Temos uma audiência importante hoje para o veículo do nosso tamanho, não é uma audiência desprezível, ao contrário uma ótima audiência no veículo com o nosso tamanho, mas esse interceder, interferir, intervir de alguma forma, na agenda pública, no debate público é o que nos marcou muito. De começar a entender que algumas coisas se movimentaram a partir do nosso trabalho. Algumas vem publicamente e outras vem nos bastidores.

Hoje, o Joio é elogiado por alguns, virou uma referência, dentro da universidade, para a área da saúde, pesquisadores, nutricionistas e mais recentemente para muitos jornalistas, inclusive para jornalistas que estão atuando em outros veículos que nos buscam como fonte ou nos republicam. Inclusive veículos de massa como o UOL que vive nos republicando. Consegui interferir de várias formas como em mandatos, em questões dentro de outros espaços públicos, em instâncias decisórias em termos de políticas públicas. Seja com denúncias ou com as propostas que os materiais trazem. Recebemos muito elogio e recebemos bastante reclamação também, o que para mim é um indicador e tanto. Inclusive, sabemos que em alguns bastidores importantes do mundo corporativo e tal o nosso o Joio transita como um problema, um caso. Tivemos notícias internas de pessoas que frequentam esses ambientes, fora manifestações públicas mesmo, já recebemos retaliações, já recebemos notificações extrajudiciais, ameaça de processo, de grandes corporações, bem grandonas



mesmo. Isso também é um indicador de que estamos interferindo justamente onde os caras não querem que a gente interfira na agenda pública. E tem a parte da audiência também, temos uma audiência que tem uma base muito forte, impressionantemente, de uma lealdade assim incrível, eu até fico emocionado. Eles nos defendem com unhas e dentes.

**7. Vocês consideram que combatem problemas relacionados à alimentação?  
Quais?**

São coisas profundas. Em uma primeira camada tem coisas que são mais observáveis, questões como fome que são questões mais impactantes. Mas, ainda assim, eu não vou dizer que nós resolvemos, vou dizer que nós contribuímos, até porque não é o jornalismo resolve no fim das contas, quem pode resolver – ou deveriam resolver – são outros agentes, mas eu acho que nós contribuímos para encontrar resoluções para questões como preservação de culturas alimentares, soberania alimentar, preservação dos próprios povos que preservam essas culturas, para a questão do ambiente, mais recentemente é uma contribuição que temos dado, há algo de dois anos. Inclusive, estamos caminhando a passos largos na investigação do setor financeiro, porque começamos a entender que, para além do produto que está na prateleira, o poder das corporações está no sistema financeiro e o dinheiro que está rolando invisível, esses números estão rolando de forma invisível, representam muito mais, em uma escala infinitamente maior, do que aquilo que é vendido no supermercado, nos hipermercados. Representa muito mais para essas mesmas corporações, porque onde elas mais ganham dinheiro já não é mais no setor produtivo, mas no setor financeiro. Denunciar isso é muito importante para entender outras camadas do problema ou para ir aprofundando. Por que de repente a soja tomou o tamanho que tomou no Brasil? Por que o milho está caminhando nesse sentido? Por que o cerrado, a vegetação, está indo embora? Tem uma guerra cultural aí, mas tem uma guerra cultural movida por interesse financeiros que nós já não identificamos mais de quem são, porque hoje isso está na mão de grandes investidoras, de grandes controladores de dinheiro, de grandes operadoras de risco, de grandes fundos de investimento, como Black Rock e etc, que são sócias, se não majoritárias, que tem grande parte em todas as corporações que estamos falando no setor da alimentação. Estamos falando de gente, não sabemos nem se é gente ou é algoritmo, que tem grana que é maior que o PIB de vários países. Dá para apontar soluções por aí também, se nós conseguirmos olhar para as camadas que não estão tão aparentes nós conseguimos entender onde é que está a origem dos problemas, só dessa forma. E algo importante que eu falei é que o Joio acaba interferindo sim

em alguns direcionamentos de políticas públicas ou denunciando algumas para que elas não sejam implementadas, porque de públicas elas não tem nada, ou contribuindo com algumas implementações, não com a política pública como um todo, mas com algo que foi apontado a partir de algum material jornalístico que produzimos.

## **Financiamento**

### **8. Qual o modelo de financiamento do veículo hoje?**

Organizações da sociedade civil. Estão na nossa página quem são nossos financiadores, isso é público. Também temos um programa de associado, de membros, que é o Sementeira, que está crescendo aos pouquinhos, foi lançado há pouco tempo, no ano passado. Temos uma loja com os nossos produtinhos que também foi lançada no ano passado e está aos poucos dando os primeiros frutos. Essas iniciativas que lançamos são justamente para nos tornar cada vez mais autônomos, mas eles ainda são incipientes.

### **9. Como se dá o financiamento recorrente das instituições mencionadas no site?**

Todos os nossos financiamentos são renovados de acordo com projetos, o que estamos conseguindo agora e que não conseguíamos antes, são prazos mais longos de financiamento. Nossos projetos eram, em média, de um ano de renovação, agora já temos projeto de dois ou três anos de renovação. Não todos, mas alguns. Isso garante uma segurança maior para o projeto.

### **10. Vocês recebem indicação de pauta da audiência e com que frequência elas se tornam reportagens?**

Sim, temos um canal de denúncias e temos sugestões de pauta que vem por e-mail, por redes sociais, pelo sementeira, de eventos que participamos, de várias formas. Elas viram reportagens, não sei te dizer a frequência agora, mas posso te passar esse dado.

### **11. O Joio se diferencia também pela periodicidade dos conteúdos publicados. Qual a lógica seguida de veiculação de novos materiais?**

Tem um planejamento para o ano, mas temos flexibilidade dentro desse planejamento. Normalmente, publicamos dois textos por semana, às vezes um só. O podcast é por temporadas, pode ficar dois meses com ele no ar e depois dois meses sem nada. Com três temporadas no ano. Os vídeos também começaram em uma lógica de temporada. Mas existe

uma flexibilidade, o desejado são dois textos por semana, mas se por acaso o texto tiver que cair porque precisa de uma checagem, não temos nenhum problema em derrubar.

### **Eixo 1 - Informativo**

**12. Ao ler o conteúdo produzido pelo veículo, percebi que existe uma linguagem bastante particular utilizada para contar as histórias e expor os fatos. Além de ser posicionada, utiliza recursos específicos como a ironia, por exemplo. Você concorda com essa avaliação? E que outros elementos considera que torna a forma de narrar do Joio particular?**

Concordo totalmente, você percebeu com nitidez no quadro. Na verdade, isso é fruto de um dos nossos cansaços com o jornalismo que eram as amarras de linguagem.

Eu tive alguma liberdade, talvez até maior do que o João teve, porque eu transitei por algumas revistas de esquerda, como a 'Caros Amigos' que permitia escrever em primeira pessoa e tal, mas mesmo assim queríamos algo que fosse menos careta, menos sisuda. Porque o jornalismo em si já é um algo árduo, difícil. Para o jornalista é árduo porque quem está fazendo jornalismo investigativo está lidando com temas sensíveis, para as fontes que estão inseridas nesses temas sensíveis também é difícil, são histórias normalmente difíceis e doloridas, e para quem está do outro lado, que vai receber a informação o material, também não é uma experiência fácil. É um jornalismo que te obriga a dar uma parada, não é o jornalismo que você vai consumir com uma pílula e acabou. Então, precisávamos, era uma necessidade nossa, mas também entendíamos que era uma necessidade do outro receber algo que tivesse algum tipo de alívio. Eu acho que a nossa revolta, acho que revolta é a palavra, com os cânones do jornalismo serviu para trazer esse tipo de alívio, que veio pela ironia, pelo sarcasmo, com a gente estar dentro de uma situação dura, mas conseguir dar risada, não estou falando em relação ao outro, mas em relação a nós mesmos. Por exemplo, no campo passando por situações difíceis com um pistoleiro apontando uma arma ou sendo ameaçado por grandes corporações e conseguindo ter esse sarcasmo, ter essa ironia voltado para o oprimido, claro, óbvio.

E isso é algo que já se fala, não estou dizendo nada de novo, bons humoristas já dizem isso há muito tempo, não os humoristas irresponsáveis que usam uma como desculpa para ferir sensibilidades, mas os bons humoristas que se utilizam do sarcasmo e da ironia, a piada é o que podemos mais machucar o opressor. Acho que vem disso e vem também da insatisfação, queríamos uma quebra de cânones mesmo, sabe? Quebrar os cânones do

jornalismo, os paradigmas que nós mesmos tínhamos na cabeça. Nos desafiamos a fazer isso desde o primeiro momento, desde o primeiro texto. Nem tudo dá certo, mas foi melhorando com o tempo e hoje é muito identificado sim por essa linguagem.

### **13. Como funcionam essas escolhas?**

Hoje temos uma equipe de 18 pessoas, dentre elas tem 10 pessoas que escrevem. Tem também os artistas, o pessoal das plataformas sociais que acabam escrevendo, mas escrevem para as plataformas, especificamente. Mas em termos de reportagens em texto, para o podcast, vídeos, enfim, a linguagem essencial do Joio é essa, mas temos que assumir que cada pessoa se sente mais ou menos à vontade com essa linguagem e que cada pessoa também tem a sua veia autoral. Nós sempre assumimos no Joio que o jornalismo autoral existe sim. E o joio é um um resultado disso. Quando eu falo de jornalismo autoral é um jornalismo que foge do formulaico, daquele formulaico preso a esses paradigmas que eu falei antes. É um jornalismo que identifica a pessoa que está escrevendo, diferente do jornalismo padrão das redações tradicionais, que ainda é muito duro e engessado, que se a assinatura da pessoa estiver ou não ali tanto faz, porque ela não está se expressando de verdade e não é culpa dela, é culpa de como sistema funciona. E isso nos coloca numa bifurcação, porque temos uma identidade, temos uma linguagem “joiana”, mas temos que respeitar autoridade ao mesmo tempo porque é um princípio.

Eu não sei se é sorte ou se as pessoas gostam com o tempo e começam a sentir à vontade e com vontade de escrever desse jeito que acaba que todo mundo vai. Mas claro que há dificuldades, não vamos dizer que é uma de rosas, quem chega no Joio, por exemplo, tem dificuldades de assumir essa linguagem logo de cara, a não ser que seja uma pessoa que já acompanhava o projeto. Tem essa situação, mas também tem outras pessoas que no primeiro momento "opa, não sei se eu consigo fazer isso". O nosso estímulo é: faz, só faz. Sinta à vontade com o texto, não importa quanto tempo você tenha que ficar com esse texto na mão, claro, também não é para todos, tem textos que têm alguma urgência. Mas não trabalhamos exatamente com urgência de publicação, temos um planejamento de publicações para o ano todo, temos normalmente meses para apurar cada situação. Então, trabalha com esse texto e trabalha à vontade. Como é que você conversaria com uma pessoa sobre isso que você vai contar na matéria? Se você é uma pessoa que, nessa conversa, contaria uma piada, por que você não contaria para o leitor ou no podcast? Se você estivesse em uma mesa de bar, contando a história que você foi apurar para um amigo e no meio teria uma piada, uma ironia,

um sarcasmo com quem te oprimiu ou com quem você viu oprimindo alguém, por que não fazer no jornalismo? Então é isso.

#### **14. Que sentido buscam provocar no leitor?**

Eu acho que tem muito a ver com essa coisa de um sistema em que vivemos hoje que é um sistema do cansaço, da exploração, as pessoas cada vez mais esgotadas e as pessoas encontram na ironia, no bom humor, formas de escapar pelo menos por um tempo, pelo menos ter um alívio em relação a isso. E muitas pessoas que nos acompanham, buscam também cutucar quem é poderoso a partir desse tipo de posicionamento mais irônico, mais sarcástico, mais bem humorado. Não que as nossas ironias, sejam sempre bem humoradas, muitas vezes são mal humoradas para caramba, mas seja com mal humor ou com bom humor, se é uma ironia bem colocada, que tem um ajuste fino, que não está ali só por estar, mas que está ali porque ela serve a história, porque ela serve ao contexto, não é algo jogado lá simplesmente para fazer uma graça, ela serve sim para incomodar os mais poderosos. Sejam as corporações, seja a classe política que ao meu ao meu ver servem as corporações, mas aí é uma outra discussão, e as pessoas gostam deste tipo de instrumento, desse tipo de narrativa porque elas se identificam. Já tivemos casos de pessoas que falaram que diriam a mesma coisa, que diz "eu me vi soltando esse tipo de passagem que vocês escreveram no texto numa conversa em casa, porque eu tava no debate de família interminável sobre comida de Natal que no Brasil não é comida brasileira" ou "eu me vi discutindo eleição e de repente teve lá um parente bolsonarista e eu me visitando algo do Joio".

Ouvimos muito essas coisas, principalmente no ano passado no período eleitoral, ouvimos muita identificação. Fizemos alguns questionários para os leitores e eles apontam identificação. Olha, não foi inicialmente a intenção, criar identificação, é bom que fique claro, foi num primeiro momento realmente a quebra do cânone e foi essa forma de dentro do contexto de uma investigação você fazer ironia servir aquele propósito maior de realmente você mexer com as pessoas que detém o poder. Porque nós sabemos que incomoda, se você escreve uma investigação bem feita e ela ainda contém ali uma dose de ironia que dá aquela cutucada em quem está no poder, incomoda! Porque se tem um controle que essas pessoas não têm sobre nós, é a nossa capacidade de fazer ironias, ser sarcástico, fazer piada. Pelo menos não tem um controle total, ainda. Algo que surgiu desde o começo foi se importar em tornar o conteúdo mais leve em alguns momentos, dar um respiro. O leitor está naquele

conteúdo denso, então de repente vem uma dessas e o cara consegue soltar uma gargalhada, sabe? "Eu gostaria de falar isso pro meu patrão", é mais ou menos isso.

**15. É comum encontrar nos textos os bastidores da apuração. Qual a intenção desse elemento? Qual sentido vocês buscam provocar no leitor?**

Existe um interesse antigo, pré-Joio, de abrir os bastidores. Sentimos, eu e o João, que era muito importante tirar o jornalismo e o jornalista do pedestal e mostrar o quão humano e falho nós somos, e o quanto precisamos do outro para fazer as coisas. E também o quanto não somos dono da verdade, não somos dono da informação, não somos dono de história nenhuma. Para isso a gente entendeu que era muito importante abrir os bastidores. Para que as pessoas reconhecessem quem está ali por trás. Não para "ó sei que aquele Moriti, sei que é o João", não é isso, para identificar ou depois seguir essa pessoa. Nunca foi isso. Foi sempre no sentido de dizer: "tem gente fazendo essas paradas". Elas surgem em processos humanos, como quaisquer outros, o jornalista não é um ser que está em uma montanha sentado e de repente cai um raio de inspiração e o ele vai lá escreve uma matéria.

A informação não é uma exclusividade nossa. A única coisa que nós temos é o meio para levar até vocês e vocês entendendo o como isso aqui é aberto essa relação pode ser cada vez mais compartilhada, a ponto de chegar em um nível de ter contribuições de pessoas, que eram leitores e nos darem sugestões muito importantes. Criou-se esse movimento de desenvolvimento maior. Nós começamos olhar para isso já em 2009/2010, quando nos conhecemos, antes de trabalharmos juntos. Era algo que já nos incomodava, isso do jornalista estrela, como um personagem, isso sempre nos incomodou. A mim me incomoda profundamente até hoje. Eu não lido bem pessoalmente com isso.

Eu sempre achei que era importante humanizar essa relação, mostrar que o nosso processo de trabalho não é melhor do que o de ninguém, não é superior a outras profissões. É uma profissão importante como outras são na sociedade. Ela tem uma missão de salvaguardar algo de interesse público que é a informação, mas são pessoas fazendo, que têm subjetividades que estão afloradas. Também tem um outro que é mostrar o quão difícil é fazer, porque as pessoas vão ver o material final, mas nem todo mundo vai pensar no trabalho que deu para fazer aquilo. Então abrir os bastidores também ajuda nesse sentido. No primeiro momento foram esses dois eixos que nos nortearam. A primeira parte especialmente, ainda mais em um tempo de plataformas sociais, que já vinham crescendo lá atrás quando

começamos a pensar nisso, e foi fazendo cada vez menos sentido o jornalista querer esse protagonismo, se sentir dono da informação, dono das histórias.

## **Eixo 2 - Pedagógico**

### **16. Qual o papel das fontes de informação no trabalho de vocês?**

Vou apelar para o clichê, não costumamos ser clichê no Joio, mas dessa vez não vai ter jeito. Assim, não existe história se não houver boas fontes, é um clichê que se confirma a cada dia que fazemos jornalismo. Essas fontes podem ser pessoas, podem ser fontes documentais também, mas preferencialmente, temos que ter fontes pessoas, fontes vivas. E a fonte confiável, aquela que te traz informações importantes, não é só a fonte que traz um documento importante, as fontes documentais são importantes, mas as fontes que trazem as histórias delas, que compartilham as histórias delas a partir da subjetividade, da sensibilidades delas, tu tem um um valor gigantesco. Quando você consegue ligar um gravador, começar a anotar, usar alguma câmera e vê uma pessoa do outro lado e não vê só uma fonte que está carregando um monte de documentos, você tem um universo para explorar, que não é o seu. Cada pessoa tem um mundinho dentro de si. Então, óbvio, temos que distinguir, como jornalista, entre os mundos que são confiáveis e os que não são, porque também chegam as fontes que chegam no jornalista com intenções duvidosas, cabe a nós selecionar e ter um filtro. Tem claro um filtro primário para saber quem é aquela fonte. Algumas vão ficando e vão se tornando fontes quase permanentes, acabam sendo referenciais. Mas algo que procuramos fazer muito no Joio é não ter fonte cativa, não ter fonte de estimação. Isso é muito importante porque, por mais que a fonte seja confiável em termos da qualidade da informação, tem sempre subjetividade. Se nós não acreditamos em parcialidade, não acreditamos em neutralidade, não faz sentido pensarmos que a fonte não tem nenhum tipo de subjetividade colocada naquela informação que ela nos transmitiu. Ela está trazendo uma informação importante, mas a interpretação dela está vindo junto. Para variar esse mundo de interpretações, procuramos mudar as fontes. Algo muito importante para nós aqui, que é um valor, nós não partimos de hierarquia de saber normatizado, se o cara é pesquisador da Universidade X ou Y, do Norte de Londres, ele não é melhor do que um representante de um povo tradicional que não tem nenhum olhar midiático.

O jeito que o jornalismo tradicional trata o especialista, via de regra, é para referendar aquilo que o veículo quer dizer, para validar uma matéria que, de repente, o próprio jornalista poderia ter investigado e falado a respeito, mas tem que ter uma aspas de especialista para dar

algum tipo de referenda. Esse tipo de coisa temos repulsa no jornalismo. A partir do momento em que você se aprofundou em um assunto, quem entende daquilo é você. Você só precisa de um estudioso de um pesquisador porque ele vai agregar aquilo que você já conhece. Se for só para botar uma aspa ali para dar validade àquilo que você já disse, não. Então, as fontes têm esses graus de importância e tem essa coisa de nós sempre tentarmos desierarquizar. É um desafio constante, para nós mesmos, porque isso pede que a gente descolonize a cabeça.

### **17. Que tipo de fonte vocês percebem que se sobressai na cobertura de vocês?**

No início, de 2017 a 2020, estávamos inseridos em um contexto de formação que nos aproximou muito de ativistas, lideranças de movimentos, organizações da sociedade civil, mas também estávamos muito ligados a pesquisadores e a academia. Porque virou uma retroalimentação, aprendemos muito com eles, assim como aprendemos com essas outras pessoas que mencionei, mas aprendemos muito com os pesquisadores da alimentação, em várias universidades do Brasil, na USP, na UFRJ, na UERG, na UFRGS, na UNB, muitos lugares importantes e até de fora do país. Em um primeiro momento, eles eram nossas fontes predominantes, mas isso era resultado do movimento de formação que tínhamos feito. Nós sabíamos desde o começo, que não poderia e nem deveria ficar restrito a isso, mas virou algo de retroalimentação, porque eles passaram a se alimentar dos nossos conteúdos também. Porque passamos a abordar a ciência que eles faziam e a sistematizar esses saberes científicos de uma forma jornalística que eles precisavam. Não sabíamos que ia dar nisso, não tinha a menor ideia, mas hoje temos citações muitos trabalhos acadêmicos, desde gente que já é doutor até graduando. Em vários níveis. Tanto, que foi necessário que, nesse ano, o João se dedicasse a sistematizar as citações que temos. Esse trabalho ainda não está pronto, tal é a quantidade de citações de material nosso. É um baita reconhecimento, baita de um indicador e que nos deixa muito felizes. Acaba sendo uma via de aprendizado duplo, o pesquisador com quem aprendemos muito e o jornalismo também está ensinando alguma coisa para esses caras.

No começo, alguns pesquisadores tiveram muita resistência com nós, porque para eles a figura do jornalista é aquela figura que vai tratar tudo superficialmente, para muitos deles, não para todos. Mas essa resistência foi sendo quebrada, conforme o trabalho foi acontecendo e hoje somos chamados para conversar com um pesquisadores de vários níveis. Então, essas fontes acabaram predominando por um tempo, mas hoje elas já não são dominantes como



eram antes. Hoje, temos muitas fontes que são lideranças de povos tradicionais, de movimentos sociais, muitas não lideranças também, pessoas que são mais invisíveis nesses movimentos, muita gente de organizações da sociedade civil, mas não as que nos financiam, organizações pequenas, muitas que estão aí brigando nos interiores da vida. Então, hoje está mais distribuído.

**18. Onde vocês buscam subsídios para conseguir apontar as causas e soluções dos problemas apresentados?**

Buscamos em todas as fontes. Não tem uma regra, o jornalismo que nós fizemos é bem solto, nesse sentido, nós não temos um ponto de partida combinado para começar uma apuração. Mas é óbvio que nos processos de checagem buscamos confirmações e isso se dá pelas fontes e pelos nossos estudos, especialmente, porque estudamos muito. Continuamos estudando absurdamente. Nossas pesquisas têm 30, 40 páginas para uma matéria, às vezes 80, 100. Estou falando o que vai pra pesquisa final e não de tudo que foi lido e pesquisado. São muitas referências que podem estar em livros daqui ou de fora, em relatórios de movimentos sociais, de corporações. Isso pode ser em termos de números ou em termos de *whashing*, como quando a gente confere um relatório de sustentabilidade e vê que uma empresa que está fazendo um grande social *whashing* não cumpre nem com a cota que ela mesma diz que deveria cumprir. Isso acontece muito em relação ao meio ambiente. Então, é um conjunto de várias coisas e, a depender da pauta, vamos buscar uma solidez, digamos assim, de confirmação nas fontes que são adequadas para aquele momento, e às vezes não é o pesquisador que vai fazer isso.

**19. Normalmente, as soluções dos problemas relacionados à alimentação estão associadas a que caminhos?**

Acabar com o capitalismo. Falei brincando, mas é um pouco isso. O modelo tem que mudar, ele é insustentável, tem gente muito mais capaz do que eu dizendo isso, tem pessoas muito mais sábias do que eu dizendo isso pelo mundo inteiro, que o sistema ele é esgotável em si mesmo, ele tem terá um fim, assim como outros sistemas hegemônicos tiveram na história da humanidade e que duraram muito mais tempo aliás, nós falamos do capitalismo como se ele fosse algo que estivesse conosco a milhões de anos, é um sistema jovem se formos pensar no tempo histórico e já está em vias de esgotamento. O colapso do sistema virá de alguma forma, ou porque ele vai ser derrubado, o que é uma grande dificuldade, é

muito difícil enxergar isso hoje, ou porque quem sustenta o sistema, que é a humanidade, é quem vai colapsar, o que já está acontecendo. Então, ao mesmo tempo, a gente tem que se adequar à realidade, à concretude das coisas. Mas entendemos que não é possível aquilo que o capitalismo propõe, por exemplo, como propôs a tal da revolução verde, essa apropriação das palavras do capitalismo é terrível. Se apropriar do termo revolução, esse pensamento cresce nos anos 70 e vem numa toada muito forte. Isso é inviável, isso deu no que deu, deu nessa expansão, nessa questão das fronteiras agrícolas, deu na colonização de um monte de territórios que estão sendo devastados, de um monte de biomas que estão indo embora ou que já foram até, e que dão todos esses níveis de interferência na vida terrestre de uma forma geral. Estamos falando da soja, estamos falando do milho, mas estamos falando de outros tantos monocultivos, estamos falando do extrativismo no pior sentido das palavras, das mineradoras e de outros impactos que essa cultura corporativa causa como resultados para todas as espécies para o planeta.

Dito isso, que foi mais filosofia do que qualquer coisa, precisamos quebrar primeiro um paradigma: de que não é possível viver sem esse ritmo e essa fúria produtiva dessas monoculturas, dessas operações hegemônicas, dessas coisas uniformizadas que pasteurizam todas essas lógicas corporativas que acabam se estendendo por um campo de soja, para um campo de milho, para um campo de monocultivo. É possível. A humanidade se alimentou assim durante séculos e séculos, se alimentou de uma maneira, vamos colocar entre aspas, “agroecológica”. Durante muito tempo, até a Revolução Industrial, não existia produção em larga escala e a desculpa que veio com o tempo, para que se instaurasse essa revolução verde é que com a população crescente no planeta já não era mais possível fazer isso e precisava se expandir em termos tecnológicos e produzir em escala industrial. Deu no que deu, os resultados estão aí. E, ainda assim, os caras estão brigando contra os números, quando olhamos, por exemplo, que agricultura familiar é a maior responsável pela alimentação de um país do tamanho do Brasil. Nós temos 70% das famílias brasileiras alimentadas por Agricultura Familiar, então que diacho que é esse que não é possível? E eu não estou falando que agricultura familiar é sinônimo de agroecologia, quero deixar isso bem claro, tem diferenças, não é porque o cara está plantando numa pegada familiar que ele faz a agroecologia, não é isso, mas por que não uma Agricultura Familiar mais agroecológica? Porque esses 70% não poderiam ser agroecológicos, ora porque não há interesse do poder econômico e conseqüentemente do poder político. Porque a corrente hegemônica defende uma outra coisa que é a produção em larga escala e alimentos transformados em *commoditie*.

A solução que oferecemos no Joio é voltar a essas raízes em algumas coisas. O tradicional às vezes pode ser inovador, por incrível que pareça. As pessoas, muitas vezes, veem conflito entre tradição e o inovador, e não necessariamente é conflitante. Então voltar para as raízes, culturas e saberes considerados ultrapassados que, na verdade, não são ultrapassados, são só antigos e antigo não é uma palavra ruim, o antigo deveria muitas vezes ser olhado com mais carinho porque carrega sabedorias importantes. E isso tem que estar em política pública, o estado deveria ser um fomentador e um indutor dessas coisas. É nisso que nós batemos bastante. Os modelos estão aí, não precisamos descobrir a roda, já tem muita gente fazendo isso, só que não tem a escala que tem a indústria do agronegócio e não dá tanto lucro, aí que está o problema maior. Agora, é preciso lucrar tanto? Será que pelo menos nós não conseguimos diminuir essas margens? Se não é possível que o capitalismo mude totalmente até que ele se esgote, diminuir essas margens tão cruéis de lucro.

## **20. Como vocês atuam para fazer com que o leitor se sinta capaz de contribuir para a solução?**

Depende muito do tipo de leitor ou de quem nos acompanha. Tem leitores que chegam até nós por terem experiências, já são pesquisadores da alimentação, já são pessoas que trabalham com agroecologia, já são pessoas de movimentos sociais que trabalham com alimentação, já são de novo pessoas de organização da cidade civil que também trabalham com essas frentes ou Direitos Humanos. Ou seja, que já têm ferramentas e acabam vindo no Joio mais uma ferramenta para juntar ali no que elas têm de instrumentos. E tem gente que vai chegar num outro nível que é um nível que vai tomar contato com nós por outras vias, que começou a faculdade de nutrição de jornalismo, por exemplo, ou um jornalista que se interessou pelo joio porque virou uma referência. Essas pessoas não vão entender imediatamente o Joio como uma ferramenta de transformação nesse sentido da alimentação. Para essas pessoas, é um exercício diferente.

Então, o que nós criamos no Joio, entendemos que só o jornalismo stricto sensu não dá conta disso. Por isso essa conexão com Jornalismo e Arte, e a nossa conexão com Jornalismo e Educação. Temos hoje um braço de formação específico, que foi lançado este ano oficialmente, mas ele já existe no Joio na verdade há um bom tempo, porque nós viemos fazendo oficinas no Joio há anos, desde 2018. Então, é a partir daí que esse público que chega de outra forma acaba encontrando alguma maneira de se transformar. Precisamos avançar muito nesse braço de formação, porque ele já existe assim, fizemos várias oficinas, mas ele

sistematizado como está agora, existe há pouco tempo, então vamos colher mais coisas. Mas claro, temos limites, que esbarram em condições do projeto em si, que ainda é pequeno, crescemos, mas ainda é pequeno.

### **Eixo 3 - Política**

#### **21. Vocês buscam deixar claro nas coberturas quem são os responsáveis pelas ações consideradas ruins para o que defendem?**

Sim, buscamos deixar. Nós sempre apontamos os nomes, sejam empresas, sejam políticos, seja poder público, seja poder privado, seja um pesquisador que foi cooptado pela indústria, seja uma universidade inteira que foi cooptada pela indústria, pelo sistema financeiro, sejam as organizações de fachada que se colocam como organizações que vão defender essa cidade civil, mas que estão defendendo interesses do setor privado, e por aí vai. A gente dá os nomes.

#### **22. Há uma busca por trazer boas iniciativas nos textos? Para o que elas servem?**

Isso é uma questão que está colocada no Joio, trazemos boas iniciativas para apontar que há caminhos, mas é uma questão que nós pensamos em ampliar, mas ainda não definimos como. Porque sabemos que existe Jornalismo de Soluções, por exemplo, mas não queremos por um caminho raso, entendemos que só podemos começar a trazer soluções de fato, por elas mesmas, não só porque elas estão dentro de uma matéria em que investigamos e denunciemos alguém. Você apresenta uma solução para dizer “ó um caminho”, porque nossas matérias são invariavelmente denúncias. Você traz ali soluções porque é importante apontar caminhos e propostas, mas inicialmente não é para isso que no nosso jornalismo está posto, mas fazemos por opção política. Agora construir uma via mais pavimentada, mais bem articulada para apresentar um Jornalismo de Soluções, só quando tivermos condições, em vários sentidos, de fazê-lo de forma tão bem estruturada, aprofundada e sistêmica como fazemos o jornalismo de denúncia.

#### **23. Você considera que o joio realiza um papel de vigilância sobre a sociedade? Como?**

Não, eu acho que vigilância não. Eu acho que vigilância, para te confessar, é uma palavra que nos incomoda um pouco, porque a vigilância nos remete a controle e longe de nós, se tem algo que não queremos é controlar alguém. Isso desde os nossos mecanismos internos de

trabalho, que é muito fácil falar aqui, mas ele é completamente diferente de qualquer redação que eu já tenha trabalhado e de redações que outras pessoas que já estão aqui há algum tempo também trabalharam, completamente diferente. E menos ainda a sociedade que a gente quer propor, é mostrar aquilo que está, como eu disse lá atrás, que não está visível em uma primeira camada, a gente quer apontar o problema, mas fazendo as conexões por meio dessa avaliação sistêmica das coisas. Queremos apontar os problemas, conectá-los, voltar às origens, tanto dos problemas como das soluções ainda que, as soluções tratamos em uma escala muito menor, mas estamos sempre discutindo essas soluções, embora a gente publique menos as soluções, mas estamos sempre em discussão interna sobre as soluções que vamos encontrando, seja em pesquisas que lemos, seja em livros, seja nas nossas experiências de campo.

Eu acho que temos esse papel de denúncia sim, mas é uma denúncia que eu chamaria de uma denúncia propositiva no sentido de falar "olha para isso aqui", é uma denúncia que pede um olhar, não é uma denúncia de denunciismo, é uma denúncia que é feita a partir de toda uma análise sistêmica que fazemos conectando os problemas e dizendo: "Essa denúncia tem razão de ser, não é só porque tal corporação é grande, multimilionária e tem lucros absurdos, não é porque temos inveja dela que estamos denunciando, é porque ela causa problemas nas mais variadas camadas que possamos imaginar de exploração, de várias formas". Acho que temos essa preocupação e estamos de olho nesses caras, isso podemos dizer que estamos. Nos que tem muito poder, sim estamos de olho nesses caras. Mas não temos a pretensão de fiscalizar hábitos de consumo das pessoas ou indicar dieta, por exemplo, é algo que abrimos mão, apesar de ser um site com a alimentação como principal tema, desde o começo. Se você for olhar o nosso histórico não indicamos até hoje uma dieta, nenhuma, não existe e nunca vai existir, pelo menos enquanto o Joio for Joio. Esse Joio que eu conheço não vai ter. Não vamos fiscalizar. Nem quem trabalha com a gente nós fiscalizamos, se toma ou não alguma coisa, que de repente estamos contando nas reportagens que é produzido por uma empresa que faz X ou Y. Não nos sentimos nem habilitados, nem no direito de fazer isso.

Agora, podemos ser vistos como alguém que pega no pé de quem tem muito poder, porque entendemos que o poder exagerado é embrutecedor e é, na sociedade em que vivemos, absolutamente desproporcional, esmagador. Entendemos que ele não deveria existir dessa forma, que essas distâncias e desigualdades monstruosas e abissais, não deveriam existir. O nosso papel como veículo jornalístico e politicamente falando, é tentar fazer o

nosso trabalho para que, ainda que seja um pouquinho, reduzir essas distâncias levando informação do jeito que levamos, do jeito que o Joio faz. De uma forma geral é isso. Podemos ser olhados de uma certa forma como um veículo que sim, está observando o poder o tempo todo e pode ser entendido como um fiscal, nesse sentido, do poder. Mas não nos vemos assim.

#### **24. Que impacto você considera que O Joio e O Trigo tem sobre o jornalismo?**

Completamos 6 anos agora. Continua sendo um veículo jovem. Olhamos e falamos: "Nossa como a gente envelheceu fisicamente". Porque o jornalismo envelhece, o tempo é cruel e o tempo como jornalista também. Mas aí olhamos e vemos que o veículo ainda é muito jovem e o que já influenciámos de jornalistas, ou porque vieram fazer diretamente oficinas e cursos com nós, ou porque realmente alguns veículos começaram a reproduzir nosso conteúdo sem nós pedirmos, alguns inclusive com problemas de não citação. E aí, a gente tinha que pedir "pô, tudo bem, podem publicar, é tudo aberto, mas dá o crédito", veículos grandes, inclusive alguns plágios mesmo, o que também é um indicador. Olhávamos e de repente uma matéria sobre alimentação no lugar que nunca tratou a alimentação de forma investigativa, com uma estrutura igual de uma matéria que publicamos. São vários tipos de influências. Hoje, vemos muitos jornalistas jovens chegando para nós querendo participar de oficinas. Fazemos muita coisa, mudou de 6 anos para cá, acabamos sendo mais conhecidos hoje nas faculdades de jornalismo, ainda está muito num eixo Sudeste-Sul. Aumentou um pouco para o Nordeste, Norte e Centro-Oeste, o Centro-Oeste, especialmente, porque temos tratado muito de cerrado. Mas somos mais conhecidos hoje, até porque os professores de jornalismo têm nos levado muito para dentro das faculdades e dentro das redações também. Algum tipo de influência temos sim e a principal delas, se você for dar uma olhada nos veículos hoje, sejam veículos independentes ou veículos corporativos, você vai ver que a alimentação ganhou outra dimensão na agenda do jornalismo brasileiro. Mudou muito. Inclusive se você vai pegar projetos que estão até na mesma associação que a gente, que é a Associação de Jornalismo Digital (Ajo), tem projetos que estão nesse pacote dos independentes que antes não tratavam de alimentação e que hoje estão conseguindo inclusive financiamento para tratar a alimentação. Alguns veículos tradicionais que estão lançando especiais de alimentação, atrás de especiais, alguns inclusive financiados pelo agronegócio, que são respostas institucionais ao nosso trabalho, sabemos. Enfim, interferimos bastante.

**25. Quais são os maiores desafios para motivar leitores a se sentirem parte de uma questão social como a alimentação e se sentirem capazes de consolidar mudanças?**

Manter contato com a realidade dessas pessoas, de alguma forma, ainda que não seja diretamente o lugar que a pessoa vive, fazer com que ela se identifique com o que ela está vendo em outra comunidade, mas que tem pontos de contato com a comunidade em que ela vive, por outra pessoa, mas que tem ponto de contato com a vida dela, da família dela. Apesar de todos os dados, pesquisas e livros que lemos, o tanto que estudamos precisamos ter sempre em mente essa centralidade da identidade, do pertencimento. As histórias têm que ser contadas a partir dessas duas coisas: da identificação e do do pertencimento. Se não, nós não conseguimos despertar a motivação em ninguém, ainda mais em um mundo como o de hoje em que é tudo tão acelerado e o nível de informação chega a ser tóxico, você não consegue motivar alguém para parar e pensar em jornalismo sistêmico. Isso é bom para gente definir e pra poder explicar o que somos, mas é senso de identidade e de pertencimento total.

**26. Qual é a função do jornalismo hoje e como você acha que o Joio cumpre esse papel?**

Bom, a função do jornalismo hoje, eu não estou dizendo que ela é, existem muitos bons veículos e eu quero deixar isso aqui muito destacado, não estou falando como se o Joio fosse um oásis, existem muitos outros bons veículos no Brasil, ainda bem, vários veículos independentes, vamos continuar usando esse termo. Existem muitos bons no Brasil e fora do país também muitas iniciativas boas de jornalistas que se perturbaram, que se encheram dos lugares onde estavam, assim como eu e o João e foram criar projetos próprios e estão aí super bem e tem um papel excelente, que é um papel de democratizar a informação e informação também é conhecimento. Então, você está democratizando o conhecimento também, ao contrário do que muitas pessoas acham, que jornalismo não é conhecimento, é sim. Inclusive com alguns veículos que não cumprem obrigações constitucionais de fazer da comunicação um conhecimento, como os veículos que têm concessões de radiodifusão. Esses não cumprem as funções e muito do jornalismo tradicional e corporativo, mesmo aqueles que não têm concessões de radiodifusão, ainda estão nessa lógica. É o clickbait, é o caça clique e a desinformação. Não que fake news nunca tenham existido, elas sempre existiram, só que agora com a internet a massificação disso é algo nunca visto. A função do jornalismo se tornou ainda mais importante do ponto de vista dessa frente de combate. Mas, de novo, o

jornalista tem que estar fora do pedestal cada vez mais, porque hoje não é o diploma que garante que você seja alguém com capacidade de transmitir uma informação de boa qualidade. Muita gente que não tem diploma de jornalista, sempre teve essa história, e hoje em dia com com outras possibilidades que as novas tecnologias trouxeram umas muito ruins, mas tem outras que também são muito boas, existe muito conteúdo de qualidade sendo feito por aí com um olhar jornalístico, não necessariamente feito por jornalista. Então, tem esse papel sim de estar na linha de frente do combate a desinformação, tem que estar na propagação do conhecimento, mas para isso tem que pisar na terra batida como todo mundo.



**APÊNDICE C - SEQUÊNCIAS DE ANÁLISES DA ENTREVISTA**

<b>Sequência de análise</b>	<b>Conteúdo</b>	<b>Tema</b>
S01	O Joio acontece como uma expressão de insatisfação com os dois jornalismo com os quais eu trabalhei, e que o João Peres, que é o outro fundador, trabalhou.	Apresentação
S02	A gente acabou saindo da Rede Brasil Atual numa situação de bastante desconforto que já vinha com outras publicações independentes com as quais tínhamos trabalhado. Na época, nem usávamos muito esse termo "independente", era mais "mídia alternativa", na falta de um nome melhor, mas alternativa ao que já é uma outra história e exige uma outra conversa. Nesse momento, saímos bastante insatisfeitos porque vimos que a mídia dita independente à época reproduzia muito dos mecanismos que a gente via dentro das corporações midiáticas, que já conhecíamos de trabalhar, de ser leitor ou ouvinte, e de amigos que ainda atuavam nessas mídias. Começamos a ver como esses problemas estavam muito parecidos, inclusive nas relações trabalhistas, e também do ponto de vista da questão de como tratar o jornalismo. Cada vez mais preocupados em responder as demandas com imediatismo e urgência, que é própria desses tempos de plataformas sociais, que em 2014 já tinham uma efervescência, já era um momento pós blogs e mais de plataformas sociais, como o Facebook, e percebemos que estava indo para esse caminho e, não só lá na Rede Brasil Atual, mas em outros veículos em que havíamos trabalhado ou que tínhamos contato.	Apresentação
S03	E aí falamos: "cara, não é isso". Nós não acreditamos em parcialidade, nunca acreditamos, mas entendíamos que era possível fazer um jornalismo isento ou não político partidário. Político sempre, porque o jornalismo é por si só um instrumento político e um instrumento da política, muitas vezes de uma maneira ruim e outras tantas de maneira boa, e entendemos que dava para fazer e tinha espaço para isso. A gente estava vendo nascer algumas iniciativas como A Pública, que acabou sendo a grande referência naquele momento, e era a hora da gente se sacudir também, já que essa oportunidade de nós sairmos apareceu.	Apresentação
S04	No momento, é claro, teve toda uma insegurança, porque até então, nós éramos trabalhadores de carteira assinada e aí saímos para arriscar, abrir uma empresa e ver no que dá. Seria lindo eu te falar "olha o Joio nasceu logo no estalo",	Apresentação

	<p>não, mentira. Na verdade, abrimos uma empresa de comunicação e no começo foi atirar para vários lados para pagar as contas, só que nós atiramos para vários lados para poder pagar o jornalismo que estávamos fazendo, já na época.</p>	
S05	<p>E aí a gente propôs um site de jornalismo investigativo sobre alimentação no país, que não tinha. Você pode pontualmente ter uma matéria aqui outra acolá, mas um projeto dedicado a isso não tinha.</p>	Apresentação
S06	<p>A gente sentiu que existe essa lacuna, a gente pesquisou também para perceber que essa se confirmava.</p>	Apresentação
S07	<p>eu não vou dizer para você que estávamos absolutamente preparados para lidar com alimentação, que de repente já tinha virado para nós um objeto de vontade, não tinha.</p>	Apresentação
S08	<p>nós tínhamos, na verdade, como objetivo criar uma espécie de observatório das corporações, isso já desde a saída da RBA, em 2014, nós já vínhamos debatendo que era necessário que o jornalismo brasileiro passasse a olhar de forma sistêmica e sistemática para o poder privado.</p>	Apresentação
S09	<p>Temos muito poder público, pouquíssimo poder privado, como se não fosse parte do mesmo problema, da mesma questão sistêmica.</p>	Apresentação
S10	<p>É preciso ter a mesma Lupa para poder privado ou até uma lupa maior</p>	Apresentação
S11	<p>precisamos suprir essa lacuna.</p>	Apresentação
S12	<p>E aí, vem a alimentação e falamos: "está aí cara, é isso, a alimentação pode não ser nesse momento o nosso sonho, mas olha o tanto de possibilidades que por meio da alimentação podemos fazer jornalismo". Quando fomos conhecer o universo da alimentação mais de perto, foi fantástico, nos apaixonamos.</p>	Apresentação
S13	<p>E aí os financiamentos começam a aparecer como consequência disso, da capacidade de investigativa, de pensar o jornalismo sistemicamente, mas também de ter essa abertura para dialogar com novidades.</p>	Apresentação
S14	<p>temos um espaço no Joio que chamamos, de uma forma mais vulgar, que é o nosso espaço de piração, de viajar e de pensar da forma mais imaginativa possível e a convivência com artista ajuda muito nesse sentido</p>	Apresentação

S15	A gente olhava lá atrás também com essa preocupação e pensava: “será que isso não é nichado até demais para o que queremos?”. Até que entendemos que a alimentação é algo tão grande e que dialoga com tantas outras áreas, com tantas temáticas e com tantas questões existenciais, filosóficas, sociológicas, antropológicas, políticas, econômicas e culturais, que poderíamos falar de alimentação e falar sobre todo o resto que vem com ela ou que surge dela, a partir de um olhar mais sistêmico, mais estrutural.	Apresentação
S16	acabou que para nós algo que, inicialmente, parecia muito nichado, nos permitiu o contrário, fazer um movimento de falar de muitos assuntos que gostaríamos de falar a partir da alimentação e ter esse olhar ampliado.	Apresentação
S17	a alimentação como principal instrumento muitas vezes de opressão e de supressão.	Apresentação
S18	Essa apreensão que a gente teve inicialmente com ser muito nichado, ela não se comprovou. Na verdade, ela mostrou que era o contrário e mostrou, não só para nós, uma possibilidade para poder explorar toda essa gama de coisas, mas se mostrou também para as pessoas que nos acompanham, que foram se convencendo que somos hoje muito mais uma referência investigativa no mundo corporativo, que era bastante do que nós queríamos, do que propriamente algo nichado em alimentação.	Apresentação
S19	A motivação continua sendo essa, explorar esse universo que é infinito.	Apresentação
S20	Nós batizamos internamente de "jornalismo sistêmico". Partimos de um conceito de análise sistêmica, que é algo que já existe, então não inventamos nenhuma roda,	Apresentação
S21	Entendemos que era preciso aplicar algum tipo de conceito de análise sistêmica para poder observar diversas camadas e conseguir conectar esses vários elementos, inclusive as camadas menos visíveis, menos observáveis no primeiro momento para nós como jornalistas e depois para quem vai receber o material que nós produzimos. Batizou-se de sistêmico, mas também falamos em jornalismo investigativo.	Apresentação
S22	mas de uma forma geral para quem observa de fora é jornalismo independente. Mas eu te confesso, que talvez seja um preciosismo da minha parte, mas essa expressão me incomoda um tanto, porque independente de quem e do que? Me parece vaga assim, sabe? Do que nós somos	Apresentação

	independentes? Se nos propomos como "jornalismo sistêmico", que está sempre conectando as coisas, somos interdependentes.	
S23	um termo que me agrada muito é "isenção". Isenção de interesses pessoais, de interesses escusos, de interesses que não que não deveriam pertencer ao debate público, a agenda pública e tal.	Apresentação
S24	uma diferença em relação ao jornalismo tradicional é a profundidade	Apresentação
S25	Não temos nenhum problema com continuidade e com voltar para temas que já cobrimos, pelo contrário, temos tudo a favor da continuidade. Compreendemos que a continuidade é parte desse jornalista sistêmico e a profundidade também	Apresentação
S26	o nosso objetivo maior é a interferência no debate público, na agenda pública.	Apresentação
S27	esse interceder, interferir, intervir de alguma forma, na agenda pública, no debate público é o que nos marcou muito.	Apresentação
S28	Recebemos muito elogio e recebemos bastante reclamação também, o que para mim é um indicador e tanto.	Apresentação
S29	eu não vou dizer que nós resolvemos, vou dizer que nós contribuímos, até porque não é o jornalismo resolve no fim das contas, quem pode resolver – ou deveriam resolver – são outros agentes, mas eu acho que nós contribuímos para encontrar resoluções para questões como preservação de culturas alimentares, soberania alimentar, preservação dos próprios povos que preservam essas culturas, para a questão do ambiente,	Apresentação
S30	Denunciar isso é muito importante para entender outras camadas do problema ou para ir aprofundando.	Apresentação
S31	Dá para apontar soluções por aí também, se nós conseguirmos olhar para as	Apresentação
S32	Mas não trabalhamos exatamente com urgência de publicação, temos um planejamento de publicações para o ano todo, temos normalmente meses para apurar cada situação.	Apresentação
S33	algo que nós temos com os nossos financiadores, por exemplo, são linhas demarcatórias. Nós vamos conversar	Financiamento

	sobre o projeto como um todo e nós vamos alinhar se nossas bandeiras são as mesmas, se temos pontos em comum para poder aceitar o financiamento de vocês e para vocês também perceberem que elas as bandeiras de vocês vão ser atendidas, óbvio.	
S34	na pauta, no editorial não tem discussão. O projeto filosoficamente está pronto, a partir daí o que vai se transformar em pauta não tem conversa. Essa é nossa demarcação.	Financiamento
S35	Nosso vínculo ideológico existe sim com as organizações que nos financiam, mas elas não nos pautam do ponto de vista de não nos tornar isentos a respeito de um governo, por exemplo.	Financiamento
S36	Essas iniciativas que lançamos são justamente para nos tornar cada vez mais autônomos, mas eles ainda são incipientes.	Financiamento
S37	Todos os nossos financiamentos são renovados de acordo com projetos,	Financiamento
S38	isso é fruto de um dos nossos cansaços com o jornalismo que eram as amarras de linguagem.	<b>Função:</b> informativa
S39	queríamos algo que fosse menos careta, menos sisuda. Porque o jornalismo em si já é uma coisa árdua, difícil. Para o jornalista, é árduo porque quem está fazendo jornalismo investigativo está lidando com temas sensíveis; para as fontes, que estão inseridas nesses temas sensíveis também é difícil, são histórias normalmente doloridas; e para quem está do do outro lado, que vai receber a informação, também não é uma experiência fácil. É um jornalismo que te obriga a dar uma parada.	<b>Função:</b> informativa
S40	era uma necessidade nossa, mas também entendíamos que era uma necessidade do outro receber algo que tivesse algum tipo de alívio. Eu acho que a nossa revolta, acho que revolta é a palavra, com os cânones do jornalismo serviu para trazer esse tipo de alívio, que veio pela ironia, pelo sarcasmo, com a gente estar dentro de uma situação dura, mas conseguir dar risada, não estou falando em relação ao outro, mas em relação a nós mesmos.	<b>Função:</b> informativa
S41	ironia voltado para o oprimido, claro, óbvio.	<b>Função:</b> informativa
S42	a piada é o que podemos mais machucar o opressor.	<b>Função:</b> informativa

S43	Quando eu falo de jornalismo autoral é um jornalismo que foge do formulaico, daquele formuláico preso a esses paradigmas que eu falei antes. É um jornalismo que identifica a pessoa que está escrevendo, diferente do jornalismo padrão das redações tradicionais, que ainda é muito duro e engessado, que se a assinatura da pessoa estiver ou não ali tanto faz, porque ela não está se expressando de verdade e não é culpa dela, é culpa de como sistema funciona.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S44	temos uma linguagem “joiana”	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S45	Se você é uma pessoa que, nessa conversa, contaria uma piada, por que você não contaria para o leitor ou no podcast?	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S46	Eu acho que tem muito a ver com essa coisa de um sistema em que vivemos hoje que é um sistema do cansaço, da exploração, as pessoas cada vez mais esgotadas e as pessoas encontram na ironia, no bom humor, formas de escapar pelo menos por um tempo, pelo menos ter um alívio em relação a isso.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S47	E muitas pessoas que nos acompanham, buscam também cutucar quem é poderoso a partir desse tipo de posicionamento mais irônico, mais sarcástico, mais bem humorado.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S48	se é uma ironia bem colocada, que tem um ajuste fino, que não está ali só por estar, mas que está ali porque ela serve a história, porque ela serve ao contexto, não é algo jogado lá simplesmente para fazer uma graça, ela serve sim para incomodar os mais poderosos. Sejam as corporações, seja a classe política que ao meu ao meu ver servem as corporações,	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S49	as pessoas gostam deste tipo de instrumento, desse tipo de narrativa porque elas se identificam.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S50	não foi inicialmente a intenção, criar identificação, é bom que fique claro, foi num primeiro momento realmente a quebra do cânone e foi essa forma de dentro do contexto de uma investigação você fazer ironia servir aquele propósito maior de realmente você mexer com as pessoas que detém o poder.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S51	Algo que surgiu desde o começo foi se importar em tornar o conteúdo mais leve em alguns momentos, dar um respiro	<b>Função:</b> <b>informativa</b>

S52	Sentimos, eu e o João, que era muito importante tirar o jornalismo e o jornalista do pedestal e mostrar o quão humano e falho nós somos, e o quanto precisamos do outro para fazer as coisas. E também o quanto não somos dono da verdade, não somos dono da informação, não somos dono de história nenhuma	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S53	Foi sempre no sentido de dizer: "tem gente fazendo essas paradas". Elas surgem em processos humanos, como quaisquer outros, o jornalista não é um ser que está em uma montanha sentado e de repente cai um raio de inspiração e o ele vai lá escreve uma matéria.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S54	A informação não é uma exclusividade nossa.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S55	Era algo que já nos incomodava, isso do jornalista estrela, como um personagem, isso sempre nos incomodou	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S56	Eu sempre achei que era importante humanizar essa relação, mostrar que o nosso processo de trabalho não é melhor do que o de ninguém, não é superior a outras profissões.	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S57	Também tem um outro que é mostrar o quão difícil é fazer	<b>Função:</b> <b>informativa</b>
S58	não existe história se não houver boas fontes,	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
S59	Essas fontes podem ser pessoas, podem ser fontes documentais também, mas preferencialmente, temos que ter fontes pessoas, fontes vivas.	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
S60	as fontes que trazem as histórias delas, que compartilham as histórias delas a partir da subjetividade, da sensibilidades delas, tu tem um um valor gigantesco.	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
S61	Se nós não acreditamos em parcialidade, não acreditamos em neutralidade, não faz sentido pensarmos que a fonte não tem nenhum tipo de subjetividade colocada naquela informação que ela nos transmitiu.	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>
S62	Algo muito importante para nós aqui, que é um valor, nós não partimos de hierarquia de saber normatizado. Se o cara é pesquisador da Universidade X ou Y, do Norte de Londres, ele não é melhor do que um representante de um povo tradicional que não tem nenhum olhar midiático.	<b>Função</b> <b>pedagógica</b>

S63	O jeito que o jornalismo tradicional trata o especialista, via de regra, é para referendar aquilo que o veículo quer dizer, para validar uma matéria que, de repente, o próprio jornalista poderia ter investigado e falado a respeito, mas tem que ter uma aspas de especialista para dar algum tipo de referenda.	<b>Função pedagógica</b>
S64	Você só precisa de um estudioso de um pesquisador porque ele vai agregar aquilo que você já conhece.	<b>Função pedagógica</b>
S65	Em um primeiro momento, eles eram nossas fontes predominantes, mas isso era resultado do movimento de formação que tínhamos feito. Nós sabíamos desde o começo, que não poderia e nem deveria ficar restrito a isso,	<b>Função pedagógica</b>
S66	passamos a abordar a ciência que eles faziam e a sistematizar esses saberes científicos de uma forma jornalística que eles precisavam	<b>Função pedagógica</b>
S67	Acaba sendo uma via de aprendizado duplo, o pesquisador com quem aprendemos muito e o jornalismo também está ensinando alguma coisa para esses caras.	<b>Função pedagógica</b>
S68	Então, essas fontes acabaram predominando por um tempo, mas hoje elas já não são dominantes como eram antes. Hoje, temos muitas fontes que são lideranças de povos tradicionais, de movimentos sociais, muitas não lideranças também, pessoas que são mais invisíveis nesses movimentos, muita gente de organizações da sociedade civil, mas não as que nos financiam, organizações pequenas, muitas que estão aí brigando nos interiores da vida. Então, hoje está mais distribuído.	<b>Função pedagógica</b>
S69	nos processos de checagem buscamos confirmações e isso se dá pelas fontes e pelos nossos estudos,	<b>Função pedagógica</b>
S70	é um conjunto de várias coisas e, a depender da pauta, vamos buscar uma solidez, digamos assim, de confirmação nas fontes que são adequadas para aquele momento, e às vezes não é o pesquisador que vai fazer isso.	<b>Função pedagógica</b>
S71	Acabar com o capitalismo.	<b>Função pedagógica</b>
S72	ao mesmo tempo, a gente tem que se adequar à realidade, à concretude das coisas. Mas entendemos que não é possível aquilo que o capitalismo propõe,	<b>Função pedagógica</b>



S73	precisamos quebrar primeiro um paradigma: de que não é possível viver sem esse ritmo e essa fúria produtiva	<b>Função pedagógica</b>
S74	A solução que oferecemos no Joio é voltar a essas raízes em algumas coisas.	<b>Função pedagógica</b>
S75	E isso tem que estar em política pública, o estado deveria ser um fomentador e um indutor dessas coisas. É nisso que nós batemos bastante.	<b>Função pedagógica</b>
S76	Agora, é preciso lucrar tanto?	<b>Função pedagógica</b>
S77	o que nós criamos no Joio, entendemos que só o jornalismo stricto sensu não dá conta disso. Por isso essa conexão com Jornalismo e Arte, e a nossa conexão com Jornalismo e Educação	<b>Função pedagógica</b>
S78	Nós sempre apontamos os nomes, sejam empresas, sejam políticos, seja poder público, seja poder privado, seja um pesquisador que foi cooptado pela indústria, seja uma universidade inteira que foi cooptada pela indústria, pelo sistema financeiro, sejam as organizações de fachada que se colocam como organizações que vão defender essa cidade civil, mas que estão defendendo interesses do setor privado, e por aí vai. A gente dá os nomes.	<b>Função política</b>
S79	trazemos boas iniciativas para apontar que há caminhos, mas é uma questão que nós pensamos em ampliar, mas ainda não definimos como.	<b>Função política</b>
S80	não queremos por um caminho raso	<b>Função política</b>
S81	Você traz ali soluções porque é importante apontar caminhos e propostas, mas inicialmente não é para isso que no nosso jornalismo está posto, mas fazemos por opção política. Agora construir uma via mais pavimentada, mais bem articulada para apresentar um Jornalismo de Soluções, só quando tivermos condições, em vários sentidos, de fazê-lo de forma tão bem estruturada, aprofundada e sistêmica como fazemos o jornalismo de denúncia.	<b>Função política</b>
S82	Não, eu acho que vigilância não. Eu acho que vigilância, para te confessar, é uma palavra que nos incomoda um pouco, porque a vigilância nos remete a controle e longe de nós, se tem algo que não queremos é controlar alguém.	<b>Função política</b>

S83	E menos ainda a sociedade que a gente quer propor, é mostrar aquilo que está, como eu disse lá atrás, que não está visível em uma primeira camada, a gente quer apontar o problema, mas fazendo as conexões por meio dessa avaliação sistêmica das coisas. Queremos apontar os problemas, conectá-los, voltar às origens, tanto dos problemas como das soluções ainda que, as soluções tratamos em uma escala muito menor, mas estamos sempre discutindo essa soluções,	<b>Função política</b>
S84	Eu acho que temos esse papel de denúncia sim, mas é uma denúncia que eu chamaria de uma denúncia propositiva no sentido de falar "olha para isso aqui", é uma denúncia que pede um olhar, não é uma denúncia de denunciamento, é uma denúncia que é feita a partir de todas de toda uma análise sistêmica que fazemos conectando os problemas	<b>Função política</b>
S85	Nos que tem muito poder, sim estamos de olho nesses caras. Mas não temos a pretensão de fiscalizar hábitos de consumo das pessoas ou indicar dieta, por exemplo,	<b>Função política</b>
S86	Agora, podemos ser vistos como alguém que pega no pé de quem tem muito poder, porque entendemos que o poder exagerado é embrutecedor e é, na sociedade em que vivemos, absolutamente desproporcional, esmagador.	<b>Função política</b>
S87	O nosso papel como veículo jornalístico e politicamente falando, é tentar fazer o nosso trabalho para que, ainda que seja um pouquinho, reduzir essas distâncias levando informação do jeito que levamos, do jeito que o Joio faz.	<b>Função política</b>
S88	Podemos ser olhados de uma certa forma como um um veículo que sim, está observando o poder o tempo todo e pode ser entendido como um fiscal, nesse sentido, do poder. Mas não nos vemos assim.	<b>Função política</b>
S89	Mas somos mais conhecidos hoje, até porque os professores de jornalismo têm nos levado muito para dentro das faculdades e dentro das redações também. Algum tipo de influência temos sim e a principal delas, se você for dar uma olhada nos veículos hoje, sejam veículos independentes ou veículos corporativos, você vai ver que a alimentação ganhou outra dimensão na agenda do jornalismo brasileiro.	<b>Função política</b>
S90	Alguns veículos tradicionais que estão lançando especiais de alimentação, atrás de especiais, alguns inclusive financiado pelo agronegócio, que são respostas institucionais ao nosso trabalho, sabemos. Enfim, interferimos bastante.	<b>Função política</b>

S91	Apesar de todos os dados, pesquisas e livros que lemos, o tanto que estudamos precisamos ter sempre em mente essa centralidade da identidade, do pertencimento. As histórias têm que ser contadas a partir dessas duas coisas: da identificação e do do pertencimento. Se não, nós não conseguimos despertar a motivação em ninguém, ainda mais em um mundo como o de hoje em que é tudo tão acelerado e o nível de informação chega a ser tóxico, você não consegue motivar alguém para parar e pensar em jornalismo sistêmico.	<b>Função política</b>
S92	muitas iniciativas boas de jornalistas que se perturbaram, que se encheram dos lugares onde estavam, assim como eu e o João e foram criar projetos próprios e estão aí super bem e tem um papel excelente, que é um papel de democratizar a informação e informação também é conhecimento.	<b>Função política</b>