

A notícia contada, explicada e conversada: colaboração e mediação no jornalismo praticado em podcast no Brasil

The news as told, explained, discussed: collaboration and mediation in journalism podcast in Brazil

Felipe Moura de Oliveira¹
felipecomunica@gmail.com

Barbara Nickel¹
barbara.nickel@gmail.com

Janaína Kalsing¹
janainakalsing@gmail.com

RESUMO

De abrangência inicialmente limitada, os podcats jornalísticos têm sua popularidade impulsionada no Brasil a partir de 2019 quando, por exemplo, o Portal G1 lança seus programas. Até então, produções independentes como o podcast Mamilos lideravam rankings de audiência no segmento. Neste artigo, partimos de dados coletados em redes sociais digitais durante a construção da pauta de um episódio do podcast Mamilos com o objetivo de compreender como se dá a colaboração entre produtores e ouvintes. Preliminarmente, a suspeita é que o podcast favorece ao jornalismo a função de “mediação qualificada” (REFERÊNCIA 1, 2018; 2019) e, conseqüentemente, ao “encontro” dialógico (RESENDE, 2009). O limite, no entanto, transcende o formato; reside na necessidade de revisão do campo sobre práticas convencionais com vistas a uma formação que permita ao jornalista exercê-la plenamente.

Palavras-chave: Jornalismo. Podcast. Mediação qualificada.

ABSTRACT

Initially limited in scope, journalistic podcats have their popularity boosted in Brazil from 2019 when, for example, Portal G1 releases its programs. Until then, independent productions such as the Mamilos podcast led audience ratings in the segment. In this article, we start from data collected on digital social networks during the construction of the agenda for an episode of the Mamilos podcast in order to understand how collaboration between producers and listeners takes place. Preliminarily, the suspicion is that the podcast favors to journalism the function of “qualified mediation” (REFERÊNCIA 1, 2018; 2019) and, consequently, to the dialogic “encounter” (RESENDE, 2009). The limit for that transcends the format; it resides in the need to revise the field on conventional practices to a training that allows the journalist to fully exercise it.

Keywords: Journalism. Podcast. Qualified mediation.

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Av. Paulo Gama, 110 – Farroupilha, Porto Alegre (RS).

Introdução: fenômeno em expansão

O lançamento dos podcasts do G1, portal de notícias do Grupo Globo, em agosto de 2019, sinaliza e, ao mesmo tempo, impulsiona o crescimento do formato no Brasil. Enquanto nos Estados Unidos os veículos de mídia tradicionais desde cedo o adotaram, por aqui esse território foi primeiramente ocupado por produtores independentes. Mamilos, um dos pioneiros, lançado em 2014, atingiu em pouco tempo o status de mais ouvido em conteúdo jornalístico entre os brasileiros – posto que *Café da Manhã*, do Grupo Folha, e *O Assunto*, do G1, tomaram após seus lançamentos.

Partimos, assim, do fenômeno Mamilos para identificar características de colaboração (PRIMO, 2005; MURTA, 2016) que agora passam a ser apropriadas por veículos tradicionais. Tomando como ponto de partida um procedimento de coleta de dados inspirado pela Teoria Fundamentada (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), observamos manifestações em torno do processo de construção de pauta nos canais de publicação, divulgação e conversação de um episódio, no qual uma das apresentadoras com frequência menciona que tem o papel “mais de construir pontes do que de provar pontos”: “Ela permite ao pesquisador que foca um fenômeno bastante novo que tenha a chance de experimentar o campo empírico, observando os novos elementos e construindo suas percepções através da análise e reflexão sistemática dos dados” (p. 87).

Há um fortalecimento do podcast no Brasil, ainda que seja difícil estabelecer números consistentes sobre a quantidade de ouvintes, principalmente pela distribuição descentralizada em plataformas de streaming. Pesquisa divulgada pelo Ibope (2019) aponta que, no país, dos cerca de 120 milhões de internautas, 40% já ouviram podcast (50 milhões). Por outro lado, 32% dos internautas (38,4 milhões) nem sabem o que é. A título de comparação, nos Estados Unidos esse número sobe para 70%.

Sobre o perfil dos consumidores brasileiros, jovens, homens e integrantes das classes A e B são os principais interessados. Entre os homens, 45% já ouviram podcast ao menos uma vez; entre as mulheres, o índice cai para 36%. Em relação à frequência, 19% (16 milhões de internautas) ouvem três vezes ou mais por semana. Ao todo, 21,5 milhões têm o hábito de ouvir ao menos uma vez a cada sete dias. Por outro lado, 43% não costuma ouvir com regularidade. Os podcasts são ouvidos, em geral, enquanto o internauta faz outras atividades, e a preferência é por episódios curtos, com o objetivo de

aprender e adquirir conhecimento.

O celular é o equipamento mais usado: três em cada quatro ouvintes (75%). Depois, o computador (40%) e o tablet (8%). A plataforma mais utilizada é o YouTube, por 42% dos entrevistados; a seguir, o Spotify, com 32%. Ambas detêm 74% do público brasileiro.

Sobre os produtores, levantamento da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod, 2018) apresenta um cenário ainda pouco profissional: 73,5% dos podcasters gravam os programas em casa, sem qualquer ambiente especial, e 26,7% atuam em casa, mas improvisando um estúdio. Apenas 1,5% dos produtores alugam um estúdio profissional. A pesquisa também aponta que a produção é predominantemente masculina: 87,1% dos podcasters são homens.

No âmbito acadêmico, Couto e Martino (2018) pesquisaram 35 teses e dissertações defendidas entre 2006 e 2017 no Brasil e detectaram que ainda não há um consenso a respeito do que é um podcast, e mesmo o nome é questionado por alguns investigadores. Aliado a isso, a abordagem teórica provém, sobretudo, de estudos de rádio e pesquisas sobre mídias digitais, mas sem especificar de maneira completa as características que permitissem delimitar as diferenças entre um podcast e outras formas de produção e circulação da comunicação - e, em especial, seu uso para fins de exercício do jornalismo.

Ao encontro do prognóstico de Berry (2016), também compreendemos que a produção de podcast, ao que tudo indica, avança para um período de credibilidade e estabilidade, que pode atingir a maturidade a depender dos desdobramentos e da solidez do fenômeno. Tanto que, para Bonini (2015), o podcasting entrou em nova fase de sua evolução, na qual começa a gerar um mercado que não é mais apenas complementar ao rádio, e sim alternativo, caracterizado pela profissionalização da produção e normalização do consumo. Essa fase, denominada “segunda era do podcasting”, surge nos Estados Unidos, em 2012, quando alguns dos famosos podcasts do rádio público norte-americano tornaram-se independentes das emissoras de origem. Ainda, se distingue da fase anterior pela transformação do podcasting em prática produtiva comercial e em um meio de consumo massivo.

Lindgren (2016), ao analisar o cenário estadunidense, sustenta que há uma consolidação do formato de storytelling. Para ela, um meio que privilegia o som e a voz favorece narrativas pessoais em áudio. A autora atribui a popularidade do formato narrativo em podcasts ao envolvimento dos apresentadores, que utilizam uma abordagem mais pessoal ao contar as histórias.

No esteio da perspectiva que resulta da leitura de Berry (2016) e Bonini (2015), conferimos ao podcast, como tecnologia, certa autonomia em relação ao seu uso pelo jornalismo, suspendendo-o, provisoriamente, da sua compreensão como evolução tecnológica do radiojornalismo – embora reconheçamos sua importância nos estudos do campo na contemporaneidade.

Para o exercício em curso, escolhemos a interação com ouvintes do Mamilos na construção de pauta do episódio #111 – Interações involuntárias: problema ou solução?, publicado em 10 de junho de 2017. Optamos pelo Mamilos por tratar-se de conteúdo jornalístico e por ser um dos pioneiros com este propósito; pelo episódio, porque é gravado e publicado antes da profissionalização das criadoras e apresentadoras (Cristiane Bartis e Juliana Wallauer), em 2019, e da decorrente monetização direta do produto, o que avaliamos que permite perceber práticas independentes em relação ao circuito tradicional de financiamento em jornalismo – além da natureza do tema, que demanda esforço de mediação em razão da sensibilidade e da polêmica no seu entorno.

Também se configuram como subsídios empíricos à reflexão a página que o Mamilos mantém na internet: www.b9.com.br/shows/mamilos (sobretudo informações de apresentação do podcast); informações colhidas de outros episódios; e o texto do próprio episódio cujo processo de construção de pauta dá lastro à análise propriamente dita.

Em síntese, a proposta em introdução suscita reflexões decorrentes de provocações à proposta do “agir cartográfico”, modelo teórico-metodológico para o exercício do jornalismo em rede, oferecida ao debate por Referência 1 *et. al* (2019) como forma de operacionalizar o conceito de “mediação qualificada”. Os autores sugerem uma inversão do fluxo de representação dos acontecimentos – e, em especial, “ciberacontecimentos” (HENN, 2014) – a partir da afetação que eles produzem sobre o sistema jornalístico, com três etapas, inspiradas na cartografia sentimental (ROLNIK, 2014): dimensão pré-individual; olhar vibrátil e atenção flutuante; e em busca do comum. Um caminho a ser percorrido ao longo do exercício da “mediação qualificada” ante a caoticidade que permeia o ambiente digital até a compreensão do acontecimento reportado – redundando em uma espécie de mapa que permite visualizar os diferentes agentes que compõem o acontecer em rede.

O texto começa pela tentativa de definir conceitualmente a “mediação qualificada” como estratégia para o enfrentamento da crise do jornalismo ante ao ambiente digital, e o esgotamento da noção mais canônica de notícia para este fim específico, e ao aporte teórico assentado na

filosofia da linguagem; segue à descrição do podcast Mamilos, do episódio em tela e dos processos de construção de pauta que o precedem; logo depois, categoriza o estrato empírico. A produção de inferências, então, tem base no cotejamento desse material à “mediação qualificada”.

Preliminarmente, a suspeita é que o podcast pode favorecer ao jornalismo a função de “mediação qualificada”, e ao “encontro” de que fala Resende (2009), com base no dialogismo de Bakhtin. Além do próprio propósito enunciado pelo Mamilos – “construir pontes” –, é emblemática a vinheta do Grupo Globo que anuncia seus podcasts: “Podcasts G1: a notícia contada, explicada e conversada”. O recurso aos verbos “explicar” e “conversar” denota um esforço de mediação para além do “contar” (associado à novidade, gene da notícia) e convida o público ao diálogo – seja na dimensão da produção seja do consumo, amalgamados.

O limite para o pleno exercício da “mediação qualificada”, no entanto, transcende o podcast como formato; reside na necessidade de revisão pelo jornalismo de práticas convencionais e princípios deontológicos, com vistas a uma formação – tanto do ponto de vista acadêmico quanto profissional – que permita ao jornalista exercê-la na esfera pública (re) conformada no ambiente digital.

Da crise à “mediação qualificada”

A proposta que vislumbra a “mediação qualificada” (REFERÊNCIA 1, 2018) como estratégia de enfrentamento ao colapso informativo instaurado ante ao ambiente digital (COSTA, 2019), e que impõe sobre o jornalismo – entre outros fatores – sua crise atual, é inspirada na compreensão mais clássica de mediação e incorpora a filosofia da linguagem como lugar epistemológico para o processamento da discussão. Ao debruçar-se sobre o conceito em Martín-Barbero (1997), Ollivier (2008) faz uma analogia com a diplomacia internacional: 1) há um conflito entre dois países; 2) um terceiro intervém como mediador; 3) o conflito é superado pelo acordo.

Na esfera pública de Habermas (2003), o jornalismo tratar-se-ia de uma atividade de mediação em busca do melhor argumento. O filósofo alemão, definindo o conceito, confere a ele centralidade na construção social da realidade: a esfera pública se concretizar-se-ia numa rede comunicativa; e seria o lugar em que se processa o bem-comum e o esclarecimento dos cidadãos, a partir da interação entre campos – também pela comunicação. Ao jornalismo caberia, então, nessa leitura, não apenas circular discursos, mas, sim, escrutiná-los.

Quando é pensado nessa perspectiva, o jornalismo tem importância fundamental para um projeto emancipatório de sociedade: ao produzir conhecimento, de modo a dotar os indivíduos de um saber de si, dotá-los de racionalidade comunicacional, os tornaria capazes de exercer a ação comunicativa com vistas ao bem-comum **habermasiano** e a consequente solução de conflitos sociais numa determinada esfera pública.

Historicamente, o que o jornalismo fez foi, ao contrário, legitimar a sua representação dos acontecimentos pelos preceitos que o definem como campo profissional e social outorgado “para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas” (FRANCISCATO, 2005, p. 167). Sempre arguiu técnicas de linguagem como a objetividade e a imparcialidade, por exemplo.

Resende (2009, p. 35-36) advoga que exatamente por ter fundação no que é considerado “real e na verdade como referentes, além de trazer a imparcialidade e a objetividade como elementos que operam sentidos, o discurso jornalístico tradicional [...] coloca à disposição do jornalista escassos recursos com os quais narrar os fatos do cotidiano”. Sobretudo ante ao conceito de instantaneidade (BRADSHAW, 2014), que marcou os primeiros passos do webjornalismo (MIELNICZUK, 2003) – e, mais recentemente, com a concorrência das redes sociais digitais –, a necessidade de rápida interpretação do acontecimento redundava no que Resende (2002) chama de “texto cego”, que não considera o outro (na sua dimensão filosófica) e não produz conhecimento. Reitera o *status quo*. A possibilidade do “encontro” (RESENDE, 2009), quando a narrativa jornalística seria capaz de produzir conhecimento novo, é alvissareira com o podcast em suspeição, e quando nele se intenta aferir o potencial para uma “mediação qualificada” na esfera pública.

Crítica e defesa dos preceitos que legitimam o jornalismo convergem pelo viés do que se pode considerar, sem nenhuma pretensão de prescrição, um dos caminhos possíveis para enfrentar a sua crise: um esforço teleológico de produção, com base na formação que atribui ao jornalista essa prerrogativa, de um signo capaz de representar os aspectos mais essenciais dos acontecimentos, aquilo que é possível da sua singularidade – também na perspectiva de Genro Filho (1989). O esforço proposto, que operacionalizaria a “mediação qualificada”, demanda, no entanto, um reposicionamento desses preceitos no estatuto do campo (REFERÊNCIA 1 *et. al*, 2019).

Imparcialidade e objetividade, por exemplo, saem

da dimensão da ontologia e passam a ser tratadas, a partir de uma construção eminentemente epistemológica, como parte da sua metodologia. Quem incita esse reposicionamento, no raciocínio em curso, é Ward (2010), quando, numa visada filosófica, ao tratar de jornalismo, separa a objetividade em três diferentes sentidos: “ontológico, epistemológico e processual” (p. 138-139). O fenômeno em si é da ordem da objetividade ontológica; uma tentativa de apreendê-lo passa pela construção epistemológica de métodos de investigação e verificação, escrutínio; métodos que dão forma à objetividade processual, na dimensão metodológica do estatuto do jornalismo (REFERÊNCIA 1, 2018).

É como dizer que a escolha da fonte que colaborará à compreensão da “internação involuntária” como acontecimento – no caso do Mamilos sobre o qual o artigo reflete a seguir –, ou dos relatos que mais atendem a esse propósito, deverá ser feita por meio da objetividade como método. Não por acaso, no episódio descrito a seguir são ouvidos um policial que lidou com situações de surto psicótico, um especialista em políticas públicas e psiquiatras. A escolha sobre quais serão os especialistas, contudo, é inevitavelmente atravessada pela subjetividade. Mas não sem rigor técnico; balizada pelo “agir cartográfico” de que falam Referência 1 *et. al* (2019) e manifestada na intenção das apresentadoras do podcast ao propor o tema do episódio: aferir a eficácia da medida ora em debate com vistas ao bem-comum (*lato sensu*) da sociedade brasileira.

Em meio à profusão de sentidos na esfera pública digitalizada, o jornalismo seria o sistema capaz de conferir inteligibilidade por meio do exercício da “mediação qualificada” – inclusive contribuindo, assim, ao combate das chamadas *fake news* e iluminando o ambiente de desinformação no qual são metabolizadas e espalhadas, produzindo efeitos concretos na sociedade (WARDLE, 2018). Para tanto, é preciso pensá-lo “como atividade própria de um espaço dinâmico em que se articulam estratégias de poder e como parte de um processo no qual representações e mediações são indissociáveis” (RESENDE, 2009, p.36). Ao fazê-lo, o outro é considerado no seu lugar dialógico.

Mamilos: “jornalismo de peito aberto”

O podcast Mamilos nasceu em novembro de 2014 e é apresentado pelas publicitárias Cristiane Bartis e Juliana Wallauer. Tem como objetivo estabelecer um diálogo entre a audiência e os especialistas convidados para falar sobre determinado assunto, geralmente polêmico, que tenha destaque no noticiário ou nas redes sociais. Nos

primeiros anos, as apresentadoras mantiveram sua atuação profissional como publicitárias e, paralelamente, como *hobby*, produziram, gravaram e publicaram o podcast semanal. Em maio de 2019, entraram no quadro societário da empresa B9, passando a dedicar-se exclusivamente à produção profissional de podcasts.

Até 6 de fevereiro de 2020, o Mamilos contava com 237 episódios. Entre os temas, “O preço da democracia”, “A felicidade é inútil” e “Alter do chão: paraíso em disputa”. Uma diversidade de temáticas abordadas em episódios que têm, em média, 120 minutos de duração, publicados sempre às sextas-feiras. Ao longo de 2019, foram 49, incluindo séries ou episódios individuais produzidos com patrocínio de empresas como Bayer, Natura e Allure.

No episódio #252, “Retrospectiva 2019”, as apresentadoras informam que alcançam, mensalmente, cerca de 1,5 milhão de ouvintes. Comemoram contratos de publicidade, em especial com o Banco Bradesco, e o suporte financeiro da audiência, que pode fazer doações mensais por meio do site Catarse. Esses recursos, segundo as apresentadoras, permitiram a contratação de duas pessoas: uma dedicada ao que descrevem como curadoria e roteirização de histórias; outra, à produção, o que proporcionou a participação de convidados qualificados, especializados ou identificados com os temas debatidos. Foram 146 pessoas à mesa ao longo de 2019, entre as quais jornalistas: Leandro Demori, editor-executivo do The Intercept Brasil, Renata Lo Prete, âncora do Jornal da Globo (TV Globo) e apresentadora do podcast O Assunto (Portal G1), e os populares nas redes sociais Juca Kfourir e Reinaldo Azevedo.

Com a premissa de oferecer um “jornalismo de peito aberto”, Mamilos propõe discussões em formato de mesa redonda: os convidados apresentam diferentes visões sobre um tema, visando a provocar reflexões e troca de conhecimento e vislumbrando pontos de conexão entre opiniões divergentes. O podcast segue a lógica de produção jornalística: o tema passa por apuração, os assuntos são da agenda atual da sociedade e há cuidado para trazer informação aos ouvintes. Na sua página na internet, afirma que o objetivo é “desenvolver um jornalismo construtivo, de soluções, não violento, com narrativas restaurativas. Um jornalismo de peito aberto, mais interessado em construir pontes do que em provar pontos”.

O Mamilos contava com perfis no Facebook (47 mil seguidores), no Twitter (69,5 mil seguidores) e no Instagram (121 mil seguidores) até 6 de fevereiro de 2020 – nas três redes sociais digitais pode ser encontrado como @mamilospod: além de divulgar os episódios

publicados, as apresentadoras interagem com o público, que sugere pautas e convidados e também critica ou elogia os episódios.

A construção da pauta: colaboração e diálogo

O recorte da observação – o processo de construção de pauta – é de interesse dos autores, que têm conhecimento prévio sobre rotinas de produção no jornalismo, tanto por experiência profissional quanto pelo envolvimento com as teorias do campo, cumpre informar, na medida em que “[...] o pesquisador não pode libertar-se completamente de suas pré-noções. Essas pré-noções são fundamentais, pois o pesquisador necessitará guiar a coleta de dados de acordo com a sua percepção” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 93).

A amostra atendeu, portanto, a intenção de observar interações claramente relacionadas a um processo jornalístico, enquanto outras – por exemplo, a partir de divulgação de episódios – poderiam trazer à luz outros aspectos relacionados à produção e ao consumo do podcast Mamilos. Pela limitação do volume de dados, quaisquer constatações retiradas deles não podem automaticamente ser ampliadas para outros podcasts; ou outros processos de construção de pauta que utilizem ferramentas de redes sociais digitais. Como caso, na tessitura da reflexão, manifesta-se como indício do que os autores aqui suspeitam ser uma tendência a aposta na “mediação qualificada” como estratégia para o enfrentamento da crise que se abate sobre o jornalismo ante ao ambiente digital.

O corpus é composto por postagens no Twitter e no Facebook publicadas em resposta à solicitação de colaboração para a pauta do episódio #111 – Internações involuntárias: problema ou solução?, publicado em 10 de junho de 2017. Foram coletados manualmente os tweets do perfil oficial do Mamilos, respostas de terceiros aos tweets do podcast e os comentários feitos na postagem do Facebook (de terceiros e do Mamilos). No Twitter, foram coletadas 48 postagens; no Facebook, 70. No total, 118.

Cabe esclarecer que não tivemos acesso ao grupo fechado de Facebook que discute as pautas. As únicas informações com as quais trabalhamos são dados públicos disponíveis no Twitter e no Facebook. O parâmetro utilizado para avaliar as contribuições do público é o próprio episódio, que foi ao ar cinco dias após a solicitação de colaboração para a pauta.

No dia 6 de junho de 2017, a página oficial do podcast publicou no Facebook (FIG. 1):

Destaca-se que a participação teria caráter de depoimento ou citação, ou seja, não se trata de encontrar uma fonte para participar do debate, mas de pessoas que possam acrescentar perspectivas ao conteúdo já planejado.

No mesmo dia foram publicados três tweets pelo perfil @MamilosPod, sendo dois retweets de posts de terceiros acrescidos de comentários e um retweet de um post do próprio perfil. A primeira menção à pauta foi um retweet de uma postagem de uma das apresentadoras, reforçando o pedido de indicações de possíveis fontes para entrevistas, especificamente de uma pessoa que fora internada e outra que havia tomado a decisão de internar um terceiro (FIG. 2):

Em seguida, uma pessoa pergunta se as internações em questão se referiam a casos de dependentes químicos ou pacientes psiquiátricos. O tweet, postado em resposta aos perfis @MamilosPod e @jwallauer, da apresentadora Juliana Wallauer, foi retuitado pelo perfil do podcast, como forma de esclarecimento, incluindo um comentário como resposta ao questionamento (FIG. 3):

No terceiro tweet do dia sobre o assunto, o perfil faz um retweet da sua primeira mensagem, acrescentando a solicitação de indicações de advogados que possam ser ouvidos como fonte, para esclarecimentos sobre questões legais. No dia seguinte, mais um chamado, agora solicitando colaboração dos ouvintes que já haviam reivindicado uma pauta sobre o tema “luta antimanicomial”.

Percebe-se que no Twitter as solicitações foram postadas de forma mais fragmentada, até mesmo pela limitação de caracteres da ferramenta. Como a postagem do Facebook permite edição, é possível que o texto original tenha sido editado para explicitar que o episódio pretende contemplar doenças mentais e abuso de drogas e que busca também um advogado. No Facebook, não há menção ao tema da luta antimanicomial, que foi contemplado no dia seguinte apenas no Twitter.

É importante notar que não podemos afirmar como é feito o processo de verificação das informações obtidas. A postagem do Facebook apenas sugere que a participação pode ser gravada via WhatsApp. O fato de que este processo não ocorre de maneira pública, é claro, não significa que ele não ocorra por outros meios. Trata-se, aqui, apenas de uma anotação no sentido de ressaltar que a apuração dos fatos é um dos principais pilares da prática do jornalismo (KOVACH, ROSENTHIEL, 2014). Tal reflexão ganha em importância, contudo, ao se discutir a construção de uma pauta, considerando o renitente questionamento a jornalistas sobre os interesses que determinadas fontes têm em divulgar suas informações ou

participar de uma entrevista (CHRISTOFOLETTI, 2008).

Diante do tema, mais especificamente da busca de fontes pelo podcast Mamilos e sua utilização de ferramentas de redes sociais, consideramos que é necessário um aprofundamento, com futuras entrevistas à equipe, para entender como são resolvidas tensões relativas à prática do jornalismo. Por exemplo: como é feita a verificação do depoimento recebido? Como é esclarecida a intenção da fonte especializada (advogados, por exemplo)? Questionamentos que não se pretende esgotar neste artigo – apenas apontar caminhos para a sua discussão.

Da tendência ao caos à mediação

Após uma primeira observação, foi percebida a necessidade de organizar os dados no que classificamos como “tipos de interação”, de acordo com o recurso usado pela pessoa que realizou o comentário. Dos 48 tweets coletados, 11 eram do próprio perfil do podcast e 37 eram respostas de outros usuários. No Facebook, de 70, 38 eram comentários feitos diretamente ao post original, 30 foram gerados a partir destes comentários e dois foram comentários da própria página do podcast, em resposta aos demais. Do total de 118 comentários, 13 têm autoria do podcast Mamilos e 105 de terceiros.

Chegamos a quatro categorias: *comentários fora do escopo da pauta*; *comentários relacionados ao tema da pauta*; *comentários sem assunto*; e *solicitações de colaboração* conforme a TAB. 1:

A maioria dos comentários analisados, tanto no Facebook como no Twitter, estão na categoria *Relacionados ao tema*, que compreende diversos tipos de manifestações que, se não atendem à solicitação de indicação de possíveis entrevistados, pelo menos se referem ao assunto proposto. Foi necessário criar subcategorias para analisar os comentários das duas categorias com maior número de ocorrência. É interessante observar que, no Twitter, 83% das respostas foram relacionadas ao tema proposto, enquanto no Facebook este percentual ficou em 57%. Olhando para o conjunto, os comentários relacionados ao tema somaram 68% do total. Pelo menos neste caso, usuários mostraram disposição para contribuir com a pauta.

Classificamos seis categorias internas aos comentários *Relacionados ao tema* (TAB. 2):

Nesse caso específico, notamos que o maior número de comentários relacionados ao tema é composto, de fato, de sugestões de possíveis fontes. Descrevemos estes comentários como *Sugestão ou intenção de sugestão*, pois foram recorrentes pessoas que mencionaram um terceiro



Figura 1. Comentário no Facebook.
Fonte: Captura de tela do Facebook (2020).



Figura 2. Postagem no Twitter @Mamilospod.
Fonte: Captura de tela do Twitter (2020).



Figura 3. Postagem no Twitter @mamilospod.
Fonte: Captura de tela do Twitter (2020).

	Facebook	Twitter	Total
Fora do espoco	14	5	19
Relacionado ao tema	40	40	80
Sem assunto	16	0	16
Solicitação de colaboração	0	3	3

Tabela 1. Classificação de ocorrência das categorias.
Fonte: Elaboração dos autores (2020).

	Facebook	Twitter	Total
Relacionado ao tema	40	40	80
Discussão sobre o tema	7	0	7
Depoimento pessoal	1	8	9
Elogio ao tema	4	4	8
Oferta de ajuda	1	5	6
Recomendação de conteúdo	5	10	15
Sugestão ou intenção de sugestão de fonte	19	8	27
Outros	3	5	8

Tabela 2. Classificação de ocorrências dentro da categoria “Relacionados ao tema”.
Fonte: Elaboração dos autores (2020).

usuário, questionando se ele poderia ajudar ou conhecia alguém que poderia ajudar.

No Twitter, observamos um caso em que a usuária se dispôs a ajudar, porém já havia passado o tempo hábil. Ela avisa que encaminhou um número de telefone pela ferramenta de mensagem privada, no entanto, o episódio já está gravado. O comentário é feito no dia da publicação. A comunicação assíncrona, aqui, é relevante para pensar o processo de interação. No Facebook, também observamos um caso de comentário em que a usuária deixa seu depoimento após a publicação. Neste caso, ela já ouviu o episódio e lamenta que só tenha visto a solicitação depois

da gravação (FIG. 4):

No Twitter, a principal categoria foi *Recomendação de conteúdo* relacionado à pauta que, se não respondiam diretamente à solicitação, poderiam enriquecer o debate (FIG. 5):

Como estamos utilizando os dados públicos e o conteúdo do próprio episódio, não podemos saber se os depoimentos de pessoas internadas e pessoas que decidiram internar terceiros que compõem o episódio surgiram ou não a partir das conexões geradas pelas solicitações da página. O episódio apresenta o depoimento anônimo de uma mulher que foi internada pelo pai, o depoimento

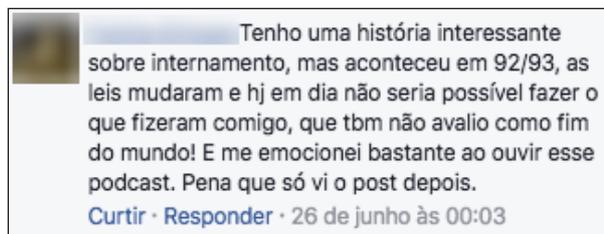


Figura 4. Comentário no Facebook.

Fonte: Captura de tela do Facebook (2020).

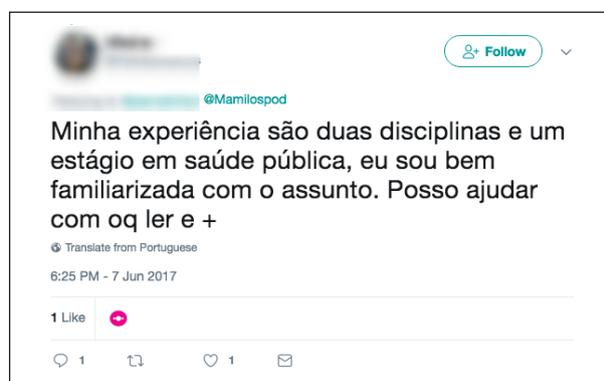


Figura 6. Tweet com oferecimento de ajuda com a pauta.

Fonte: Captura de tela do Twitter (2020).

de uma mulher que se identifica como Bárbara e conta que precisou internar a mãe contra a sua vontade e o de outra mulher anônima que passou por 10 internações voluntárias. Em relação a essa última, as apresentadoras mencionam que ela teve sua história contada pelo portal de notícias R7, do Grupo Record. Não fica claro como a equipe teve acesso a ela.

Ao longo do episódio, as apresentadoras mencionam o livro *Holocausto Brasileiro* (Intrínseca, 2019), da jornalista Daniela Arbex. A obra havia sido recomendada por um usuário no Twitter, mas as apresentadoras não fazem menção à colaboração. Outros conteúdos sugeridos por usuários do Twitter são mencionados em algum momento do episódio: o filme *Bicho de Sete Cabeças* (2001) e o célebre livro *O Alienista* (1882), de Machado de Assis. A participação dos ouvintes traz, em boa parte das vezes, comentários relacionados ao tema e que eles não aparecem diretamente no episódio.



Figura 5. Tweet citando livro Holocausto Brasileiro.

Fonte: Captura de tela do Twitter (2020).

Outra classificação criada foi *Oferta de ajuda*: no Twitter, coletamos um diálogo que iniciou com uma usuária dizendo que tinha conhecimento do tema e poderia ajudar. A oferta é aceita. Outra usuária diz que vai enviar um e-mail para que ela possa contribuir (FIG. 6):

Além destas, observamos uma conversação no Facebook em que o tema da pauta é discutido, porém, não são feitas sugestões, que classificamos como *Discussão sobre o tema*. Trata-se de um comentário sobre o assunto, como se o debate estivesse posto. A usuária refere-se à notícia que motivou a escolha do assunto da semana: pedidos de internação compulsória feitos pela prefeitura de São Paulo (SP). O assunto está em alta no noticiário e é interessante perceber que ele não tenha aparecido de forma ainda mais frequente entre as pessoas que se dispuseram a comentar. Ao não deixar evidente que a motivação da pauta havia sido a notícia, os perfis oficiais parecem ter se distanciado momentaneamente da discussão. Apenas na abertura do episódio é que as apresentadoras fazem essa referência.

A conversa abaixo gerou um total de sete comentários entre as duas debatedoras, mas aqui trazemos dois para exemplificar (FIG. 7):

Classificamos ainda uma sequência de tweets como *Depoimento Pessoal*. A usuária, nesse caso, conta a história de um primo que havia sido internado contra a própria vontade, durante uma crise de esquizofrenia, segundo o seu relato. Ela diz que foi um dos piores momentos da sua vida. Dias depois, o rapaz fugiu da instituição, foi encontrado, mas acabou morrendo em seguida. É um dos poucos comentários que gera resposta por parte do perfil oficial do podcast (FIG. 8):

Registramos também uma categoria *Elogio ao tema*: alguns dos comentários tinham apenas esse objeti-

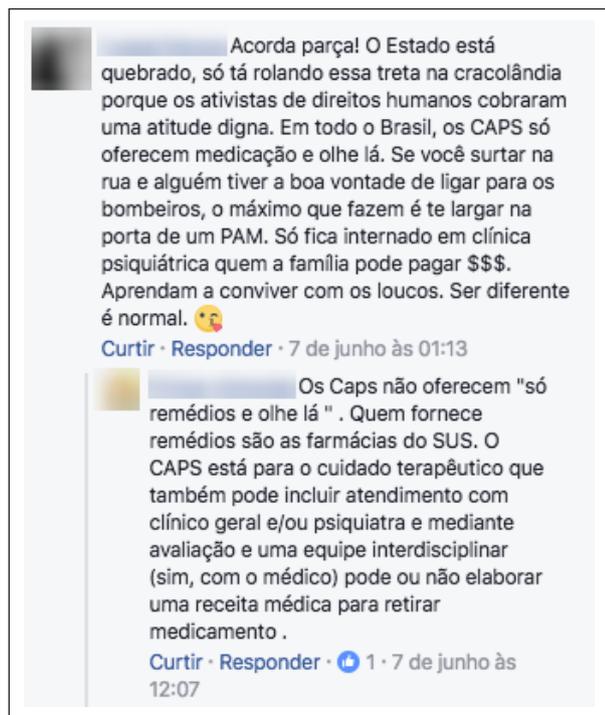


Figura 7. Comentários debatendo o tema no Facebook.
Fonte: Captura de tela do Facebook (2020).

vo, como um incentivo ao trabalho da equipe do podcast. Não encontramos críticas ao tema e nem ao podcast nos comentários coletados.

Não é incomum que os episódios iniciem com trechos de gravações de depoimentos pessoais ou declarações de especialistas. No episódio em questão, o tema é introduzido com o relato de um policial, identificado como Élcio, que “já trabalhou em diversas operações onde foi necessário intervenção sobre pessoas que estavam sob surto psicótico de uso de drogas”. Em seguida, fala Diogo Buzzi, “que ocupou a Secretaria de Combate às Drogas em Curitiba [...] para explicar os limites legais, o que pode e o que não pode em termos de internação e qual a diferença de internação involuntária e compulsória”. Os médicos psiquiatras Fernando Duarte e Marcelo Feijó estão à mesa, respondem às perguntas das apresentadoras e comentam os áudios previamente produzidos.

Uma boa parte do episódio tenta esclarecer como funcionam as internações involuntárias e compulsórias, como são permitidas, e as perspectivas legais e médicas. Discute-se a luta antimanicomial, considerando-se o processo de internação sob a perspectiva médica, social e familiar. Altay de Souza, psicólogo, pesquisador e apre-

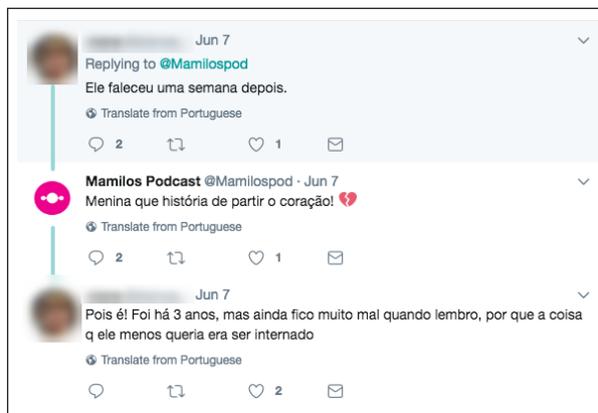


Figura 8. Tweets com depoimentos pessoais.
Fonte: Captura de tela do Twitter (2020).

sentador do podcast de divulgação científica Naruhodo!, também produzido pela B9, é convidado a explicar os efeitos de drogas como crack e cocaína no cérebro, em áudio previamente gravado com o objetivo de trazer à tona a discussão na ciência sobre a possível perda de autonomia por parte dos usuários; não é um comentário suscitado pelo episódio em si. Em outro áudio, o testemunho da médica psiquiatra Maria Carolina Pedalinho Pinheiro, que relata dois casos de pacientes que trazem à tona o impacto da falta de estrutura familiar ou amparo social para usuários de drogas.

Com cerca de duas horas de duração, o episódio levanta pontos importantes para complexificar a discussão para além das polarizações. Parte de um tema em alta nas redes sociais digitais e relevante nos noticiários, incorpora algumas abordagens que parecem surgir de ponderações da sua audiência, inclui relatos pessoais, traz discussões legais e médicas, além de levantar questionamentos éticos. Entre muitos elogios recebidos nas redes sociais após a publicação, uma crítica aparece: a ausência da perspectiva de um profissional da psicologia (afinal, os ouvidos são médicos psiquiatras) que tratasse do tema no contexto da discussão.

Indícios de uma “mediação qualificada”

Nativo do ambiente digital, como formato jornalístico o podcast tem no seu gene potencial para o exercício do que Referência 1 (2018) tem nomeado “mediação qualificada”. E o estrato empírico trazido à luz da constituição do conceito aponta para o mesmo sentido.

O propósito do podcast Mamilos, definido por suas apresentadoras e criadoras (Cristiane Bartis e Juliana Wallauer), com formação em publicidade, não em jornalismo – anotação cuja reflexão é reservada às considerações finais –, oferece aportes a essa constatação: “provocar reflexões e troca de conhecimentos, buscando pontos de conexão entre opiniões divergentes”; ou outro dos seus textos, que informa que a intenção é: “mais de construir pontes do que de provar pontos” – do qual inferimos a percepção das apresentadoras, mais ou menos voluntária, sobre um processo histórico de produção da notícia que, ao encerrar o acontecimento ao ideal de verdade, mais disputou sua representação do que contribuiu para o seu esclarecimento.

Ao revelarem o seu bastidor na construção de pauta, as apresentadoras também corroboram com essa perspectiva:

A gente pesquisa e monta uma pauta. Primeiro escolhemos as notícias pelos temas que achamos mais relevantes comentar. Depois pesquisamos o que de fato aconteceu, qual é o contexto, o cenário, buscamos opinião e estatística em diferentes veículos para tentar encontrar uma visão mais abrangente do tema. Também pedimos indicação dos ouvintes que nos enviam links com novos dados e visões. Revezamos os colaboradores e procuramos equilibrar a pauta para aproveitar melhor as expertises de cada um dos que estão na mesa. (BARTIS; WALLAUER, 2017, entrevista online).

É como se percebessem a insuficiência da notícia – pelo menos daquela que não vai além do lide clássico, limitado a um registro epidérmico do “como” e do “por que” na fórmula que tem ainda “quem”, “o quê”, “quando” e “onde” – avançando para uma tentativa de contexto, de incorporação de novos dados e visões a partir do público. Há também a definição das fontes que colaboram com esse processo na gravação do podcast: a melhor escolha para os variados temas depende da qualificação das apresentadoras para realizá-las.

Da codificação do material empírico observado emergem subsídios a suspeita de que a colaboração contribui a uma maior complexidade do conhecimento que o jornalismo pode produzir, ao mesmo tempo em que realça a necessidade de mediação – especialmente as categorias fruto da análise inicial das interações para a construção da pauta, apresentadas pelas tabelas 1 e 2.

Isso porque, além da categoria mais intrínseca ao propósito das interações, *Relacionado ao tema*, há ainda outras três – *Fora do escopo*; *Sem assunto*; *Solicitação de colaboração* (TAB. 1) – que tendem ao caos informativo, ao contrário da plena compreensão do objeto em discussão (interação involuntária), não fosse a mediação que o podcast exerce. Tendência estreitada pelas subcategorias de *Relacionado ao tema* (TAB. 2). Mesmo entre as interações classificadas inicialmente como relacionadas ao tema, pelo menos duas das sete subcategorias, *Elogio ao tema* e *Oferta de ajuda*, não contribuem à qualificação da pauta; e *Discussão sobre o tema* demanda atenção especial do ponto de vista do seu escrutínio (em termos habermasianos). O movimento do Mamilos frente a seleção das interações flerta com o “agir cartográfico” proposto por Referência 1 *et. al* (2019) – que operacionalizaria o exercício da “mediação qualificada”.

Também do ponto de vista do consumo do Mamilos, a partir de Cardoso (2019), é possível inferir a expectativa por uma mediação, na medida em que a autora constata que os ouvintes consideram o conteúdo apresentado como jornalístico, e sua busca é por discussões que contemplem diferentes opiniões sobre assuntos pertinentes à sociedade, que disseram não encontrar na mídia tradicional.

O “encontro” ao qual se refere Resende (2009) parece-nos encontrar lugar já no propósito do Mamilos, ainda que implicitamente, conferindo ao podcast potencial dialógico - como se pode inferir, finalmente, do texto que propõem Cristiane Bartis e Juliana Wallauer para defini-lo: “desenvolver um jornalismo construtivo, de soluções, não violento, com narrativas restaurativas. Um jornalismo de peito aberto”.

Considerações finais: futuro promissor

“Fazer O Assunto é um desafio que se renova todo dia: pela intensidade do noticiário, pela pressão do tempo, pelo propósito de aprofundar os temas e de fato contribuir para o seu entendimento”, revela a jornalista Renata Lo Prete, apresentadora do podcast lançado pelo

Portal G1 a 26 de agosto de 2019. Em reportagem da TV Globo que registrava a marca de mais de 7 milhões de downloads até 14 de janeiro de 2020, em 100 episódios até então, a jornalista expressa percepção aguçada sobre a necessidade de mediação frente a realidade caótica dos acontecimentos: “O noticiário é tão intenso, tem tantas opções, que no dia a dia, no intervalo de uma semana, a gente percebe que a gente faz escolhas, porque assunto não falta”.

É na qualidade das escolhas de que fala Lo Prete que se evidencia o desafio do jornalismo para o pleno aproveitamento do potencial que o formato oferece, sobretudo quando em perspectiva está a proposta da “mediação qualificada”. E o que qualifica essa mediação é justamente a formação do jornalista; teoria e método. Trata-se, portanto, de centrar os esforços na revisão de práticas convencionais, cristalizadas ao longo da história, e que não dão mais conta de apreender a complexidade dos fenômenos na forma como são representados no ambiente digital.

Abrir as considerações finais pela experiência do podcast do Grupo Globo, pois, não é mero recurso à retórica; tampouco a centralidade presumida pelo uso do seu slogan no título do trabalho. São esforços para denotar o cenário promissor para o exercício da mediação, mas, mais do que isso, para o podcast como catalisador de uma relação com o público que permita a produção de conhecimento em sentido dialógico.

Em consulta ao site Chartable a 15 de fevereiro de 2020, O Assunto era o segundo podcast jornalístico mais ouvido na plataforma Spotify no Brasil; perdia apenas para Café da Manhã, do Grupo Folha, que edita o principal jornal de referência no país – *Folha de S.Paulo* –, é mais antigo, com um propósito muito parecido e que liderava a lista independentemente do tipo de conteúdo, à frente inclusive de podcasts de entretenimento.

Os números sobre consumo oferecidos ao debate na seção de introdução também apontam para um momento fértil. Há de se considerar, por outro lado, a necessidade de avanço na qualidade técnica, seja no que diz respeito ao áudio – 73% dos podcasters brasileiros ainda produzem em casa, sem ambiente adequado para gravação – seja nas práticas jornalísticas, ainda em constituição para esse fim específico.

A própria experiência do Mamilos é indício de que para o jornalismo a evolução nas práticas é essencial, ao passo em que suas criadoras e apresentadoras não têm formação específica na área, mas, sim, em publicidade e propaganda. Ainda que não se possa afirmar com certeza,

pela limitação do método empregado neste trabalho, a observação aponta para uma atuação que preza mais pela ponderação ante a disputa de sentidos em torno do tema que ocupa a pauta – empatia, simpatia, comunicação não violenta –, do que uma apuração em profundidade, que, teleologicamente, intente a singularidade do fenômeno.

Chama a atenção, nesse sentido, a ausência de um psicólogo, especialmente, mas também de um sociólogo, como convidados no episódio analisado: o psicólogo que é ouvido entra para falar do tema na ciência, não para contribuir com a avaliação sobre a eficácia da internação involuntária. Uma formação mais específica – que tenha se deparado com reflexões quanto ao papel do jornalismo na sociedade, técnicas de apuração e promoção do debate público – poderia resultar na aferição mais precisa da medida em discussão.

São ponderações que alertam para outra, essa no que diz respeito ao financiamento da produção de podcasts no conjunto dos formatos jornalísticos e das demandas dos diferentes modelos de negócio. Não é pretensão, aqui, avaliá-los; nem fora ao longo do texto. Cumpre ressaltar, no entanto, que como modelo independente do circuito mais tradicional de mídia, com financiamento coletivo, o contrato que o Mamilos estabeleceu com ouvintes é mais fluído, dependendo menos de métricas que determinam a produção no mercado empresarial.

Um debate a ser feito nessa seara tem como objeto também a viabilidade de um projeto que presuma a “mediação qualificada” como função do jornalismo na esfera pública, (re) conformada no ambiente digital, em face da precarização do trabalho nas redações, com a redução contínua de profissionais e o acúmulo de tarefas – além das implicações econômicas do modelo adotado sobre forma e conteúdo.

Uma das limitações entre as quais reconhecemos neste estudo é a já citada ausência de entrevistas com podcasters para apurar em que medida as interações em redes sociais digitais favorecem a colaboração e como o fazem – analisar postagens, cotejando-as aos áudios dos programas, conta apenas parte desse fenômeno. Para estudos futuros, sugere-se aprofundar a pesquisa nesse sentido, permitindo a reelaboração de princípios e procedimentos jornalísticos para o tratamento da produção de podcasts.

O que parece definitivo, ao encontro do que constataram Primo (2005) e, depois, Murta (2016), é que a colaboração tem lugar cativo no podcast; e mais: o jornalismo não prescinde dela quando apropria-se do formato. Porém, assim como observa Quadros (2018)

ao analisar a mobilização de vozes de ouvintes em narrativas de radiojornalismo, é importante reconhecer que tal participação pode encontrar, também nos podcasts, limitações que têm a ver com um “projeto dramático” pré-determinado, que tanto garante a autoridade das vozes que conduzem o programa como potencialmente gera sensação de proximidade e a fidelidade de quem ouve. Para que a colaboração componha o exercício da “mediação qualificada”, quando se manifesta na interação com o público, como fora no episódio analisado, é preciso ponderar a necessidade de rigor tanto na apuração das informações que emergem dela quanto na tessitura da narrativa que reportará determinado acontecimento/fenômeno, sob pena de se constituírem apenas como ilustrações, atendendo mais ao marketing de relacionamento do que ao exercício orgânico do jornalismo.

Referências

- BERRY, R. 2016. *Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium*. Sage Journals: Vol 22, Issue 6. Disponível em: bit.ly/31vNjRs. Acesso em: 13 mai. 2020.
- BONINI, T. 2015. The ‘second age’ of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *Cuaderns del CAC*, 41, vol. XVIII, pp. 21-30.
- BRADSHAW, P. 2014. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã (Portugal): LabCom, pp. 111-136.
- CARDOSO, G. B. 2019. “*Jornalismo de peito aberto*”: o consumo de conteúdo jornalístico no podcast Mamilos. Monografia. Universidade Feevale. Novo Hamburgo. Disponível em: bit.ly/2Or3ls3. Acesso em: 13 mai. 2020.
- CHRISTOFOLETTI, R. 2008. *Ética no Jornalismo*. Florianópolis: Contexto.
- COSTA, A. B. 2019. Não há fatos contra argumentos. A falha da atestação da Verdade como validador do Jornalismo. In: *17º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)*. Goiânia.
- COUTO, A. L. S.; MARTINO, L. M. S. 2018. Dimensões da pesquisa sobre Podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017). *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 9, n. 2, pp. 48-68.
- FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. 2011. *Métodos de Pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Sulina. Disponível em: bit.ly/38yHcAd. Acesso em: 13 mai. 2020.
- FRANCISCATO, C. 2005. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFS/ Fundação Oviedo Teixeira.
- GENRO FILHO, A. 1989. *O segredo da Pirâmide*. Porto alegre: Tchê.
- HABERMAS, J. 2003. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 2ªed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- HENN, R. 2014. *El cibercontecimiento: producción y semiosis*. Barcelona: UOC, v. 1.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. 2014. *The Elements of Journalism, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Nova York: Three Rivers Press.
- LAFUENTE, G. 2012. A melhor maneira de fazer jornalismo é pela internet: entrevista com Gumersindo Lafuente Parte 1. In: MAROCCO, B. *O jornalista e a prática: entrevistas*. São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 211-218.
- LINDGREN, M. 2016. Personal narrative journalism and podcasting. In: *The Radio Journal: international studies in broadcast and audio media*. 14, 1, pp. 23-41.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1997. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- MIELNICZUK, L. 2003. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA.
- MURTA, C. M. G. 2016. *Podcast: conversação em rede*. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 39, São Paulo. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016>. Acesso em: 13 mai. 2020. São Paulo, 2016.
- OLIVEIRA, F. M. de, 2018. *La semiosis de la noticia: Movimientos sociales en red y crisis del periodismo*. Barcelona: Editorial UOC.
- OLIVEIRA, F. M. de, 2019. *Da crise à mediação qualificada: apontamentos a partir da #VazaJato como cibercontecimiento jornalístico*. In: 17º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Goiânia, 2019.
- OLIVEIRA F. M. de; OSÓRIO M.; HENN R., 2019. *Agir cartográfico: proposta teórico-metodológica para compreensão e exercício do jornalismo em rede*. 28º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - Compós. Porto Alegre, 2019.
- OLLIVIER, B. 2008. *Medios y mediaciones*. Anthropos, n. 219, p. 121-131.

- PRIMO, A. 2005. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, v. 2, n. 13, p. 1-23. Disponível em: <https://bit.ly/2HulocL>. Acesso em: 13 mai. 2020.
- QUADROS, M. R. 2018. *O lugar do ouvinte nas narrativas radiofônicas: concessão de voz e critérios de acionamento dos ouvintes-enunciadores*. 191f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, Santa Maria, SP.
- RESENDE, F. 2002. *O olhar às avessas: a lógica do texto jornalístico*. 239f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, SP.
- _____. 2009. O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. *Galáxia*, São Paulo, n 18, p 31-43.
- ROLNIK, S. 2014. *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS.
- TEIXEIRA, M. O. 2014. A interação usuário x jornal em um site de rede social: indícios de uma mudança. *Brazilian Journalism Research*, v. 10, n. 1, p. 192-217. Disponível em: <https://bit.ly/2P3B4Ih>. Acesso em: 13 mai. 2020.
- VIEIRA, L. de S. 2020. Ouvir os dois lados é construir pontes? O caso Mamilos e seus limites éticos. *Comentário da semana no site objETHOS*. Disponível em: bit.ly/38BP0RB. Acesso em 13 mai. 2020.
- WARD, S. 2010. Inventing Objectivity: New Philosophical Foundations. In: MEYERS, Christopher (org). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*, New York: Oxford University Press, p. 137-152.
- WARDLE, C. 2018. *Forget deepfakes: misinformation is showing up in our most personal online spaces*. Disponível em: bit.ly/2P2XcT9. Acesso: 23 jan. 2020.