
Jornalismo de Soluções e os Valores-notícia: Um Estudo de Caso dos Telejornais da RBS - Rio Grande do Sul em 2020 ¹

Camila Gabrielle Oliveira de FARIAS²

Vitor Curvelo Fontes BELÉM³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar as estratégias do jornalismo de soluções adotadas em reportagens produzidas pelo grupo RBS, do Rio Grande Sul. O conglomerado de mídia investiu na implementação do conceito nas práticas jornalísticas em meio a cobertura sobre a Covid-19, como uma das formas de trazer respostas aos impactos da pandemia. Para este estudo de caso, tem-se como referência as características presentes no “*The solutions journalism tool kit*”, observadas a partir de 14 reportagens audiovisuais disponibilizadas pelo grupo no ano de 2020. A pesquisa também verificou quais valores-notícia foram priorizados pela imprensa nesta cobertura, assim como as fontes escolhidas. O trabalho apontou uma predominância de características relacionadas ao jornalismo de soluções.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo de soluções; Telejornalismo; Valor-notícia, RBS

INTRODUÇÃO

A pandemia causada pela COVID-19 trouxe modificações nas relações sociais, assim como, em setores da economia, saúde e educação. A partir daí, houve um crescimento na busca por informação sobre a doença, sobretudo, na televisão. Dados da Mindminers e IBOPE (GLOBO, 2020) apontam que pelo menos 82% das pessoas buscaram informações sobre a pandemia uma vez ao dia, sendo que 88% alegaram ter confiança na televisão aberta para obter atualizações sobre a doença. Este dado reforça a

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista pela Unesp/Bauru e mestranda em Comunicação no Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (Jornau - UFS). E-mail: camilagabriellee03@gmail.com.

³ Orientador. Doutor e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professor Adjunto do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Coordenador Adjunto do PPGCom/UFS. Líder do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (Jornau - UFS). E-mail: vitorbelem@ufs.com.

importância da televisão em um cenário pandêmico, que trouxe desafios para a cobertura telejornalística, levando em conta a necessidade de realizar o distanciamento social e o trabalho em casa (*home-office*).

A Covid-19 instaurou também diversas preocupações. Os dados da Mindminers e IBOPE (GLOBO, 2020) mostraram que 77% das pessoas estavam muito preocupadas com a doença. Em meio a esse contexto, o grupo de mídia RBS, da região sul do Brasil, investiu na inserção do conceito de jornalismo de soluções nas práticas das redações, que envolvem produções impressas, online, sonoras e audiovisuais (GRUPO RBS, 2020)⁴. Essa experiência do grupo serve de base para o estudo de caso deste trabalho, que tem como recorte as produções telejornalísticas. O objetivo é identificar e analisar as estratégias adotadas pelas reportagens, na busca por abordar não somente o problema dos fatos, mas também soluções. Assim, tem-se como *corpus* do estudo 14 produções, publicadas no ano de 2020, exibidas nos telejornais da RBS e disponibilizadas na plataforma do G1, em site especial que filtra todos os conteúdos intitulados como “Jornalismo de Soluções”⁵.

A escolha da RBS para a análise se justifica pode ser uma iniciativa pioneira voltada à prática do jornalismo de soluções em um conglomerado de mídia no país, envolvendo não somente a RBS TV, mas a GaúchaZH, Rádio Gaúcha, Zero Hora, Diário Gaúcho e Pioneiro / Gaúcha Serra. Para facilitar esta identificação, consultamos referências como o “*The solutions journalism Tool Kit*” do grupo “*Solutions Journalism Network*”, além de recorrer aos valores-notícia elencados por Silva (2005), com o objetivo de identificar quais valores-notícia foram priorizados pela imprensa nessas matérias.

O DIA A DIA DA PRODUÇÃO NA TV E OS VALORES-NOTÍCIA

O jornalismo feito para a televisão é diferente de práticas em outros meios de comunicação. Para compreender como um telejornal atua de forma a impactar sua audiência, é importante conhecer a sua produção noticiosa. Neste sentido, Becker

⁴ Marcas do Grupo RBS apostam no jornalismo de soluções para debater saídas para o transporte coletivo de Porto Alegre. Disponível em: http://www.gruporbs.com.br/noticias/2020/06/19/marcas-do-grupo-rbs-apostam-no-jornalismo-de-solucoes-para-debater-saidas-para-o-transporte-coletivo-de-porto-alegre/?fbclid=IwAR1_sOT5u3STCMZ-raDB5Z1PAAWiruf2pNcW7EjLTZrHX4brhDK9lJwIRfM. Acesso em: 16/07/2021

⁵ Hotsite “Jornalismo de Soluções” no portal G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornalismo-de-solucoes/>. Acesso em 12/06/2021.

(2005) explica que é preciso observar todas as etapas produtivas do gênero, desde a pauta, a obtenção de dados, o processo de apuração, gravação, edição até sua transmissão ao público. Em todo este processo, existem elementos que podem influenciar na escolha de um fato. Neste artigo, levaremos em conta os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia que são utilizados nesta escolha.

Silva (2005) entende que a noticiabilidade ocorre a partir de três elementos: o primeiro tem ligação com a origem de um fato, o segundo, com o tratamento deste fato, ou seja, em como esse conteúdo será hierarquizado e por fim, na visão que este fato tem. Na visão apontada por Silva (2005), o tratamento de conteúdos, seu formato e organização, por exemplo, envolve os valores-notícia (atributos de um fato), tornando a noticiabilidade ainda mais complexa. Diante disso, alguns elementos passam a influenciar a rotina dos jornalistas, como as,

características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p.96)

Do ponto de vista prático da rotina produtiva no telejornal, é interessante nos basearmos na observação realizada por Vizeu (2005). Por meio da observação das rotinas produtivas de um telejornal carioca, o autor conseguiu identificar funções e atividades realizadas em uma redação. Como existe um horário que o telejornal precisa ir ao ar, todo o processo que envolve desde a escolha de pauta, apuração, trabalho do repórter na rua, o contato com os chefes de reportagem, a edição das imagens e do som e a organização do espelho por parte do editor-chefe precisam ocorrer levando em conta a otimização do tempo.

A partir dessa dinâmica em relação ao tempo e do imediatismo para a produção telejornalística e sabendo que os valores-notícia também podem afetar e ser afetados pelos fatos, é importante criar uma relação entre essa rotina telejornalística e os valores. Para Mauro Wolf (2003, p.202) os valores-notícia “são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente”. Ainda em Wolf (2003), é interessante refletir que, segundo o

autor, os valores-notícias poderiam ser vistos como critérios substantivos, que realizam uma análise direta no acontecimento, sendo a morte, proximidade e notoriedade, por exemplo. Os critérios também poderiam ser contextuais, que tem a ver com o contexto da produção de conteúdo, envolvendo a disponibilidade, equilíbrio e visualidade. Já os valores-notícia de construção estariam no processo de produção da notícia sendo a relevância, dramatização e personalização, por exemplo. No caso da televisão é importante perceber que este é um veículo de natureza espetacular (NEGRINI, 2010) e que leva em conta aspectos de visualidade, já que, segundo a observação de Vizeu foi possível identificar uma preferência por matérias jornalísticas que tenham uma “boa imagem” (VIZEU, 2005, p.100). Esta boa imagem parte tanto do aspecto do espetacular e do drama, assim como na qualidade técnica.

No decorrer do amadurecimento dos estudos em comunicação, outros autores conceituaram os valores-notícia, com a intenção de investigar como as características jornalísticas afetariam que um fato fosse escolhido. Tobias Peucer, segundo Sousa (2004, p.41), desde o século XVII já apontava uma série de características da notícia, como “coisas acontecidas recentemente; fatos históricos importantes; temas de interesse cívico; acontecimentos insólitos; catástrofes; e o que se passa com pessoas ilustres”.

Walter Lippmann, em 1922, a partir da obra “Opinião pública”, aponta a clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal como valores-notícia. Chaparro (1994) delimita alguns valores como atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, curiosidade e até mesmo a dramaticidade. Outro autor que vale a pena ressaltar é Lage (2001) que cita a proximidade, atualidade, intensidade, ineditismo e identificação humana e social.

Silva (2005, p.63) em sua análise realizou um levantamento destes e outros autores em seu percurso teórico, consolidando em um quadro com uma proposta de 12 valores-notícia. São eles o Impacto (número de pessoas envolvidas, número de pessoas afetadas, grandes quantias de dinheiro), Proeminência (notoriedade, celebridade, posição hierárquica, por exemplo), conflito (guerra, rivalidade, por exemplo), entretenimento/curiosidade (aventura, divertimento, esporte, comemoração), polêmica (controvérsia, escândalo), conhecimento/cultura (descobertas, invenções, pesquisas, atividades e valores culturais); raridade (incomum, original e inusitado), proximidade (geográfica e cultural), surpresa (inesperado), governo (interesse nacional, decisões e

medidas, por exemplo), tragédia/drama (catástrofe, acidente, risco de morte e morte, emoção, dentre outros) e justiça (julgamentos, denúncias, dentre outros). Após a apresentação destes valores-notícia, o que a autora tenta fazer é separar os atributos, que são “macro-valores-notícia”, ou seja, que representam pré-requisitos para todas as matéria no jornalismo, dos micro-valores, que podem ser compreendidos como elementos complementares ao macro-valor.

Os valores-notícia apontados por Silva (2005) foram escolhidos para serem analisados neste artigo, pelo fato deste material partir de uma nova proposta de consolidação de vários pesquisadores em comunicação e por apresentar uma profundidade nas delimitações, no que se refere ao macro e micro-valor.

JORNALISMO DE SOLUÇÕES: UMA BREVE APRESENTAÇÃO

O conceito de jornalismo de soluções é relativamente novo, mesmo que retome proposições de termos anteriores e mais comumente identificados em pesquisas. Diante disto, neste trabalho existe um esforço em consolidar alguns artigos e pesquisas que ajudam na delimitação do que é este tipo de jornalismo. Para a compreensão acerca do jornalismo de soluções, é preciso entender que o jornalismo passou por diferentes contextos, inclusive, pela necessidade de promover um engajamento social por meio do jornalismo cívico. Ao retomar a discussão sobre os valores-notícia é possível perceber que muitos deles apontam para uma questão negativa (morte, tragédia, conflito, por exemplo). Além da prioridade por estes valores, a partir de 1980, pesquisas nos Estados Unidos começaram a mostrar uma falta de confiança ou desacreditação do público em relação à imprensa (TRAQUINA, 2001).

É por isso que “o jornalismo cívico representa uma importante brecha com a busca frenética de notícias, a postura cínica com a vida política, a dependência excessiva nas fontes oficiais, e a desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública.” (TRAQUINA, 2003, p.16). Jay Rosen (1999 *apud* TRAQUINA 2003), que foi um dos pesquisadores sobre jornalismo cívico, apontou que os jornalistas deveriam mudar seu comportamento, enxergando as pessoas como cidadãos e por isso, potenciais participantes das questões públicas, não devendo ser vistos como meros espectadores ou vítimas da situação.

O jornalismo cívico vem com mudanças na forma de fazer jornalismo e inspira o surgimento de outras vertentes da comunicação. Diante deste cenário, alguns estudos em comunicação começaram a se desenvolver, como é o caso do jornalismo construtivo, “que envolve a aplicação de técnicas de psicologia positiva aos processos e produção de notícias em um esforço para criar uma cobertura produtiva e envolvente, mantendo-se fiel às funções essenciais do jornalismo”. (McINTYRE; GYLDENSTED, 2017, p.20, tradução nossa). Estas funções essenciais do jornalismo envolvem informar à população e ter uma credibilidade e apuração dos fatos. Neste aspecto, o jornalismo de soluções é visto como um dos braços que integram o jornalismo construtivo, tendo como base o artigo “*View of constructive journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production*”, das pesquisadoras Karen McIntyre e Cathrine Gyldensted (2017).

Mesmo que alguns profissionais dos veículos de comunicação acreditem que não é função da mídia verificar quais são as soluções para os problemas na sociedade e apostem na priorização de valores-notícia que abordem um negativismo, os defensores deste novo modelo de jornalismo acreditam que o jornalismo deve confrontar o público com as informações que envolvem conflito, incentivando as pessoas a se envolverem e agirem sobre esta situação. (McINTYRE, 2015 apud McINTYRE; GYLDENSTED, 2017, p.29, tradução nossa).

Este modelo de jornalismo, portanto, entra em conflito com o jornalismo tradicional, a partir do que Loose (2019, p.92) explica que existe no “campo jornalístico um pressuposto de que notícias boas são notícias ruins, afinal são elas que prendem a atenção do público [...]”. A partir desta introdução, o jornalismo de soluções pode ser visto como um elemento que “explora respostas para problemas sociais sistêmicos - examinando criticamente os esforços de resolução de problemas que têm potencial (WENZEL, GERSON, MORENO, 2016, tradução nossa)”. Em 2013, foi criada uma Rede de Jornalismo de Soluções⁶, que entende que este modelo de jornalismo, “aumenta a responsabilidade ao relatar onde e como as pessoas estão se saindo melhor em relação a um problema [...] destacando as respostas adaptativas com as quais as pessoas e as comunidades podem aprender” (SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK, 2013, tradução nossa).

⁶ Rede de Jornalismo de Soluções. Disponível em: <https://www.solutionsjournalism.org/>. Acesso em: 12/05/2021.

Para se apresentar as respostas, é preciso conhecer o problema, ou seja, uma matéria direcionada ao jornalismo de soluções não é utilizada para negação de problemas, mas sim, para a resolução. Para ajudar os jornalistas na prática deste modelo, em 2015, representantes do *Solutions Journalism Network*, que é uma organização sem fins lucrativos de profissionais da comunicação, criaram o “*The solutions journalism tool kit*”. O material apresenta 10 características que ajudam a verificar se o conteúdo é ou não jornalismo de soluções.

Quadro 2 - 10 características para identificar o jornalismo de soluções

Como identificar se é ou não jornalismo de soluções?	
1.	A história explica as causas de um problema social? Uma solução deve ser explicada no contexto do problema que está tentando resolver. Documentando as causas desse problema é possível identificar uma oportunidade de uma solução para criar influência e impacto.
2.	A história apresenta uma resposta associada a esse problema? O teste ácido: se a história não descreve uma resposta, não é jornalismo de soluções.
3.	A história aborda a resolução de problemas e os detalhes de como fazer para a implementação? Uma história de grandes soluções investiga os procedimentos de resolução de problemas, investigando questões como: Como os modelos estão tendo sucesso, melhorando um resultado educacional e como eles realmente funcionam?
4.	O processo de resolução de problemas é central para a narrativa? O jornalismo de soluções, como todo jornalismo, é uma ótima maneira de contar histórias. Deve incluir personagens lutando com desafios, experimentando, tendo sucesso, fracassando, aprendendo. Mas, a narrativa é impulsionada por resolver o problema e a tensão está localizada na dificuldade inerente à resolução.
5.	A história apresenta evidências de resultados vinculados à resposta? O jornalismo de soluções trata de ideias - mas, como todo bom jornalismo, a determinação do que funciona (ou não) é apoiado, sempre que possível, por evidências sólidas. Para ideias em estágio inicial, as “Evidências” podem ser as afirmações de observadores confiáveis, a chave é não exagerar.
6.	A história explica as limitações da resposta? Não existe uma solução perfeita para um problema social. Cada resposta tem ressalvas, limitações, e riscos. O jornalismo de boas soluções não foge da imperfeição.
7.	A história transmite uma visão ou lição ensinável? O que torna o jornalismo de soluções atraente é a descoberta - a jornada que traz o leitor ou visualizador para uma visão sobre como o mundo funciona e, talvez, como ele poderia ser feito para funcionar melhor.
8.	A história se baseia em fontes que têm um entendimento básico? O jornalismo de soluções se baseia em ideias práticas de pessoas que têm conhecimento das realidades locais e dos detalhes de implementação.
9.	Como sua história é lida? O jornalismo de soluções não visa expressamente a defesa de modelos, organizações e ideias específicas. Jornalistas em busca de histórias de soluções estão trazendo seu discernimento para explorar ideias e métodos, não para avançar uma agenda ou fazer as pessoas se sentirem bem.
10.	A história dá mais atenção à resposta do que a um líder / inovador / benfeitor? Vemos uma distinção clara entre o jornalismo de soluções e o que costuma ser chamado de "boas notícias". Histórias de “boas notícias” tendem a celebrar indivíduos e atos inspiradores. Jornalismo de soluções é sobre ideias, como as pessoas estão tentando fazê-las funcionar e seus efeitos observáveis.

Fonte: BANSAL; COURTNEY ,2015, p. 6-7 (tradução nossa)

PERCURSO METODOLÓGICO

A partir da compreensão sobre quais são as características que tornam um conteúdo jornalístico vinculado ao jornalismo de soluções proposta acima, para facilitar a identificação, propomos uma nova tabela a seguir, com respostas objetivas.

Quadro 3 - Proposta de uma nova tabela a partir da consolidação de dados do “*The solutions journalism tool kit*”

Como identificar se é ou não jornalismo de soluções? (SIM/NÃO)	
1.	A história apresenta e explica as causas de um problema?
2.	A história apresenta uma ou mais respostas associada a esse problema?
3.	A história explica o funcionamento da resposta?
4.	A história explica como fazer a implementação da resposta?
5.	A resolução do problema é central para a narrativa?
6.	A história apresenta personagens que estão vivenciando o problema ou as respostas?
7.	A história traz evidências dos resultados?
8.	A história apresenta as limitações da resposta?
9.	A história traz uma lição de ensinamento ou algo que pode ser replicado?
10.	As fontes possuem um entendimento sobre o assunto abordado?
11.	A história dá mais atenção à resposta do que a um líder / inovador / benfeitor?

Fonte: BANSAL; COURTNEY, 2015, p. 6-7, com adaptações da autora do artigo

Com esta tabela, realizamos uma investigação para identificar a presença destas características em matérias dos telejornais da RBS. Por meio da busca, foi possível perceber que o site do G1, que é uma plataforma online, tinha uma sessão própria voltada ao Jornalismo de soluções, consolidando matérias dos telejornais da região. Por isso, do ponto de vista metodológico, identificamos o estudo de caso como um percurso metodológico para que a investigação fosse feita.

“Os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo "como" e "por que", [...] quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (YIN, 2000, p.17). Além de verificar este trabalho como descritivo, o “poder diferenciador do estudo é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações” (Yin, 2000, p.25). Diante disso, foi possível perceber que além de identificar as características desta matéria, era importante perceber como elas se apresentavam no conteúdo disponibilizado.

Ademais, para entender estas características também identificamos quais eram as fontes presentes no conteúdo, a partir da definição de Lage (2001), acerca das fontes oficiais, oficiosas, testemunhais e experts. Para o autor, as fontes oficiais apresentam vínculos com o Estado ou com empresas e organizações. No caso das fontes oficiosas, elas podem ter vínculo com uma organização, mas, durante a entrevista, não são vistas como representantes da instituição. Os “experts” podem ser vistos como especialistas ou “são geralmente fontes secundárias, que se procuram em busca de versões ou interpretações de eventos.” (LAGE, 2001, p.30). Já as fontes testemunhais são aquelas envolvidas com o fato, ou seja, que presenciaram o acontecimento.

Como os valores-notícia também afetam o processo de produção jornalística, foi de interesse da pesquisadora investigar quais valores-notícia foram utilizados nesta cobertura, a partir da tabela de Silva (2005), levando em conta os macro e micro-valores identificados e relacionando-os com o jornalismo de soluções. Para obter o rigor do método do estudo de caso, que determina que alguns elementos pré-especificados fiquem disponíveis, delimitamos as questões que envolveriam o objeto do estudo, como: as fontes, os valores-notícia a partir de Silva (2005) e as características a partir do jornalismo de soluções. A partir da consolidação dos resultados e da observação direta das 14 matérias, realizamos uma descrição dos dados, apontando uma análise para os resultados.

RESULTADOS PRELIMINARES

A partir de uma observação direta da autora do artigo, levando em conta o quadro com os elementos que seriam investigados, as primeiras considerações serão feitas sobre as fontes. As 14 matérias contaram com fontes oficiais, mesmo que de forma indireta, quando havia uma entrada ao vivo do repórter para comentar uma decisão ou medida do governo. Em contrapartida, das 14 matérias, em 6 delas não havia nenhuma fonte testemunhal, ou seja, não contava com a comunidade ou com personagens que estavam vivendo o problema relatado na reportagem. Em 7 matérias (ou 50% do total) havia fontes experts e em 1 matéria, fonte oficiosa.

A pesquisa também buscou identificar quais valores-notícia estavam presentes e relacioná-los ao jornalismo de soluções. Os resultados da análise apontaram que o valor-notícia “IMPACTO”, com o micro-valor “Número de pessoas envolvidas” foi o

mais presente e esteve em todas as matérias. Este valor é compreensível pelo fato de que as pautas ligadas à Covid-19 afetaram diversas áreas da sociedade, como na economia, relações entre pessoas, moradia e educação. Um exemplo interessante ocorreu em uma das matérias sobre telemedicina, que foi uma técnica implantada por algumas empresas e médicos na realização de teleconsultas. A matéria apontou dados sobre a quantidade de pessoas e atendimentos que já tinham sido realizados até então.

O segundo valor com maior incidência foi o de “CONHECIMENTO/CULTURA”, com o micro-valor de “progresso”, diante das inovações que foram necessárias neste período. Por exemplo, existem reportagens que apontam melhorias na área tecnológica, assim como de moradia e apontam algumas propostas de como podem ser os escritórios para o mercado de trabalho. O terceiro valor com maior incidência foi o de “GOVERNO”, com o micro-valor de “decisão e medidas”, sobretudo, no que se refere a fases de flexibilização diante do isolamento social, com a abertura gradual do comércio ou escolas, por exemplo.

Quadro 4 - Valor-notícia identificado nas matérias

IMPACTO: Número de pessoas envolvidas -14	CONFLITO Reivindicação - 1
CONHECIMENTO E CULTURA Progresso -10/ Pesquisa - 4 / Invenção: 2 /Atividades e valores culturais- 1	TRAGÉDIA/DRAMA Emoção - 3/ Risco de morte - 1
GOVERNO Decisão e medidas - 8 /Pronunciamento - 1	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE - Divertimento - 1
PROXIMIDADE Geográfica - 7	PROEMINÊNCIA Notoriedade - 2 /Posição hierárquica - 2

Fonte: Autora do artigo

Na análise também foi possível verificar que as matérias tinham um objetivo de orientar a população, sobretudo, em relação à prevenção da doença, assim como de trazer histórias de adaptação e mudanças, principalmente em relação ao mercado de trabalho, no cenário da educação e das viagens em aeroportos. A partir da identificação destes elementos foi possível realizar uma análise vinculada às características do jornalismo de soluções.

Quadro 5 - Reportagens e características do jornalismo de soluções

Tópico investigado	Total de matérias	Percentual do total de matérias
1. A história apresenta e explica as causas de um problema?	13	92,8%
2. A história apresenta uma ou mais respostas?	14	100%
3. A história explica o funcionamento da resposta?	14	100%
4. A história explica como fazer a implementação?	1	7,1%
5. A resolução do problema é central para a narrativa?	14	100%
6. A história apresenta personagens que estão vivenciando o problema ou as respostas?	8	57,1%
7. A história traz evidências dos resultados?	9	64,2%
8. A história apresenta as limitações da resposta?	7	50%
9. A história traz uma lição de ensinamento?	13	92,8%
10. As fontes possuem um entendimento sobre o assunto abordado?	14	100%
11. A história dá mais atenção à resposta do que a um líder / inovador / benfeitor?	12	85,7%

Fonte: Autora do artigo

A partir dessa tabela é possível visualizar que existe um esforço por parte dos jornalistas em criar um conteúdo relacionado ao jornalismo de soluções, trazendo a resolução dos problemas como um aspecto central para a narrativa em todos os conteúdos analisados. Isto já mostra de forma evidente uma diferença do jornalismo tradicional com este modelo, que apresenta o problema, mas traz propostas de solução como uma alternativa. São matérias que, em sua maioria, trazem lições ensináveis sem beneficiar diretamente um líder ou instituição.

Os pontos de melhoria, a partir dessa observação direta, são para a falta de explicação de como implementar a resposta e da apresentação de evidências, assim como uma ausência de explicação acerca das limitações da resposta (levando em conta que não existe uma resposta “perfeita” a um problema) e a ausência de fontes testemunhais em mais de 40% dos conteúdos. É importante ressaltar que estas matérias foram produzidas em um período pandêmico recente, ou seja, entre junho a agosto de 2020, e por isso, é possível visualizar algumas adaptações como repórteres em *home-office* e boa parte das fontes sendo entrevistadas remotamente, por meio de plataformas digitais.

Além disso, por ser um período de pandemia, muitas respostas apontadas tratavam-se de ideias, sugestões e estudos que especialistas estavam fazendo, sem ter uma evidência concreta por falta de teste. Por isso, seis matérias recorreram a experiências internacionais, na tentativa de corroborar as alternativas propostas.

Quadro 6 - Nome da matéria e total de características dentro do jornalismo de soluções

Título da matéria	Total de características
Grandes hospitais incorporam teleconsultas à rotina de atendimentos	8
Veja como ficam serviços de solicitação e renovação de documentos durante a pandemia	6
Pandemia altera construção de imóveis e impulsiona tecnologias do setor no RS	9
Modelos internacionais de volta às aulas presenciais indicam caminhos para RS	10
Com boa parte dos servidores em casa, entenda como fica o trabalho do poder público	10
Telemedicina é cada vez mais comum durante a pandemia	10
Coronavírus altera a vida de quem mora em condomínios no RS	9
Veja como fica a mudança de comportamento nos ambientes coletivos de trabalho	10
Aeroporto de Porto Alegre tem queda de 80% em voos; especialistas preveem retomada lenta e gradual na aviação	9
Empresários, pesquisadores e passageiros debatem formas de superar a crise no transporte público em Porto Alegre	8
Alunos e famílias da periferia buscam alternativas para acessar o ensino à distância no RS	10
Distanciamento social controlado buscar unir isolamento e manutenção da economia no RS	7
Outros países adotaram medidas para retornarem às aulas de forma segura	8
Paulo Germano comenta shows em formato drive-in no Anfiteatro Pôr do Sol, em Porto Alegre	7

Fonte: Autora do artigo

Um exemplo positivo de matéria que apresentou as 10 características foi a “Telemedicina é cada vez mais comum durante a pandemia”. A história aponta que a pandemia fez com que fosse necessário o distanciamento social, trazendo a teleconsulta como uma resposta associada ao problema. A reportagem cita também uma redução no número de ambulâncias que levam pacientes para consultas, assim como a inovação médica por meio da tecnologia na produção de próteses e materiais cirúrgicos. A

reportagem transmite lições ensináveis, conta com a presença de fontes testemunhais que utilizaram os serviços da telemedicina ou das próteses e por isso, tem características predominantes de fazer parte do jornalismo de soluções.

A reportagem “Modelos internacionais de volta às aulas presenciais indicam caminhos para RS” aponta que a pandemia alterou a forma de estudar, levando essa discussão acerca de quando realizar um retorno presencial das aulas. Por isso, a história apresenta uma resposta associada por meio das técnicas de convivência com a pandemia para o retorno dos alunos. Para isso, a matéria recorre a diversas experiências, inclusive, internacionais. Os pontos negativos presentes são a falta de explicação em como implementar isso em um nível local. Outra questão é que algumas limitações de resposta são apresentadas sem profundidade.

Em relação ao valor-notícia “Conhecimento/Cultura” e o micro-valor “progresso”, na tentativa de mostrar uma adaptação e inovação, a reportagem que merece destaque é “Veja como fica a mudança de comportamento nos ambientes coletivos de trabalho”, que traz respostas sobre como fazer um retorno de forma segura e adaptada, mostrando ideias e alternativas diante de um cenário em 3D para facilitar a visualização de como os escritórios podem ser. Outra reportagem que seguiu a mesma linha e utilizou recursos visuais foi “Aeroporto de Porto Alegre tem queda de 80% em voos; especialistas preveem retomada lenta e gradual na aviação”. A matéria explicou que a crise do coronavírus afetou a aviação, falando sobre as transformações e medidas de segurança. Para isso, utilizou recursos visuais, como uma animação para falar sobre o filtro do ar-condicionado que reduz os vírus e bactérias dentro do avião, além de apresentar projetos futuristas sobre os assentos nas aeronaves terem proteção, não ter o assento do meio, dentre outros. Existe, ainda, o incentivo quanto ao uso de máscara e álcool em gel, reforçando um tom de orientação ao público.

CONCLUSÃO

A partir da análise, foi possível identificar que o jornalismo de soluções por ser um modelo novo, ainda traz dúvidas sobre como fazer, sobretudo, no telejornalismo, que é um veículo voltado ao espetacular e dos valores-notícia que, em muitas ocasiões, pende para um negativismo como princípio de escolha. Mas, este é um processo de

adaptação que já demonstra um interesse de um grande grupo de comunicação em discutir soluções e respostas a problemas sociais impostos pela pandemia.

Por se tratar de matérias mais extensas e abordar um conteúdo voltado à pandemia, algumas matérias tinham um tom de orientação, no sentido da prevenção à doença, assim como adaptação diante deste novo cenário, além de aspectos ligados à inovação, o que apontaram para o valor-notícia de “Conhecimento/cultura”, sobretudo, acerca do “progresso”, “pesquisas” e “invenção”. Isto reforça que os valores-notícia não são imutáveis e que a ocasião/objetivo do grupo de jornalismo pode influenciar na escolha destes valores.

Apesar disso, este é um trabalho que pode ter alguns ajustes, sobretudo no que se refere a uma busca mais ativa da consulta a fontes testemunhais, ou seja, da comunidade e pessoas que estejam envolvidas com os problemas locais, além de uma contextualização com o local, trazendo o valor-notícia de “proximidade” de forma mais intensa e com uma tentativa de abordar as limitações da resposta e como implementar as questões propostas. Apesar de identificar algumas lacunas, é possível visualizar uma intenção de investigar, uma pluralidade de fontes, assim como apontar respostas diante desse cenário pandêmico.

Com isso, é um longo caminho que o jornalismo brasileiro e local terá pela frente para realizar matérias que incorporem as características do jornalismo de soluções, mas a RBS no Rio Grande Sul representa uma iniciativa bastante interessante deste tipo de ação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANSAL, Sarika; COURTNEY, Martin. **The Solutions Journalism Toolkit**. 2015. Disponível em: <https://reedkath.files.wordpress.com/2017/04/new-sjn-toolkit-20162.pdf>. Acesso: 25/05/2021.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal. Um estudo da cobertura dos 500 anos de descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro. 2º edição, 2005.

GLOBO. **A Jornada de Consumo do conteúdo Brasileiro**. 2020. Disponível em: <https://gente.globo.com/a-jornada-de-consumo-de-conteudo-do-brasileiro/>. Acesso em: 28/08/2020.

LAGE, Nilton. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2001

LOOSE, Eloisa. **Jornalismo de soluções e mudanças climáticas: estudo sobre a cobertura da mitigação no site brasileiro G1**. 2019. Disponível em: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91468/cap.%204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso: 05/05/2021.

McINTYRE, Karen; GYLDENSTED, Catherine. **View of Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production**. The Journal of Media Innovations 4.2 (2017), 20-34. Disponível em: <https://journals.uio.no/TJMI/article/view/2403/5102>. Acesso: 20/05/2021.

NEGRINI, Michele. **A morte em horário nobre: a espetacularização da notícia no telejornalismo brasileiro**. 2010. Porto Alegre. Tese de doutorado. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2153/1/000422409-Texto%2BCompleto-0.pdf>. Acesso em: 10/09/2020.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol.II N° 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091/1830>. Acesso: 20/10/2020.

Sousa JP. **Tobias Peucer: progenitor da teoria do jornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia. 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2071>. Acesso em 04/04/2021.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4ª edição. Porto Alegre. 2005. Edipucrs. EDIPUCRS, 2005

WENZEL, Andrea; GERSON, Daniela; MORENO, Evelyn. **Engaging Communities Through Solutions Journalism**. 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/tow_center_reports/engaging_communities_through_solutions_journalism.php. Acesso: 17/05/2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fonte, 2003.

YIN, Robert. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003