

---

## **A construção de imagens de si em tempos de crises no jornalismo a partir da Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH<sup>1</sup>**

Leandra Cruber TEIXEIRA<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

Parte exploratória de uma pesquisa ainda em andamento, a investigação tematiza o jornalismo e a construção de imagens de si a partir da Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH, durante os anos de 2019 e 2020, e tem como pano de fundo as discussões sobre transformações no jornalismo e reconfigurações na prática profissional, além da crise que é sentida na pele por jornalistas. Dessa forma, parte-se, também, para a discussão sobre o discurso jornalístico que fala de si mesmo na Carta do Editor enquanto uma possível alternativa para superar os obstáculos das crises. Assim, em relação a 104 edições da Carta do Editor selecionadas, a exploração inicial resultou em 71 publicações que estão a falar de si e a reiterar uma série de valores para o jornalismo que é produzido em veículos do Grupo RBS.

**PALAVRAS-CHAVE:** Carta do Editor; Crise no jornalismo; Imagem de si; Jornalismo; Zero Hora.

### **Considerações Iniciais**

O presente trabalho foi construído a partir de percepções iniciais de uma pesquisa mais ampla que, até o momento, está em andamento e permanece apresentando pistas sobre o discurso jornalístico frente às diversas reconfigurações e transformações do jornalismo e, por consequência, da prática profissional.

Dito isso, partimos da intenção de realizar um exercício que envolva reflexões, problematizações e questionamentos sobre o jornalismo, sobre a prática profissional e, como consequência, sobre o contexto social, político, econômico e, claro, histórico, que cercam as proposições e tensionamentos aqui realizados.

Assim, o trabalho tematiza jornalismo e a construção de imagens de si a partir das Cartas do Editor, Zero Hora e GaúchaZH, em um contexto de transformações e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bacharela em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela mesma instituição. Email: [leandra.cruber@gmail.com](mailto:leandra.cruber@gmail.com)

reconfigurações (CHARRON; BONVILLE, 2016) no jornalismo e aliado, também, às discussões sobre crises no jornalismo (CHRISTOFOLETTI, 2019) que são constantemente pautadas entre pesquisadores do jornalismo, e no Brasil passam a se intensificar e a ramificar-se em função do contexto brasileiro do jornalismo.

Na busca por compreender o cenário e o contexto em que o tema da pesquisa se insere, viajamos, em um primeiro momento, para setembro de 2017, quando o Grupo RBS unificou duas das mídias mais populares do sul: a rádio Gaúcha e o jornal Zero Hora. A fusão do rádio e do jornal impresso não se deu somente no âmbito digital, foi uma mudança material e estrutural que ilustra as recentes reconfigurações do “mundo dos jornalistas” (TRAVANCAS, 1993). A grosso modo, a redação<sup>3</sup> passou a integrar jornalistas e outros profissionais (webdesigners, programadores, diagramadores, ilustradores, entre outros) tanto da rádio quanto do jornal. A partir daí, criou-se a plataforma GaúchaZH que integra um player da rádio Gaúcha, a versão digital do jornal Zero Hora e, também, conteúdos produzidos especialmente para a plataforma digital. Além das marcas Zero Hora, rádio Gaúcha e da criação de GZH, o Grupo RBS também integrou à redação o impresso Diário Gaúcho, marca de jornalismo popular do grupo de comunicação.

Além disso, é preciso atentar para o fato de que mesmo com a criação da plataforma GaúchaZH, o jornal Zero Hora e a rádio Gaúcha não deixaram de existir, já que, de acordo com as práticas editoriais de GaúchaZH, a plataforma GZH é a marca de jornalismo digital do Grupo RBS<sup>4</sup>.

Mas, para além da realocação, o movimento de integrar redações passa a ter outras consequências e pode refletir na qualidade dos conteúdos jornalísticos (TAVARES; XAVIER; PONTES, 2020) que são produzidos por profissionais da comunicação de veículos e empresas que adotam a iniciativa da integração. Essa reorganização é fundamental, também, para tensionar questões que dizem respeito ao trabalho dos

---

<sup>3</sup> A integração de redações de veículos do Grupo RBS foi divulgada pelos próprios veículos em mais de uma oportunidade e foi chamada, também, de um “novo modelo de produção de conteúdos”. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2018/06/zero-hora-diario-gaucha-e-radio-gaucha-operam-em-redacao-integrada-cjiex96f40d9v01pafkix1d66.html#:~:text=A%20novidade%20demarca%20a%20integra%C3%A7%C3%A3o,antes%20C%20trabalhavam%20em%20diferentes%20ambientes>. Acesso em: 29 jul. 2020.

<sup>4</sup> As práticas editoriais de GaúchaZH estão disponíveis dentro da própria forma em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2020/11/praticas-editoriais-em-gzh-ckgs5lkxu0049012t1zwnheac.html>. Acesso em: 29 jul. 2020.

jornalistas, já que, em uma redação integrada, a ideia de profissionais multimídias e multitarefas é reforçada e diariamente praticada. O repórter do impresso, por exemplo, passa a produzir também para o rádio e para o site. As rotinas produtivas mudam e os discursos da empresa também, sejam eles feitos de forma interna, para aqueles que trabalham na empresa e precisam acreditar que as mudanças estruturais são formas de crescer profissionalmente, ou externas, para os leitores que consomem aquilo que é produzido pelos veículos. Afinal, não é mais necessário, do ponto de vista financeiro da mídia corporativista, contratar 10 jornalistas se 5 conseguem trabalhar para o jornal impresso, para o site e, também, para a rádio - mesmo que essa prática possa precarizar o trabalho de jornalistas (FÍGARO, 2015).

Nas redações a reestruturação é geral, os sistemas de dados e os bancos de informação são interligados, e com isso a pesquisa e a apuração mudam de ritmo, de forma e de estrutura. Muitas funções desaparecem. As reformas gráficas com cores e formatos enxutos passam a protagonizar as marcas das empresas jornalísticas. Entram no mercado as agências de comunicação que fornecem serviços de relações públicas e assessoria de comunicação (FIGARO, 2015, p.31)

De acordo com Christofolletti (2019), esses enxugamentos das redações respingam no conteúdo jornalístico. Assim, de que forma explicar para o leitor que menos profissionais trabalhando em uma redação não afetará o conteúdo jornalístico que é consumido? Esse é um dos questionamentos que a Carta do Editor de GaúchaZH parece tentar responder ao longo dos acontecimentos e das publicações e que torna o objeto ainda mais rico e curioso.

Entre jornalistas, gestores, empresários e leitores, a integração das redações<sup>5</sup> é usualmente justificada como uma iniciativa de reestruturação para agregar conhecimento e experiência para os profissionais e, principalmente, como forma de oferecer aos leitores conteúdos inovadores e de qualidade. Mas, vem também aliada à necessidade de transformação e renovação do jornalismo frente à crise que é vivida pelas empresas de comunicação - mas não somente elas - e, também, pelos jornalistas e pelo próprio jornalismo (CHRISTOFOLETTI, 2019; SOUZA, 2018).

---

<sup>5</sup> Segundo o Grupo RBS, a integração de redações tem como objetivo o fortalecimento do jornalismo produzido pelas diferentes marcas. Disponível em: <http://www.gruporbs.com.br/noticias/2018/09/24/redacao-integrada-do-grupo-rbs-e-inaugurada-com-transmissao-ao-vivo-da-radio-gaucha/>. Acesso em: 30 jul. 2020.

## **A Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH**

Para podermos conhecer e reconhecer as características e singularidades do objeto de pesquisa aqui apreendido, é necessário apresentá-lo. Assinadas pelo editor ou editora-chefe da Redação Integrada do Grupo RBS, a Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH, é um espaço, até então, entendido como diferente dos editoriais tradicionais e veiculado nas edições de finais de semana do jornal Zero Hora e também na plataforma GaúchaZH, que é o resultado da fusão - e integração das redações - entre o jornal Zero Hora e a Rádio Gaúcha. No jornal impresso, a Carta do Editor está presente nas edições de sábados e domingos, logo nas primeiras páginas. Enquanto isso, na plataforma, a Carta do Editor é apresentada como conteúdo exclusivo, ou seja, apenas assinantes têm acesso e são publicadas também nos finais de semana.

No espaço em questão, além da assinatura explícita, o editor ou editora-chefe discorrem sobre as produções jornalísticas de Zero Hora, Rádio Gaúcha e da plataforma GaúchaZH; sobre os novos conteúdos que carregam no bojo, nas palavras nos próprios editores, valores como inovação, qualidade e exclusividade; sobre os trabalhos realizados pelos profissionais que integram a equipe; e sobre as decisões tomadas pela empresa, e, também, aquelas tomadas dentro da redação pelos próprios editores. Em algumas edições discorrem e enaltecem os feitos e conquistas profissionais de repórteres e demais trabalhadores que integram a redação. Não são espaços diários, mas possuem uma riqueza no sentido de contar aos leitores - e aqui cabe pensar sobre o leitor real, que efetivamente interpreta o texto, e o leitor imaginado, que existe apenas virtualmente e guia a produção do discurso (ORLANDI, 2005; STORCH, 2012) - os bastidores do jornalismo, as glórias e sucessos da profissão ou, ainda, os desafios e provações que vivem os e as jornalistas.

Assim, entende-se que, ao partir do princípio que o conjunto de disposições, percepções e valorações que jornalistas têm de si e do mundo constroem o *ethos jornalístico* que, por sua vez, é uma noção discursiva, ou seja, se constrói através do discurso, faz sentido pensarmos sobre a construção de imagens de si em um contexto turbulento e violento tanto para jornalistas, quanto para a existência do próprio jornalismo. Aqui, pensar sobre a construção do *ethos jornalístico* também diz respeito a reiteração de valores que o jornalismo historicamente diz defender justamente para se manter credível, firme e ainda mais valoroso frente aos leitores. Nesse sentido, por

---

exemplo, é preciso que os leitores acreditem naquilo que a Carta do Editor diz sobre o jornalismo produzido em Zero Hora, rádio Gaúcha e GaúchaZH, mesmo que seja pela repetição constante de determinados valores, como qualidade, exclusividade, inovação, objetividade, credibilidade, etc (todos presentes nas edições selecionadas da Carta do Editor).

Para a pesquisa ainda em construção, foram selecionadas edições da Carta do Editor de janeiro de 2019 a dezembro de 2020. O recorte temporal é justificado por dois principais motivos: o primeiro deles refere-se à posse de Jair Bolsonaro enquanto presidente do Brasil, em 1º de janeiro de 2019, que trouxe consigo uma série de crescentes ataques à imprensa e a jornalistas<sup>6</sup>. Na primeira Carta de 2019, por exemplo, intitulada “Como cobrir o novo governo”, o jornalista e então editor-chefe da Redação Integrada, Carlos Etchichury, fala sobre as principais pautas trabalhadas pelos jornalistas de Zero Hora e GaúchaZH desde a campanha eleitoral de 2018, da importância de espaços jornalísticos nos quais seja possível tratar de opiniões e relatos de profissionais da comunicação (como a própria Carta) e, também, como sugere o título, instruí, de certa forma, como cobrir os temas relacionados ao então novo governo brasileiro.

E 2020 é o ano em que pandemia de COVID-19<sup>7</sup>, doença causada pelo novo Coronavírus e que afetou enormemente todas as nações do mundo, tomou proporções gigantescas que logicamente influenciam o jornalismo e o trabalho de jornalistas. Ainda, é através da observação e da relação entre as Cartas do Editor de 2019 e 2020 que se torna possível traçar paralelos entre os temas e o conteúdo das diferentes datas.

Sabemos que, para além da chamada crise sanitária, a pandemia fez com que se intensificasse uma série de discussões sobre a crise no jornalismo, o mercado de trabalho da comunicação, os modos de fazer jornalismo, o futuro da profissão e, claro, a importância do jornalismo nas sociedades (PATRÍCIO, 2020; FIGARO et al., 2020). Tais discussões não são novas, mas tomaram grandes dimensões, novos caminhos e sentidos.

---

<sup>6</sup> Segundo o Relatório da Federação Nacional dos Jornalistas, em 2019, o número de casos de ataques a veículos de comunicação e a jornalistas chegou a 208, um aumento de 54,07% em relação ao ano anterior, quando foram registradas 135 ocorrências. Disponível em: [https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/01/relatorio\\_fenaj\\_2019.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_fenaj_2019.pdf). Acesso em 30 jul. 2020.

<sup>7</sup> A doença causada pelo novo Coronavírus surgiu em Wuhan, na China, no ano de 2019. Em dezembro de 2019, aconteceram as primeiras notícias da transmissão do vírus pelo território chinês. E, em 31 de dezembro do mesmo ano, as autoridades chinesas emitiram um alerta à Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre uma série de casos de pneumonia de origem desconhecida na cidade de Wuhan. A partir daí, o vírus se espalhou mundialmente e, em 2020, a transmissão, assim como as vítimas fatais e os impactos na realidade social dos milhões de brasileiros e brasileiras se intensificou.

Se antes eram somente pesquisadores e pesquisadoras que desempenhavam um papel de apontar os problemas da profissão, entendê-los e propor soluções, agora os próprios jornalistas passam a realizar essa autocrítica em suas produções jornalísticas e em outros espaços, como os editoriais, por exemplo. E a Carta do Editor, de Zero Hora e de GaúchaZH, também reflete essas questões.

Logo, em um primeiro momento, foi realizada uma observação geral sobre o produto jornalístico com o objetivo de reconhecer os principais temas, a periodicidade da publicação, sobre o que tais cartas podem dizer sobre o jornalismo que conhecemos e discutimos e, também, documentar as pistas que foram constantemente encontradas durante as leituras.

### **Transformações, reconfigurações e crises no jornalismo**

A partir daí, é necessário também contextualizar o objeto de pesquisa em um cenário que se fala constantemente de crises, como a no jornalismo. Quando se fala na crise no jornalismo, a que mais frequentemente se apresenta é a financeira. De fato, não há como negar que a dimensão econômica atravessa o jornalismo e intensifica uma série de questões que também refletem no produto jornalístico.

Desde 2012, por exemplo, o Passaralhos<sup>8</sup>, site que mapeia demissões em massa de jornalistas, apontou 2.327 demissões em redações pelo Brasil. Só a Record, uma das empresas de comunicação que representam o oligopólio midiático brasileiro, em 2012, demitiu 30 jornalistas em uma reformulação da grade. O número representou a demissão de 70% da redação. Em 2014, a RBS, maior conglomerado de mídias do Rio Grande do Sul e que, de certa forma, é representada pelo objeto dessa pesquisa, demitiu 130 profissionais, dos quais 40 eram jornalistas. O grupo negou que estaria vivendo uma crise financeira e justificou as demissões como reestruturação. Ainda, existem diversos outros veículos e empresas representados no mapeamento. Pelas notícias, é possível perceber que as demissões em massa continuam intensas, mas o Passaralhos foi atualizado pela última vez em 2018. Essas reconfigurações suscitam pesquisas extremamente relevantes para pensar sobre o trabalho jornalístico (GROHMANN, 2016; FIGARO; SILVA, 2020) e como as chamadas crises podem ser não apenas discutidas, mas também sentidas na pele por dezenas de profissionais da comunicação.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://passaralhos.voltdata.info/graficos.html>. Acesso em: 30 jul. 2020.

---

No entanto, não são apenas as finanças que podem ser historicamente questionadas e, apesar do vício em pautar no singular, são algumas crises as quais temos a possibilidade de discutir, entendê-las e até mesmo relacioná-las umas as outras. Para Gitlin (2011), por exemplo, que sistematizou os principais problemas enfrentados pelo jornalismo, são cinco as principais frentes de crises: financiamento, circulação, atenção, autoridade e deferência.

Enquanto isso, apesar de não ignorar a literatura sobre crises no jornalismo que atribui os desafios e adversidades vividas a fatores como contradições subjacentes à própria profissão e a tecnologia com a automatização das redações, por exemplo, Souza (2018) sinaliza que muitos dos sintomas da crise no jornalismo são consequências da crise estrutural do capital.

Assim, vale ressaltar que a crise no jornalismo é causa e consequência de fatores que se atravessam em diversos pontos e estão interligados, por isso a proposta de reflexão interseccional e que não privilegia uma ou outra.

O exercício de pontuar, refletir e descrever as crises, que têm sido realizado por diversos pesquisadores (NIELSEN, 2014; ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; CHRISTOFOLETTI, 2019; SOUZA, 2018; PONTES; MICK, 2018), é importante para localizá-las em relação ao mercado brasileiro, além de organizar o conhecimento produzido a respeito dessas questões. É fundamental, também, por possibilitar o reconhecimento de problemas e desafios no jornalismo nas próprias edições da Carta do Editor.

Além disso, ressalta-se que o jornalismo não passa por crises inéditas e únicas. No entanto, Leal, Jácome e Manna (2014) lembram que isso não significa negligenciar ou, ainda, negar as transformações pelas quais o jornalismo passa hoje e em função de inúmeras questões que mudam o tempo inteiro, como a própria pandemia - que intensificou as discussões e estudos sobre desinformação, papel do jornalismo e até deu origem a termos como infodemia -, muitas delas estruturais e que refletem no produto jornalístico, como apontado anteriormente por Christofoletti (2019).

A discussão torna-se ainda mais complexa quando pensamos que, mesmo que o contexto seja um indicativo para a precarização do trabalho jornalístico, como tem sido apontado por diversos pesquisadores e pesquisadoras como Fonseca (2008), Fígaro, Nonato e Grohmann (2013), Mick (2015) e entre outros, ainda, não são poucas as vezes que os próprios jornalistas adotam um discurso passional em relação ao trabalho e a

profissão e, em alguns momentos, em defesa das decisões tomadas pela empresa. No contexto da pesquisa, essas situações são importantes para a compreensão, principalmente, do ethos jornalístico que também tem relação com as discussões sobre identidade de jornalistas (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Além disso, segundo Leal (2011),

Diante de uma possível crise, em que as convenções narrativas e os valores a elas associados são postos em xeque, o jornalismo, em suas diversas modalidades, vem buscando a adesão do seu público de várias maneiras, de modo a se vincular ao mundo não apenas por seu status institucional de relator legítimo de fatos, mas também através de diferentes estratégias textuais que visam à construção da proximidade (p. 114)

Assim, ao relacionarmos a proposição de Leal (2011) com as edições selecionadas da Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH, com tantas mudanças tanto na sua organização interna, quanto nas rotinas de produção e nos próprios produtos jornalísticos, ao que parece tornou-se necessário dar ênfase em um discurso que apresenta possibilidades de se relacionar com os leitores e que, em um primeiro momento, parece possuir caráter diferente do editorial tradicional como conhecemos, assim como dos espaços opinativos e informativos.

### **Resultados e considerações finais**

É importante ressaltar que o percurso metodológico aqui apresentado é apenas o início de uma pesquisa maior e em construção que, por sua vez, trabalha metodologicamente com outro aporte - a Análise do Discurso. Portanto, neste primeiro momento da pesquisa tem-se um trabalho exploratório que adota a Análise de Conteúdo como uma possibilidade metodológica principalmente para realizar observações e captar pistas e, depois, dar continuidade aos desdobramentos que a investigação sobre as edições da Carta do Editor permite.

Segundo Berelson (1952), a Análise de Conteúdo tem como ponto de partida a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifestado pela comunicação e tem por finalidade a interpretação. Ao partir dessa premissa, entende-se que um estudo sistemático é aquele que trabalha com regras definidas. Portanto, diz respeito à busca por dados objetivos - no trabalho em questão, o objetivo é observar quantas edições da Carta do Editor produzem discursos que possuem referência a si (jornalismo a falar de si

---

próprio), qual a diferença quantitativa entre os anos de 2019 e 2020 (e o que isso pode suscitar de questionamentos), e também apresentar os principais temas observados nessa etapa exploratória da pesquisa.

Vale lembrar que mesmo que a objetividade tenha forte relação com o método, a incorporação de marcos teóricos bem definidos é crucial para as investigações. No trabalho, foi preciso compreender as discussões sobre imagem de si e, também, revisar parte da bibliografia produzida sobre crises para, apesar da intenção objetiva dessa primeira etapa da pesquisa, podermos relacionar com o objeto em questão.

Assim, partimos para a sistematização do material coletado na fase de exploração do trabalho. Logo, foram reunidas 52 edições da Carta do Editor ao longo do ano de 2019 e 52 de 2020, o número é o mesmo pois, como já apresentado, as edições da Carta são publicadas todo final de semana, seja no impresso Zero Hora, seja na plataforma GaúchaZH, e acompanham o número de semanas de um ano. Foram somadas, então, 104 edições da Carta do Editor.

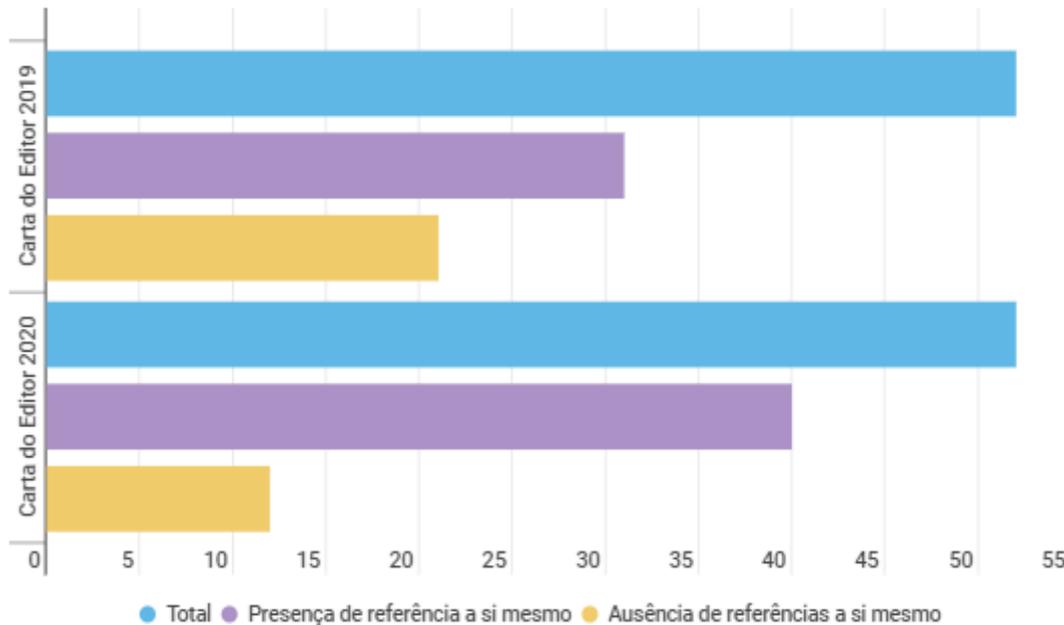
O material coletado foi sistematizado em listas e organizado em duas planilhas no Excel, uma para cada ano. A tabela teve o conteúdo sistematizado a partir de critérios para posterior interpretação como data de publicação das cartas, - estão organizadas cronologicamente, de semana a semana, de janeiro a dezembro. Depois da data de publicação, para visualização, cada carta foi apresentada na tabela a partir do nome do espaço dado (Carta do Editor ou outro nome a ocupar o espaço tradicional das cartas, em caso de ausência do editor ou editora-chefe), do título da publicação, da autoria, se o jornalismo estava a referenciar a si mesmo na edição e, ainda, do tema principal. Em função do volume expressivo da coleta, a primeira filtragem realizada foi feita a partir da coluna sobre a presença de um discurso jornalístico com referências a si mesmo.

A organização da tabela e sistematização das 104 edições coletadas da Carta do Editor foi fundamental para reconhecer as pistas que darão origem a uma pesquisa mais ampla, além de servir como etapa exploratória de observação que suscita diversas outras questões possíveis, como a reflexão que aqui realizamos. Dessa forma, foram 71 edições da Cartas do Editor foram selecionadas a partir da coluna sobre presença de um discurso jornalístico que falava de si mesmo - de 2019, foram selecionadas 31 cartas e, de 2020, 40 cartas.

A partir do gráfico a seguir, é possível visualizar algumas diferenças que suscitam questionamentos e reflexões sobre as edições da Carta do Editor de 2019 e de 2020, tendo

em mente o cenário de transformações políticas, reconfigurações na prática profissional e, também, a discussão sobre crises no jornalismo que não são específicas dos anos em questão, mas que, de certa forma, atravessam-nas.

Gráfico 1 – Amostragem da relação quantitativa das edições da Carta do Editor, de Zero Hora e GaúchaZH, publicadas em 2019 e 2020.



Fonte: Gráfico elaborado pela autora.

A partir da leitura do gráfico, podemos perceber que em 2019 e 2020, ambos selecionados para integrar a pesquisa, são 52 edições da Carta do Editor. Ou seja, como já observado, as publicações são realizadas nas edições impressas de Zero Hora de finais de semana e também na plataforma GaúchaZH, portanto, obedecem a ordem cronológica das semanas do ano. Além disso, em ambos os anos, é possível perceber que há a construção de imagens de si a partir da referência a si mesmo nas diferentes edições da Carta do Editor, mesmo que em maior ou menor quantidade, como visto no gráfico.

Assim, vale atentar para as diferenças mais notáveis. Em 2019, por exemplo, do total de 52 edições da Carta do Editor, 31 possuíam referências a si mesmo, enquanto 21 não faziam referências diretas a si. Já em 2020, o discurso de referências a si mesmo e que é compreendido no sentido de construir imagens de si mesmo - o ethos jornalístico - esteve presente em 40 edições dos 52 totais do ano. Apenas 12 não falam de si diretamente.

---

Além das observações quantitativas, foi possível reconhecer seis principais eixos temáticos entre as edições de 2019 e 2020. O reconhecimento dos temas constantemente presentes faz sentido para entendermos, principalmente, a relação com a construção de imagens de si um contexto de transformações, reconfigurações e crises (no jornalismo, como trabalhamos aqui, mas não somente nele). Sendo assim, são eles: linha editorial, que diz respeito, principalmente, a determinadas escolhas realizadas na Redação Integrada e que tem como objetivo a coerência com a linha editorial dos veículos do Grupo RBS; prática e profissão, eixo que tematiza questões sobre o cotidiano da prática jornalística, o papel do jornalista, além de tratar também sobre elementos que são tidos como intrínsecos a prática jornalística (como a obstinação de repórteres e a paixão pela profissão, por exemplo); a relação com leitores, eixo que fala sobre as produções de ZH, rádio Gaúcha e GZH serem planejadas sempre pensando nos leitores, ou seja, apresenta uma constante tentativa de aproximação com os leitores; rotinas produtivas, que fala diretamente sobre o dia a dia de produção dos editores, repórteres, fotógrafos, comunicadores e demais profissionais da Redação Integrada, e pauta, também, as mudanças nas rotinas produtivas com a chegada da pandemia e a adoção do modelo *home office*; valores e princípios, eixo que está diretamente relacionado ao ethos jornalístico principalmente por se tratar de um discurso que além de atribuir valores e princípios para o jornalismo – tanto para o jornalismo enquanto instituição, quanto para o jornalismo produzidos por veículos do Grupo RBS –, também reforça valores que são foram historicamente atribuídos ao jornalismo, como o clássico dueto imparcialidade e objetividade; e finalmente, o sexto eixo temática trata-se do veículo ou empresa, ou seja, pautam acontecimentos, celebrações e outros marcos históricos relacionados aos veículos do Grupo RBS, como os jornais Zero Hora e Diário Gaúcho, a rádio Gaúcha e a plataforma GaúchaZH, além de enaltecer a própria empresa

Além de refletirmos sobre a presença de um discurso jornalístico que faz referências constantes a si mesmo, aqui cabe refletirmos também sobre as diferenças entre 2019 e 2020. No último ano da coleta, foram 9 edições a mais nas quais o discurso sobre si mesmo se fez presente. Dito isso, lembramos que, na pesquisa, partimos da compreensão que as edições da Carta do Editor estão inseridas em um grande contexto de transformações e reconfigurações do jornalismo que, por vezes, também pode ser entendido como um contexto em que se vive as crises no jornalismo. Também, é em 2020 que o Coronavírus, como já explicado anteriormente, obriga e posteriormente estimula

uma série de mudanças no jornalismo, como o *home office*, a reportagem a distância, o esvaziamento das redações físicas, a criação e o estímulo de redações virtuais, etc.

Portanto, compreendemos que o aumento do discurso jornalístico sobre si mesmo, além de participar da construção do ethos jornalístico (MAINGUENEAU, 2008) como uma forma de mostrar ao leitores o que é o jornalismo, o porquê de determinadas escolhas e a razão dele ser como hoje conhecemos - pelo menos em Zero Hora e em Gaúcha ZH, veículos em questão - também se apresenta como uma forma de se fazer legítimo em um cenário político, econômico e social conturbado no qual o jornalismo, assim como métodos de apuração, critérios de noticiabilidade e modos de produção, passam a ser questionados - e não apenas por outros jornalistas, pesquisadores ou demais profissionais da área, mas sim por uma grande parcela da população brasileira.

Como postula Leal (2011), frente às possíveis crises que são vividas por jornais, assim como por jornalistas, em que as convenções narrativas e os valores a elas associados são postos em xeque, o jornalismo, em suas diversas modalidades, vem buscando a adesão do seu público de várias maneiras, a além da vinculação ao mundo pelo status institucional de relator legítimo dos fatos, tem também construído formas de se postar junto aos leitores de modo a construir e estabelecer proximidade.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, CW; BELL, E.; SHIRKY, C. **Jornalismo Pós-Industrial**: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo da ESPM, ano 2, n. 5, p. 30- 89, 2013.

BERELSON, B. **Content analysis in communication research**. Nova Iorque: Free Press, 1952

CHARRON, J.; BONVILLE, J. de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, 2019.

FIGARO, R. **Jornalismos e Trabalho de Jornalistas**: desafios para as novas gerações no século XXI. Revista Parágrafo, v.2, n.2, 2015.

FIGARO, R.; SILVA, A. F. M. da. **A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma**: O caso das mudanças no jornalismo. Contracampo, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020.

FÍGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, R. et al. **O trabalho do comunicador durante a pandemia da Covid-19.** Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 19, n. 35, 2020.

FONSECA, V. P. S. **Questões sobre a identidade do jornalista contemporâneo.** Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 5, n. 2, p. 129-140, 2008

GITLIN, T. A Surfeit of Crises: circulation, revenue, attention, authority, and deference. In: MCCHESENEY, R.; PICKARD, V. (org) **Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix It**. Nova York: The New Press, 2011.

GROHMANN, R. **O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: di-mensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários.** Estudos em jornalismo e mídia, v. 13, n. 1, p. 6-18, 2016.

LEAL, B. S. As estéticas do jornalismo em transformação: perspectivas de pesquisa em comunicação. In: BERGER; Christa; SILVA, Gislene; KUNSCH, Dimas; ALBUQUERQUE, A.. (Org.). **Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas.** 1ed.Salvador: UFBA, 2011, v. 1, p. 103-118.

LEAL, B. S.; JÁCOME, P.; MANNA, N. A **“crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece.** LÍBERO, n. 34, p. 145-154, 2014.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação.** São Paulo: Cortez, 2008.

MICK, J. **Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades.** Pauta Geral, v. 2, n. 1, p. 15-37, 2015.

NIELSEN, R. The many crises of Western journalism: a comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. In: ALEXANDER, J.; BREESE, E.; LUENGO, M. (Eds). **The crisis of journalism reconsidered.** New York: Cambridge University Press, 2016.

ORLANDI, E. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2005.

PATRÍCIO, E. **Jornalismo e pandemia – Impactos da Covid-19 nas rotinas de produção do jornalismo independente.** Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, p.1-18, 2020.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais.** Intexto: UFRGS, v.1, n.24, p.38-57, jan./jun. 2011.

PONTES, F. S.; MICK, J. **Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017).** Encontro Nacional da Compós, v. 16, 2018.

SOUZA, R. B. **A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais.** Revista Intercom, v. 41, n. 2, 2018.

STORCH, L. **O leitor imaginado no jornalismo de revista: uma proposta metodológica.** Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

TAVARES, C. Q.; XAVIER, C.; PONTES, F. S. **Os jornalistas brasileiros em contextos de crises.** E-Compós. 2021.

TRAVANCAS, I. **O mundo dos jornalistas.** São Paulo: Summus, 1993.