

---

## O princípio dialógico como caminho para uma prática jornalística fundamentada no Pensamento Complexo<sup>1</sup>

Marisvaldo Silva Lima<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo aprofundar a noção de dialogia, postulada por Edgar Morin ao longo de sua obra, como um conceito fundamental do pensamento complexo e como caminho metodológico que pode qualificar as coberturas jornalísticas de temas de interesse público. Analiso neste estudo a cobertura de veículos informativos online sobre o anúncio das empresas americanas e canadense encolhidas para operar no Centro Espacial de Alcântara, em geral composta por produtos pautados no ideal de objetividade jornalística, e como as abordagens dadas empobrecem o debate público sobre esse acontecimento social, ao produzir um discurso monológico e monofônico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Dialogia; Pensamento complexo; Cobertura jornalística; Centro Espacial de Alcântara

### INTRODUÇÃO

As tentativas de caracterizar e definir o jornalismo encontram sempre uma pluralidade de conceitos e noções, que vão das mais idealistas às mais pragmáticas - além de uma diversidade de formatos -, não cabendo hoje dizer jornalismo e sim jornalismos. Por conta da pluralidade de noções sobre esta prática social, quando a questão envolver um veículo informativo de comunicação, a pergunta a ser feita será de que jornalismo estamos falando? Em sua definição de jornalismo, Wilson Gomes esclarece que ele não é nem estritamente um serviço prestado à sociedade e não se resume a um modelo de negócio. O que caracteriza um veículo jornalístico é o produto que ele gera: a informação. “Ele oferece informação sobre determinados âmbitos da atualidade, nos padrões de qualidade, velocidade e profundidade demandados” (GOMES, 2012, p. 82).

Os diversos formatos jornalísticos são importantes para levar informação a uma determinada audiência e são capazes de fazer circular dados, opiniões, argumentos e representações sobre os acontecimentos sociais que servem para subsidiar debates em âmbitos públicos e privados. Entretanto, frequentemente, os espaços dados nos veículos em coberturas jornalísticas acabam recorrendo a ideais fundamentais do jornalismo, que, ao invés de qualificar o debate público, empobrecem a compreensão de determinados

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: mlimajornalista@gmail.com

---

acontecimentos sociais e, não raro, incorre em silenciamentos, representações distorcidas e abordagens reducionistas ou episódicas.

Como é possível então alcançar algum nível de complexidade em produtos jornalísticos em uma sociedade que cada vez mais exige noticiabilidade “em tempo real”? Acredito que a noção de dialogia, conforme postulada por Edgar Morin (2003), dá algumas pistas de como é possível a jornalistas o exercício intelectual de buscar o horizonte da complexidade. Dialogia refere-se a uma possibilidade de enxergar o mundo, de compreender as diversas dimensões da realidade na busca da compreensão do todo, trata da articulação de ideias antagônicas (ou não) e complementares (ou não) que busquem a religação de diferentes saberes. Portanto, traço como objetivo central desse escrito pensar e discutir o princípio dialógico, a partir dos escritos de Morin, como processo qualificador da prática jornalística.

## **1 JORNALISMO COMO LUGAR DA ARGUMENTAÇÃO PÚBLICA**

O jornalismo é, indiscutivelmente, um lugar de debate. Os discursos emitidos pelos veículos jornalísticos de mídia de massa compõem, com os diversos discursos emitidos por outras instituições, um repertório que ingressa em âmbitos públicos e privados, subsidiando debates, formando consensos e dando voz a atores sociais que utilizam a esfera de visibilidade midiática (GOMES, 2008) para tentar influenciar a opinião pública sobre os temas de interesse coletivo. Assim, o jornalismo é “um *locus* para a articulação pública, negociação e disputa em torno de uma ampla gama de questões”, conforme aponta Rousiley Maia (2018, p. 60), um ambiente profícuo para “trazer assuntos até o público, expressar opiniões e trocar argumentos em torno das posições tomadas, construindo, dessa forma, agendas e debates que se estendem através do tempo e do espaço” (MAIA, 2018, p. 60).

Os meios de comunicação servem, contemporaneamente, como concessionários da visibilidade e desempenham um papel imprescindível para as sociabilidades e para a definição da esfera pública – uma esfera essencialmente midiática (GOMES, 2008, p. 130). Para este autor, essa nova configuração da esfera pública, essencialmente formada pelos *media*, não só permite, mas também fomenta o debate público e forma opiniões sobre os acontecimentos sociais.

O campo midiático, e especificamente o jornalismo enquanto instituição social, ocupa posto de destaque na maioria dos países capitalistas e os textos por ele emitidos em

seus diversos gêneros são profícuos para o exame das condições de uma determinada sociedade. Eles, os textos midiáticos, podem ser lidos como “a face mais visível e determinante da esfera pública” (MARTINS, 2018, p. 160), resultado de inúmeras interações entre os operadores do campo jornalístico, governos e outras fontes sociais.

Entretanto, é possível realçar que, apesar de ser concebido como o lugar do diálogo, da argumentação pública e do debate para formação de ideias, o jornalismo, em suas formas tidas como de referência, opera pela lógica de beneficiamento de determinadas fontes em detrimento de outras, da seleção de determinadas vozes e exclusão de outras. Norman Fairclough (2016), ao abordar o discurso jornalístico, afirma que as vozes das classes econômicas e políticas hegemônicas são aquelas que mais frequentemente serão tratadas como confiáveis pelos jornalistas. Assim, “a mídia de notícias efetiva o trabalho ideológico de transmitir as vozes do poder em uma forma disfarçada e oculta” (FAIRCLOUGH, 2016, p. 150).

O discurso jornalístico pode ser visto como uma das instâncias midiáticas mais significativas para a representação das identidades sociais. “Os meios de comunicação promoveram uma re-organização dos processos de aprendizagem, de conversação cívica e de mobilização” (MAIA, 2006, p. 15). Entretanto, os *media* demonstram um caráter imensamente ambivalente: apesar de suas potencialidades para o bem comum e avanço das cidadanias, nem sempre esse potencial se concretiza. Carlos Locatelli afirma a esse respeito que “uma vez que reconhecido esse potencial democrático não significa necessariamente que ele se realiza de modo idêntico em cada contexto histórico, cenário político, relações sociais e condições de produção” (LOCATELLI, 2014, p. 50)

Portanto, os jornalisismos podem ser concebidos sinteticamente como uma importante arena em que temas e atores sociais chegam à esfera de visibilidade. Também é possível conceber que os jornalistas operam esse maquinário discursivo privilegiado a partir de regimes e rotinas de seleção, edição e publicação que resguardam uma potencialidade de promoção da conversação, argumentação pública, da dialogia de conflitos e visões de mundo na construção noticiosa que permite a ampla compreensão do fato noticiado. Entretanto, é preciso fazer uma ressalva, pois nem sempre essas potencialidades saem do campo do idealismo sobre a profissão. Nas palavras de Rousiley Maia, “os *media* de massa, concebidos como uma importante arena, podem tanto inibir, ou mesmo, obstruir os debates públicos quanto fazê-los avançar” (MAIA, 2011, p. 270).

---

## 2 DIALOGIA: A BUSCA PELO PENSAMENTO COMPLEXO

Frequentemente, observo que pesquisadores do campo incorrem em uma imprecisão conceitual ao abordar o tema da dialogia, confundida muitas vezes com o termo semelhante “dialética”, mas que carrega em si uma carga semântica diferente. Dialética vem do grego *dialektiké* e significa, grosso modo, a arte do diálogo e da discussão. Entretanto, a dialogia moriniana se manifesta como um princípio transdisciplinar de construção de conhecimento baseado na ideia de unidade na diversidade e diversidade na unidade (MORIN, 2003).

Em Morin, o princípio dialógico se apresenta como fio condutor para a compreensão do todo através da coexistência de ideias e saberes antagônicos (ou não) e complementares (ou não). Morin considera como dialogia a religação da diversidade de saberes e recupera a máxima de Pascal: “o contrário da verdade não é um erro, mas uma verdade contrária” (MORIN, 2002, p. 19). Nesse trabalho, considero a dialogia como uma potência qualificadora do processo noticioso, como modo de encontrar explicações para acontecimentos do mundo cotidiano em busca da compreensão de sua complexidade intrínseca. Um processo que se constrói enquanto horizonte contínuo, não como elemento normativo ou estritamente metodológico.

No bojo do pensamento complexo, formulado por Morin, a dialogia se manifesta como um caminho imprescindível e um dos princípios fundamentais desta busca. A complexidade, conforme aponta o autor, se manifesta na possibilidade de unir diversos saberes – *Unitas Complex*: unidade na diversidade (MORIN, 2005), uma forma de pensar que não rejeita as contradições e, por conseguinte, amplia a compreensão sobre determinado fenômeno.

A respeito do pensamento dialógico, Morin chega a considerá-lo um modo de vida: “É quase instintivamente que, diante de qualquer ideia, procuro seu contrário. Vivo sem tréguas assaltado pelas verdades contrárias, pelos imperativos contrários. Às vezes, posso ultrapassar/deslocar a contradição encontrando um metaterreno ou metaponto de vista” (2002, p. 65). O pensamento fundamentado no princípio dialógico não opera pela recusa, mas pela integração das realidades complexas. O autor se aprofunda na concepção de dialogismo como modo de pensar que valoriza a pluralidade do mundo, pluralidade essa que é inerente à existência humana em nosso tempo. Ele escreve: “assim, mais que nunca e plenamente vivo, submeto-me e me alimento da dialógica permanente entre fé e

---

o ceticismo, misticismo e racionalidade. O trabalho das contradições continua” (Morin, 2002, p. 68).

A respeito dos escritos de Morin sobre a dialogia é possível inferir que é através desse princípio que me relaciono com o mundo e me torno sujeito em minha realidade. Não existe sujeito que se constitui monologicamente. É através da interação com pessoas, realidades e situações diversas que formo minha subjetividade. O “eu” sempre é resultado de tensões, negociações e concessões com o “outro”.

E os jornalismo nesse quadro? Iniciei a sessão anterior afirmando que o jornalismo é essencialmente o lugar da conversação, da argumentação. Por meio dos escritos de alguns autores, mostrei que os veículos jornalísticos se apresentam como uma importante plataforma de articulação para atores e grupos sociais, mas que frequentemente os grupos minoritários são alvos de representações distorcidas no campo jornalístico. Os jornalismo como reflexo da ação do homem (um ser essencialmente dialógico) se abrem ou se fecham à dialogia?

A notícia, unidade (ou produto) principal da ação de jornalistas, é resultado de processos de apuração, seleção e edição rigorosos que transformam acontecimentos do mundo em informação sistematizada. Os jornalismo podem e devem se abrir à riqueza presente nas diferenças, na complexidade das realidades e na interação humana. Somente observando a potência da pluralidade e se imbuindo do princípio dialógico, é possível que um produto jornalístico chegue a algum nível de complexidade. Volto a Morin para justificar minha premissa. Para ele, “o sentido de uma palavra não é uma unidade, não somente porque uma palavra, produto de um processo muito complexo, é com frequência polissêmica, mas, sobretudo, porque o sentido requer descrições e definições a partir de outras palavras e frases” (Morin, 2005, p. 207)

Contextualizando a citação do escritor francês, podemos considerar que as técnicas de construção da notícia – esse fazer essencialmente discursivo, são imensamente guiadas por processos subjetivos, muito mais do que defendem aqueles que se dizem adeptos da pretensa objetividade jornalística. Assim, longe (e perto) de querer ser idealista sobre a prática, defendo que adotar um pensamento dialógico, resulta em contemplar uma diversidade muito maior de sujeitos e abordagens nas coberturas jornalísticas.

Em síntese, o pensar dialógico, que se apresenta como uma ambição abstrata, resulta aqui em um aspecto visível, o da polifonia, entendido como “aquele em que o dialogismo se deixa ver, aquele em que são percebidas muitas vozes” (BARROS, 2005,

p. 35). Um texto polifônico é resultado de uma ação dialógica e nele são percebidas muitas vozes. Obviamente, há textos que são monofônicos e textos que são polifônicos. A esse respeito, Samuel Mateus escreve que: “Cabe à polifonia sustentar o princípio dialógico que significa um desdobramento discursivo em que obra uma literária dialoga, se envolve e é enformada por outras obras e vozes” (2021, p. 84).

### 3 TRILHAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Para análise, escolhi cinco textos noticiosos publicados entre os dias 27 e 30 de abril de 2021, por ocasião do anúncio feito pelo governo brasileiro das empresas que irão operar as atividades de lançamentos no CEA. A cerimônia de anúncio ocorreu na Base Aérea de Brasília, em 28 de abril de 2021 e é um desdobramento do Acordo de Salvaguardas Tecnológicas (AST), firmado entre os governos brasileiro e estadunidense que permite a exploração comercial da base cívico-militar brasileira por empresas estrangeiras.

As empresas escolhidas foram as norte-americanas Hyperion, responsável pela operação do sistema de plataforma de lançamento do Veículo Lançador de Satélites (VLS); Orion Ast, responsável pelo lançador suborbital; a Virgin Orbit, que vai gerir o aeroporto local - as três dos Estados Unidos; além da empresa canadense C6 Launch, responsável pelo perfilador.<sup>3</sup>

O *corpus* de análise é composto por materiais jornalísticos publicados em importantes sites de notícias do país, escolhidas a partir de pesquisa no Google e na base de dados dos veículos a fim de observar como a mídia jornalística online cobriu esse acontecimento. Os materiais estão organizados por ordem de data de publicação no Quadro 01.

Quadro 1 – *Corpus* empírico da análise

<b>Veículo</b>	<b>Matéria</b>	<b>Data</b>
<i>Estado de São Paulo</i>	Base de Alcântara fecha primeiras parcerias com empresas para lançamento de satélites	27/04/2021
<i>O Globo</i>	As primeiras empresas a firmarem contrato com a base de Alcântara	28/04/2021
<i>Blog Mensageiro Sideral/Jornal Folha de S.Paulo</i>	Governo brasileiro anuncia seleção de 4 empresas para exploração comercial de Alcântara	28/04/2021

<sup>3</sup> Notícia publicada pelo governo brasileiro em 28 abr. 2021: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2021/abril/governo-federal-anuncia-empresas-selecionadas-para-operacao-do-centro-espacial-de-alcantara>

<i>Portal G1</i>	Governo anuncia 4 empresas estrangeiras que irão operar no Centro de Lançamento de Alcântara, no MA	29/04/2021
<i>Jornal Brasil de Fato</i>	Governo entrega exploração da Base de Alcântara para empresas	30/04/2021

Fonte: Autor, 2021.

Para observação dos materiais, elaborei uma matriz analítica discursiva inspirada no modelo metodológico proposto por Samuel Mateus (2021) em que o autor constrói bases teóricas e práticas para investigação do discurso dos meios de comunicação. Conforme o autor, “os textos midiáticos são lugares de negociação intensa que reflectem operações de selecção determinantes para valorizar/desvalorizar pontos de vista ou construir/desconstruir discursos já estabelecidos” (MATEUS, 2021, p. 202).

Assim, o modelo proposto por esse autor, centra-se na capacidade que os veículos têm de produzir, disseminar e reproduzir representações sociais, “e fornece um quadro analítico para observar o funcionamento discursivo da comunicação de massas e descrever de que modo os indivíduos interagem com esses discursos, os integram e os transformam nas suas relações com o mundo” (MATEUS, 2021, p. 29).

A matriz analítica se debruça sobre certos aspectos do *corpus*: 1) as condições de produção, que consiste na avaliação de práticas socioculturais e históricas dos veículos; 2) análise do texto visual, que busca fazer uma análise do conteúdo imagético utilizado; 3) análise linguística, que, entre outros elementos, se centra na análise lexical, verbos e mecanismos linguísticos presentes no corpus, e; 4) análise das estratégias discursivas, que busca identificar estruturas ideológicas, enquadramentos e sub-enquadramentos nos materiais. O Quadro 02 apresenta sinteticamente o caminho metodológico escolhido.

Quadro 02 – Esquema analítico

<b>Matriz de análise do discurso midiático</b>			
<i>Condições de produção</i>	<i>Análise do discurso visual</i>	<i>Análise linguística do texto</i>	<i>Estratégias discursivas</i>
Procedimento: Análise das práticas sociais, culturais, políticas e históricas	Procedimento: Análise do conteúdo das imagens	Procedimento: Análise lexical e mecanismos linguísticos	Procedimento: Identificação de estruturas ideológicas e enquadramentos

Fonte: Adaptado de Mateus (2021).

#### **4 ANÁLISE DA COBERTURA DOS DESDOBRAMENTOS DO AST EUA-BRASIL**



#### 4.1 Condições de produção

A primeira etapa de análise consiste na identificação das práticas socioculturais, políticas e históricas. Com exceção dos jornais *Estado de São Paulo* e *Folha de S.Paulo*, os outros três veículos apresentam textos curtos, de apenas alguns parágrafos. Neste ponto, pode-se observar que em geral os materiais possuem número de caracteres bastante restritos, que articulam texto verbal e não-verbal (imagens) acerca do anúncio das empresas escolhidas pelo governo brasileiro para operar no CEA.

Interessante observar que dos cinco veículos, apenas o jornal *Brasil de Fato*, veículo politicamente posicionado como de esquerda, tem abertamente se posicionado contrário ao AST assinado em 2019. *Folha de S.Paulo*, *Estado de S.Paulo*, *O Globo* e *G1* participam da chamada mídia hegemônica.

#### 4.2 Análise do discurso visual

A dimensão visual do discurso construído por quatro dos cinco veículos estudados remete aos mesmos objetos: a plataforma de lançamento e as torres de transmissão dispostas ao seu redor, todas registradas “de baixo para cima”, mostrando a magnitude da estrutura altamente tecnológica, contrastando com o céu azul ao fundo. Interessante notar que os diferentes veículos, constroem diferentes materiais textuais, feitos por diferentes profissionais do jornalismo, mas recorrem a imagens pertencentes ao mesmo campo composicional para ilustrar suas matérias sem repeti-las nas Figuras de 01 a 04, o apelo à tecnologia espacial.

Figura 1 – Plataforma de lançamento com foguete acoplado



Fonte: Jornal *O Globo* (2021)



Figura 02 – Estrutura da plataforma de lançamento vista da estrada de acesso



Fonte: *Jornal Estado de S.Paulo* (2021)

Figura 03 – Plataforma de lançamento do CEA



Fonte: *Portal G1* (2021)

Figura 04 – Vista da estrutura da plataforma de lançamento



Fonte: *Jornal Brasil de Fato* (2021)

A exceção entre os veículos é o *Blog Mensageiro Sideral/Folha de S.Paulo* que ilustra o texto com uma montagem creditada ao Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) em que são listadas as empresas estado-unidenses e canadense e a função a ser exercida por elas na base de lançamentos (Figura 05). Ainda que não seja o ponto central na imagem apresentada pelo veículo, a plataforma de lançamentos aparece na montagem juntamente com outros ambientes do Centro Espacial de Alcântara.

Figura 05 – Reprodução de slide de apresentação



Fonte: MCTI (2021)

Assim, noto uma coerência argumentativa no discurso visual dos cinco veículos investigados que fomenta o ideário da tecnologia espacial, dos foguetes, dos lançamentos de projéteis ao espaço e (porque não) das viagens espaciais. Note-se que aquilo que aponta para os céus recebe maior valoração que qualquer outro elemento, como a sala de controle, qualquer fachada ou mesmo seres humanos (funcionários e moradores das comunidades remanescentes de quilombos ao redor do CEA).

### 4.3 Análise linguística dos textos

Os materiais textuais verbais também oferecem um rico arcabouço para a compreensão do discurso midiático sobre o contexto estudado. As chamadas das matérias aludem para uma cobertura sincrônica ao acontecimento (o anúncio governamental), mas somente o *Brasil de Fato*, utiliza no título palavras que expressam seu posicionamento contrário à medida. Ao usar o termo “entrega exploração” ao referir-se à ação do governo, faz uma escolha lexical que expressa abertamente seu lugar no espectro político e

ideológico. *O Mensageiro Sideral/Folha de São Paulo* também utiliza o substantivo feminino “exploração”, mas acrescido do adjetivo “comercial”, que suaviza qualquer interpretação negativa à primeira vista. Os outros três veículos centram-se numa nomeação discreta do fato: *O Globo* utiliza “firmarem contrato”, o *GI* diz que empresas “irão operar” e *Estado de S.Paulo* chama o anúncio de “primeiras parcerias”.

O texto verbal de *Estado de S.Paulo* estrutura-se na demarcação dos desdobramentos do AST de 2019 que foi aprovado no Congresso Brasileiro em novembro de 2020, assim o veículo trata da escolha das empresas como: “primeiras parcerias”, “passarão a explorar”, “acordos com a iniciativas privadas”, “atraindo a exploração comercial”, “indústria crescente”, “estreia de Alcântara”, “lançamentos não-governamentais”; fechando o texto com a inserção de valores que o setor comercial pode lucrar com as atividades no CEA: “algo em torno de US\$ 20 bilhões até 2030” em um setor que pode render “o valor de US\$ 1 trilhão” até 2040.

*O Globo* estrutura seu texto a partir da identificação das empresas selecionadas pelo governo para “desenvolver produtos e tecnologias” no CEA, nomeando a sua abertura para empresas estrangeiras como “uso compartilhado”, alegando que a ação vai “tornar a Base de Alcântara referência para o setor”, comparando-as como outras bases e prevendo que os primeiros lançamentos espaciais devem ocorrer em 2022.

*Mensageiro Sideral/Folha de S.Paulo* também estrutura seu texto verbal a partir do anúncio do governo. Entretanto o material é mais cético que os outros dois ao tratar do assunto: “É boa notícia? É. Mas não tão boa quanto o pessoal do governo quer fazer crer”, também classifica as empresas estrangeiras como “pequenas” e realça que o processo de seleção “não envolveu a Lei de Licitações”. Ao referir-se às empresas, ressalta o fato de apenas uma delas, a Virgin Orbit, possui veículo lançador de satélite. Quanto ao aparato tecnológico das outras empresas, o texto hesita: “na melhor das hipóteses, existem no papel e em apresentações de PowerPoint”. Ao abordar a situação do Programa Espacial Brasileiro (PEB) o denomina como “estagnado” e classifica as parcerias internacionais do Brasil como experiência “vexatória” que resultaram “em lama”. Apesar dos pontos críticos à proposta, o texto ressalta que “essa nova empreitada” pode ser mais exitosa que “esforços anteriores”, e finaliza citando uma o ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Marcos Pontes: “a espera já foi longa demais”.

*Portal GI* estrutura seu texto verbal a partir do anúncio das empresas escolhidas para “realizar operações de lançamento” não militares e apresenta essa ação como “um

desdobramento” do AST EUA-Brasil de 2019, que “permite o uso comercial” da base pelo qual “o Brasil receberá recursos” que podem ser destinados ao PEB. Entretanto, esse texto vai além do acontecimento e apresenta outra perspectiva: o histórico conflito territorial com as comunidades quilombolas que “perderam suas terras e foram remanejados” na década de 1980 e as recentes ameaças de deslocamento de cerca de 800 famílias, resultantes da promulgação do AST EUA-Brasil, afirmando que “30 comunidades podem ser afetadas”.

O texto do *Brasil de Fato* parte, assim como os outros, do evento promovido pelo governo brasileiro e afirma que as quatro empresas foram “contratadas para realizar operações de lançamento” e “negociarão contratos” com o governo. O texto também apresenta aspectos que o veículo denomina como “subordinação” brasileira aos interesses dos EUA, que “explorarão o território nacional”, já que o texto do AST garante uma “área restrita” a brasileiros na área da base de lançamentos.

Em síntese, os veículos apresentam distintas abordagens, mas os materiais são perpassados pelo mesmo campo interpretativo: a abordagem tecnológica e os aspectos comerciais da proposta. O exame das estratégias discursivas pode corroborar minha colocação.

#### 4.4 Estratégias discursivas

Como estratégias discursivas, identifiquei dois padrões de *frame* nos textos: Acríticos e Críticos. O primeiro se refere a textos em que não são apresentados contrapontos ao fato noticiado, ou seja, sem relacionar o evento atual com outros aspectos ou encadeá-los numa perspectiva histórica. O segundo, se refere a textos em que se observa uma contraposição ao acontecimento social, ou seja, em que ele não é tomado como fato único e isolado.

Assim, chego à conclusão de que *Estado de S.Paulo* e *O Globo* operam coberturas acríicas apoiadas em argumentos estritamente tecnológicos e comerciais (no caso do primeiro) e puramente tecnológicos (no caso do segundo). *Folha de S.Paulo*, *G1* e *Brasil de Fato* operam enquadramentos críticos, baseados em: argumentos tecnológico e político no primeiro; e tecnológico e conflito territorial nos outros dois. O Quadro 03 sintetiza essa classificação.

Quadro 03 – Classificação de enquadramentos

<b>Enquadramentos e argumentos identificados</b>		
<i>Veículo</i>	<i>Enquadramento</i>	<i>Argumentos</i>
<i>Estado de S.Paulo</i>	Acrítico	Tecnológico Comercial
<i>O Globo</i>	Acrítico	Tecnológico
<i>Mensageiro Sideral/Folha de S.Paulo</i>	Crítico	Tecnológico Político
<i>G1</i>	Crítico	Tecnológico Conflito territorial
<i>Brasil de Fato</i>	Crítico	Tecnológico Soberania nacional

Fonte: Autor (2021).

Outro aspecto a ser considerado nesta etapa de análise é a que fontes jornalistas recorrem para compor seu repertório informativo, a que vozes e tores sociais são dados espaços nas coberturas por meio da classificação de fontes.

#### Quadro 04 – Classificação de fontes

<b>As vozes do acontecimento</b>		
<i>Veículo</i>	<i>Ator social</i>	<i>Classificação</i>
<i>Estado de S.Paulo</i>	Jornalista - Carlos Moura, presidente da Agência Espacial Brasileira (AEB)	Monofônico
<i>O Globo</i>	- Jornalista	Monofônico
<i>Mensageiro Sideral/Folha de S.Paulo</i>	- Jornalista - Marcos Pontes, ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação - Empresa Virgin Orbit	Monofônico
<i>G1</i>	- Jornalista	Monofônico
<i>Brasil de Fato</i>	- Jornalista	Monofônico

Fonte: Autor (2021).

Chego à conclusão de que os veículos estudados realizam coberturas estritamente monofônicas, apesar de dois deles apresentarem duas ou mais vozes e não se centraram estritamente na narrativa do(a) jornalista. Por que monofônicas mesmo aquelas em que há mais de uma voz? Acredito que polifonia representa o princípio da diversidade das vozes. Onde estão os atingidos pela base? Onde estão os quilombolas da cidade de Alcântara que estão ameaçados de remanejamento? Onde está a frente parlamentar que defende as comunidades quilombolas? Onde estão as instituições do terceiro setor que compõem uma rede de apoio aos atingidos? Onde está o Movimento dos Atingidos Pela Base Espacial, o Mabe? Não se trata da argumentação pró ou contra a parceria com as



---

empresas estrangeiras, mas de garantir diversidade na unidade, como diria Morin. Portanto, no período estudado, os veículos selecionados constroem narrativas estritamente monofônicas e, por conseguinte, monológicas.

A respeito do material analisado, observo que os veículos investigados realizam coberturas monológicas, síncronas e monofônicas. Por meio de minha análise, foi possível inferir que ainda que se abra para uma perspectiva crítica, somente uma cobertura que privilegie aspectos diacrônicos e a polifonia de vozes nos textos pode se caracterizar como dialógica. Um texto jornalístico pode ser imensamente crítico a um determinado acontecimento, mas ainda assim realizar uma construção monológica. Lembro neste ponto de Mateus (2021) que classifica a polifonia como a manifestação da dialogia e defendo que um pensamento dialógico é um horizonte infinito, um exercício intelectual na busca de ascender ao pensamento complexo, como bem pontuou Morin (2005, p. 240), “a dialógica não supera as contradições radicais, considera-as como insuperáveis e vitais, enfrenta-as e integra-as no pensamento”.

## CONSIDERAÇÕES

Este artigo fundamentado na noção de dialogia, na proposta de Edgar Morin, investigou como os jornalismo podem se apropriar desse conceito basilar do pensamento complexo e qualificar as coberturas midiáticas que realizam. Discuti num primeiro momento o papel do jornalismo enquanto instituição socialmente legitimada, cujo papel fundamental é garantir a argumentação dos diversos atores sociais em torno dos temas de interesse público. Abordei também o papel da dialogia, como modo de ser, pensar e agir no mundo que contempla a diversidade, a contrariedade, a complementariedade e a contradição, ou seja, que não rejeita a diversidade de lógicas, mas agrega. Meu entendimento é que se há alguma indicação metodológica a ser seguida é estritamente a necessidade de garantir a polifonia como o aspecto mais visível de um jornalismo dialógico e, portanto, em busca da complexidade.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Diana Luz Pessoa de. A comunicação humana. In: FIORIN, J. L. **Introdução à linguística**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2005.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018.

---

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008, p. 117 – 155.

MAIA, Rousiley C. M. Mídia e vida pública: modos de abordagem. In: CASTRO, Maria Ceres P. Spinola; MAIA, Rousiley C. M. (Orgs). **Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 11-46.

MAIA, Rousiley C. M. Em busca de interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha. In: KUNSCH, Margarida M. (Org). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

MAIA, Rousiley C. M. Representação na mídia, construção da identidade e conflitos sociais: por uma abordagem teórica do reconhecimento. In: \_\_\_\_\_. **Mídia e lutas por reconhecimento**, São Paulo: Paulus, 2018, p. 59-86.

MARTINS, André Ricardo Nunes. Análise de discurso da mídia. In: BATISTA JR, José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira de. (Orgs.) **Análise de discurso crítica para linguistas e não linguistas**. São Paulo: Parábola, 2018, p. 158 – 183.

MATEUS, Samuel. **Discurso Mediático**. Covilhã: Editora LabCom, 2021.

MORIN, Edgar. **Meus Demônios**. Meireles. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2002.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. (8ª ed.). Tradução Eloá Jacobina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Tradução do francês: Eliane Lisboa - Porto Alegre: Ed. Sulina, 2005.

MORIN, Edgar. **O Método 2**: a vida da vida. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.