



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS

ANA JULIA STORTI ROSENDO

**O JORNALISMO LOCAL E A REPORTAGEM MULTIMODAL COMO
FERRAMENTAS DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA:
UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA MURAL**

SÃO CARLOS

2025

ANA JULIA STORTI ROSENDO

**O JORNALISMO LOCAL E A REPORTAGEM MULTIMODAL COMO
FERRAMENTAS DE EDUCAÇÃO MUDIÁTICA:**

UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA MURAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso
de Licenciatura em Letras da
Universidade Federal de São Carlos,
para obtenção do título de Licenciada
em Letras - Português/Inglês.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Henrique
Varoni de Carvalho

SÃO CARLOS

2025

Rosendo, Ana Julia Storti

O jornalismo local e a reportagem multimodal como ferramentas de educação midiática : um estudo de caso da Agência Mural / Ana Julia Storti Rosendo -- 2025. 45f.

TCC (Graduação) - Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos

Orientador (a): Pedro Henrique Varoni de Carvalho

Banca Examinadora: Pedro Henrique Varoni de Carvalho, Fernanda Silbert, Caroline Carnielli Biazolli

Bibliografia

1. Jornalismo local. 2. Educação Midiática. 3. Deserto de Notícias. I. Rosendo, Ana Julia Storti. II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática (SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Arildo Martins - CRB/8 7180

Dedico este trabalho a todos(as) os(as) profissionais que, dia após dia, lutam pela Cidadania e Democracia em nosso país: os(as) Professores(as) e Jornalistas, profissões fundamentais em qualquer sociedade.

AGRADECIMENTOS

A conclusão do Curso de Graduação em Licenciatura em Letras é uma conquista, a primeira em âmbito acadêmico. Apesar de estudar ser um ato solitário, a trajetória para que eu chegasse até aqui foi marcada por inúmeras pessoas, às quais devo imensamente a minha gratidão.

Primeiramente, agradeço à Deus, pela minha saúde e por me permitir chegar até aqui. Agradeço aos meus pais, Glaucia e Eduardo, por confiarem no meu potencial e me incentivarem a fazer aquilo de que gosto, sendo sempre meu porto-seguro. Agradeço à minha mãe, figura essencial para que hoje eu estivesse aqui, concluindo meus estudos, que esteve comigo em momentos difíceis nos quais queria desistir da Universidade.

Agradeço aos meus avós, Alcindo, Celeste, Aparecida e José, que, mesmo que indiretamente, em muitos momentos contribuíram para que o meu sonho de chegar à universidade pública fosse possível, desde os tempos de escola. Agradeço ao meu companheiro Vitor por estar sempre comigo, incentivando cada passo meu. Agradeço aos meus amigos e amigas, Daniel, Laís, Isadora, Ana Luíza e Fábio, amizades construídas nesse período, por tornarem o caminho mais leve e serem meu amparo longe de casa.

Agradeço a todos(as) que, seja por um detalhe, contribuíram para que hoje eu conquistasse o meu diploma, encerrando esse Curso de Graduação, mas lembrando sempre que a vida é marcada pelo recomeço, pelo ponto e vírgula, e não pelo ponto final.

“Escrevo para mudar a mim mesmo e não pensar mais a mesma coisa que antes.”

(Michel Foucault. 2010, p. 289)

RESUMO

Com a ascensão e popularização das Redes Sociais, diferentes partes do Globo estão cada vez mais conectadas por meio das Tecnologias, possibilitando a disseminação acelerada de informações por todo e qualquer sujeito, atividade que, antes, era majoritariamente de Jornalista, profissional comprometido com a checagem dos fatos antes de noticiá-los. Com a ausência desse compromisso com a Informação, nota-se a circulação crescente da Desinformação, ou *Fake News*, principalmente em municípios brasileiros nos quais não há um veículo de comunicação oficial, ou seja, nos chamados Desertos de Notícias. Dessa forma, este presente Trabalho busca compreender a importância da Educação Midiática no combate a essa problemática social, principalmente por meio do Jornalismo Local e de Reportagens Multimodais, que atingem um maior número de leitores. Para atingir tais objetivos, como metodologia, faz-se um estudo de caso da reportagem especial *Sem Notícias*, produzida pela Agência Mural, sobre os Desertos de Notícias e os impactos da Desinformação na vida da população, e entrevistas com um jornalista responsável pela matéria em questão, observando que novas arquiteturas textuais jornalísticas, como a Pirâmide Deitada, são importantes para que a Informação chegue a um público mais amplo, assim como que ações em sala de aula podem ser consideradas como atividades potenciais de Educação Midiática, auxiliando no combate à Desinformação.

Palavras-chave: Jornalismo local; Deserto de Notícias; Multimodalidade; Educação midiática; Agência Mural.

ABSTRACT

With the rise and popularization of social networks, different parts of the globe are increasingly connected through technology, enabling the accelerated dissemination of information to anyone and everyone, an activity that was previously the domain of journalists, professionals committed to fact-checking before reporting them. With the absence of this commitment to information, there is a growing circulation of misinformation, or fake news, especially in Brazilian municipalities where there is no official media outlet, that is, in the so-called news deserts. Therefore, this work seeks to understand the importance of media literacy in combating this social problem, mainly through local journalism and multimodal reporting, which reach a larger number of readers. To achieve these objectives, the methodology involves a case study of the special report "Sem Notícias" (Without News), produced by Agência Mural, on news deserts and the impacts of misinformation on people's lives, and interviews with a journalist responsible for the news. The study observes that new journalistic textual architectures are important for information to reach a wider audience, and that classroom activities can be considered potential media literacy initiatives, helping to combat misinformation.

Keywords: Local journalism; News desert; Multimodality; Media literacy; Agência Mural.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Ecossistema da desinformação, desenvolvido por Claire Wardle	13
Figura 2. Reportagem America's growing news desert, publicada em 2017	16
Figura 3. Definição de Deserto de Notícias publicada na reportagem <i>The Expanding News Desert</i> da UNC	16
Figura 4. Página de abertura da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural sobre Desertos de Notícias	18
Figura 5. Lead da reportagem multimodal da Agência Mural sobre Desertos de Notícias ...	19
Figura 6. História em Quadrinhos (HQ) que é parte da reportagem multimodal Sem Notícias produzida pela Agência Mural	20
Figura 7. Vídeo com relatos de moradores de Pirapora do Bom Jesus sobre as consequências da falta de um Jornalismo Local, parte da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural	21
Figura 8. Mapa dos Desertos de Notícias no Estado de São Paulo produzido pela Agência Mural para a reportagem multimodal Sem Notícias	21
Figura 9. Mapa dos Desertos de Notícias no Brasil produzido pela Agência Mural para a reportagem multimodal Sem Notícias	22
Figura 10. Parte da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural sobre a importância cultural de Pirapora do Bom Jesus	23
Figura 11. Vídeo sobre os impactos da falta do Jornalismo Local na preservação cultural de Pirapora do Bom Jesus e linha do tempo com acontecimentos importantes do município	24
Figura 12. Parte da reportagem multimodal que discute a relação entre a fiscalização do poder pública e a falta de Jornalismo Local no município	24
Figura 13. Tópicos sobre como se manter informado em um Deserto de Notícias	26
Figura 14. Raio-X de Pirapora do Bom Jesus com informações sucintas sobre o município em forma de <i>cards</i>	27

Figura 15. Verso do <i>card</i> Cultura, do Raio-X de Pirapora do Bom Jesus	27
Figura 16. Vídeo sobre a diferença no acesso à informação entre o centro e a periferia no município de Pirapora do Bom Jesus	28
Figura 17. Texto verbal, em forma de tópicos, sobre os impactos sofridos pelos moradores de um Deserto de Notícias	29
Figura 18. Estrutura da Pirâmide Invertida, segundo Canavilhas	30
Figura 19. Estrutura da Pirâmide Deitada, segundo Canavilhas	31
Figura 20. Página de abertura do Clube Mural no site da Agência Mural, com informações sobre o programa Mural nas Escolas	36
Figura 21. Página de abertura do Clube Mural no site da Agência Mural, com informações sobre o programa Acontece nas Escolas	36

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	11
2.	O QUE SÃO OS DESERTOS DE NOTÍCIAS?	16
3.	A REPORTAGEM MULTIMODAL	19
4.	A ARQUITETURA JORNALÍSTICA	30
5.	A DIVERSIDADE DE GÊNEROS TEXTUAIS-DISCURSIVOS E A DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO	33
6.	A EDUCAÇÃO MUDIÁTICA COMO FERRAMENTA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO	35
7.	CONCLUSÃO	38
8.	REFERÊNCIA	39
9.	APÊNDICE	41

1. Introdução

A integração entre diferentes espaços do Globo teve início ainda entre os séculos XV e XVI, com as Grandes Navegações encabeçadas pelas potências europeias rumo ao Novo Mundo. Porém, apenas a partir da década de 1980, é que o processo de interconectividade global, acelerado pelas Revoluções Industriais, foi nomeado como Globalização. A popularização do termo se deve ao economista americano Theodore Levitt, que discorreu aspectos econômicos consequentes de tal integração em um artigo intitulado *Harvard Business Review*, de 1983.

Apesar de, inicialmente, a Globalização ter sido pensada a partir de aspectos econômicos, a partir da década de 1990 até a contemporaneidade, a Humanidade se encontra em um período de maior conexão entre os indivíduos, impulsionada pela ascensão exponencial das Tecnologias e Meios de Comunicação, principalmente as Redes Sociais. É a Quarta Fase da Globalização, ou a chamada Era da Informação.

Juntamente à popularização da Internet, a circulação de informações entre as populações ao redor do planeta se tornou também cada vez mais rápida, chegando ao outro lado do Globo em questão de segundos. Antes, o papel de informar era quase que exclusivamente do Jornalismo ou, mais especificamente, dos Jornalistas. Hoje, com as Redes Sociais, qualquer perfil pode postar novas informações sobre diversos temas a qualquer instante.

Com essa mudança, pessoas para além dos Jornalistas e, até mesmo, robôs¹ atuando na disseminação de conteúdos, verifica-se, como uma consequência e grave problemática social, a dispersão, cada vez mais frequente, da Desinformação - popularmente conhecida como *Fake News*, ou Notícias Falsas, em Língua Portuguesa -, do medo e do ódio².

Se antes a informação era um produto comercializado pelas grandes instituições e emissoras, agora é também feita pelos indivíduos. Cada usuário das redes sociais se configura como um grande emissor; cada indivíduo se torna uma mídia poderosa (Dugnani, 2024).

¹ Com a ascensão das Inteligências Artificiais (IAs), a disseminação da Desinformação se dá, muitas vezes, por meio do disparo em massa de perfis falsos pelos *bots*, termo usado para robôs. Entretanto, vale ressaltar que as tecnologias, por outro lado, também auxiliam veículos de comunicação jornalísticos comprometidos com a ética e sua audiência, principalmente em épocas eleitorais, quando a agilidade se torna ainda mais necessária para manter o público sempre atualizado.

² Para informações mais específicas sobre a contribuição das Fake News na disseminação de ódio, ver o livro *Engenheiro do Caos*, do jornalista italiano Giuliano de Empole (2009).

O conceito *Desinformação* foi trabalhado pela pesquisadora britânica Claire Wardle, que esquematizou, como evidencia a figura abaixo, o *Ecosistema da Desinformação*, comparando-a à poluição. O termo é abrangente, englobando desde sátiras e paródias, em um extremo, produtos que podem até ser considerados estéticos na área da Literatura, por exemplo, até conteúdos integralmente manipulados, que objetivam, em suma maioria, enganar e manipular leitores, em outro extremo. Esse é o objeto contra o qual o Jornalismo, em sua função ética e profissional, deveria se opor.



Figura 1. Ecosistema da desinformação, desenvolvido por Claire Wardle.

Segundo a figura, pode-se entender o *Ecosistema da Desinformação* como um *continuum*, ou seja, há diversas formas de informação falsa que se distinguem entre si por mudanças sutis que ora se aproximam e ora se distanciam, sejam pela *falsa conexão*, pelo *falso contexto* ou pela *manipulação do contexto*.

Assim, a Desinformação, por natureza, sempre existiu, inerente à Humanidade. Entretanto, o problema reside no fato de que, na contemporaneidade, nem tudo o que o Jornalismo faz é disseminar a informação. Às vezes, grandes mídias privadas espalham notícias em falsos contextos, a depender de posicionamentos ideológicos ou baseadas em fins políticos, criando pesos e medidas diferentes e abstendo-se da responsabilidade sobre aquilo que publicam. Muitas vezes, a manipulação de informações verdadeiras é uma estratégia do Jornalismo, e é essa inversão de papéis que prejudica a legitimação da mídia nos dias atuais e, por isso, recorrentemente tem sido pauta de debates públicos, uma vez que suas consequências são graves para o âmbito social.

No Brasil, verificou-se uma acentuada disseminação de Desinformação durante a pandemia de Covid-19. Como exemplo, têm-se afirmações do então Presidente da República, Jair Bolsonaro, associando a vacinação contra a doença à ocorrência da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (AIDS) e à possibilidade das pessoas vacinadas “virarem jacaré”.

“Lá, na Pfizer, tá bem claro lá no contrato ‘nós não nos responsabilizamos por qualquer efeito colateral’. Se você virar um **jacaré**, é problema de você, pô. [...] Se você virar um super-homem, se nascer barba em alguma mulher aí, ou algum homem começar a falar fino, eles não têm nada a ver com isso [...]”

Reside, então, na atividade jornalística, uma das principais formas de combate³ à Desinformação. Uma das formas mais potentes de aproximar leitores de fontes confiáveis de informação é a partir da produção de reportagens que levem os indivíduos a entenderem sobre determinados assuntos de maneira mais didática e simplificada⁴, com recursos para além do texto escrito apenas. São as chamadas reportagens multimodais, encontradas majoritariamente nas plataformas digitais, mas não só, uma vez que reportagens televisivas que fazem uso de artes e imagens em conjunto com o vídeo e a narração já estão no campo da multimodalidade.

Entretanto, a compreensão de uma reportagem multimodal e de todos os seus elementos textuais e visuais não é automática para todos os usuários de Redes Sociais, principalmente àqueles para os quais o acesso à internet não é algo tão comum. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 20,5 milhões de brasileiros não têm acesso à internet, o que representa 10,9% da população do país, sendo um dos principais motivos a falta de conhecimento sobre como usar as tecnologias digitais.

Neste ponto, verifica-se a justificativa e relevância do estudo aqui proposto: entender de que forma a Educação Midiática, objeto de estudo, é uma ferramenta de combate à Desinformação. A Educação Midiática, ou Letramento Digital⁵, aqui entendidos como sinônimos, é a capacidade de um sujeito, perante as mídias, saber determinar se as informações ali contidas são verdadeiras ou não, e entendê-las apesar de estarem em um suporte digital, ao invés do impresso.

³ Não se pode transmitir apenas ao Jornalismo a função de combate à Desinformação, uma vez que há outras maneiras, como a Educação Midiática, que considera o nível de recepção das informações pelos sujeitos. Porém, apesar da Desinformação continuar a circular, é preciso que os indivíduos saibam cada vez mais interpretar e questionar, atividades, em certo sentido, jornalísticas.

⁴ Neste trabalho, quando se diz que o conteúdo deve ser simplificado, busca-se o sentido de que os textos devem ser mais acessíveis ao público leitor, seja pela linguagem ou por outros recursos, como imagens, gráficos, etc, que facilitem a compreensão do tema que está sendo discutido.

⁵ Neste trabalho, os termos Educação Midiática e Letramento Digital estão sendo usados como sinônimos.

Para isso, adotou-se, como metodologia deste trabalho, a análise detalhada da reportagem *Sem Notícias*, publicada pela Agência Mural⁶ em junho de 2024, a partir da teoria da Pirâmide Deitada⁷, uma adaptação da arquitetura jornalística às possibilidades do mundo virtual. A partir disso, busca-se identificá-la ou não como uma produção multimodal, determinando todas as partes que a compõem, de modo que esse Trabalho de Conclusão de Curso possa ser considerado um Estudo de Caso.

Por se tratar de um Estudo de Caso, é preciso que o Objeto de Estudo seja delimitado, uma vez que pesquisas e trabalhos desse tipo se preocupam com algo em específico, deixando de lado generalizações acerca de um tema. De acordo com André (1984), um Estudo de Caso enfatiza uma interpretação em contexto, ou seja, é preciso levar em conta a relação de determinado caso com o contexto em que ele ocorre, não podendo ser analisado à parte.

Além disso, pretende-se entender de que maneira as Reportagens Multimodais⁸ são instrumentos de Educação Midiática, uma vez que ensinam o leitor a diferenciar o joio do trigo, ou seja, a identificar uma informação falsa em meio a outros conteúdos. Hoje em dia, cabe ao Jornalismo, não apenas informar os sujeitos, mas também mostrar de que forma uma informação é construída, o que fica mais explícito nesses tipos de reportagem, que utilizam vários recursos textuais e visuais para a construção da informação.

Ademais, a reportagem em questão pode ser também entendida como uma produção metajornalística, uma vez que discute tópicos sobre a falta de um Jornalismo Local em cidades do Brasil e de que forma isso impacta na disseminação da Desinformação pelo país.

A proposta deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Letras (Português/Inglês) tem, como objetivo amplo, investigar de que forma o Jornalismo Local e a Reportagem Multimodal são ferramentas de Educação Midiática, competência importante de ser adquirida para o combate à desinformação (Fake News) na contemporaneidade.

O *corpus* de análise deste trabalho parte de uma reportagem multimodal (que engloba diversos gêneros textuais-discursivos⁹) intitulada “Sem Notícias”, produzida pela Agência

⁶ A Agência Mural foi criada em 2010, ainda como um blog, com 20 correspondentes locais das periferias da região metropolitana de São Paulo, contando histórias de seus bairros em um espaço da Folha de São Paulo. Em 2015, a Agência Mural de Jornalismo das Periferias, novo nome adotado, se torna independente e lança seu próprio site, formalizado em 2018, com parceiros e equipe própria, inscrevendo-se nas práticas de Educação Midiática, na medida em que estimula moradores de periferias a produzirem informações sobre a realidade em que estão inseridos.

⁷ Uma discussão mais aprofundada sobre a arquitetura da Pirâmide Deitada será desenvolvida mais a frente.

⁸ Os termos multimodal e multimidiático são entendidos como sinônimos neste trabalho.

⁹ Neste Trabalho, utiliza-se o termo “gêneros *textuais-discursivos*”, entendendo-o como um conceito e não como um desvio da norma padrão em oposição a “gêneros *textual-discursivos*”.

Mural em junho de 2024, que explora a temática da falta de um Jornalismo Local em Pirapora do Bom Jesus, na Grande São Paulo, e suas consequências para a população do município. No texto, apresenta-se o conceito “Deserto de Notícias”, desenvolvido, no Brasil, pelo projeto Atlas da Notícia¹⁰, apoiado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo¹¹ (Projor).

Ao fim do Trabalho, como objetivo específico, pretende-se verificar a importância da Educação Midiática para que um público cada vez maior de leitores esteja apto a compreender reportagens produzidas de maneira multimodal, contribuindo para o fortalecimento da Cidadania e da Democracia.

¹⁰ *Atlas da Notícia* é um projeto que mapeia a presença do Jornalismo Local em todo o território brasileiro, apresentando estatísticas sobre as diferentes regiões do país por meio de reportagens, relatórios, infográficos, etc. Para saber mais, acesse o site <https://atlas.jor.br/>.

¹¹ O *Projor*, criado em 2002, atualmente, ocupa-se de duas funções: analisar criticamente a atividade jornalística no Brasil e fortalecer o Jornalismo Local no país. Para saber mais, acesse o site <https://www.projor.org.br/>.

2. O que são Desertos de Notícias?

A reportagem *Sem Notícias*, objeto de análise deste Trabalho de Conclusão de Curso, discute o impacto causado pela falta de um veículo de comunicação jornalístico independente em cidades brasileiras, denominadas *Desertos de Notícias*, conceito que passa a circular a partir do ano de 2017.

O termo *Deserto de Notícias* ganhou destaque a partir de uma matéria nomeada *America's Growing News Deserts*, publicada na *Columbia Journalism Review*, em 2017, na qual se discutia o fechamento de jornais nos Estados Unidos da América (EUA) e a consequente ausência de informações diárias nas comunidades: “*As local newspapers have closed across the country, more and more communities are left with no daily local news outlet at all.*”¹²



Figura 2. Reportagem America's growing news desert, publicada em 2017

A figura acima mostra a manchete da reportagem publicada e mostra, por meio de diferentes cores, os limites dos municípios estadunidenses. A imagem, que, na verdade, é um gráfico construído, chama a atenção de quem lê para que contribua com o levantamento que está sendo realizado sobre as mídias locais no país: “*If your hometown paper is missing from*

¹² Tradução livre realizada pela autora deste Trabalho: “*Como jornais locais estão fechando ao redor de todo o país, cada vez mais comunidades estão sem um meio de comunicação local diário*”.

our tally—or if we have included newspapers that no longer exist—please email us at editors@cjr.org and write “news deserts map” in the subject line. We will update the map to reflect your input, and will continue to search for other data sources to fine-tune this project”¹³.

A jornalista americana Penelope Abernathy foi uma das primeiras a desenvolver o conceito. Penelope mapeou os *Desertos de Notícias* dos EUA e desenvolveu estudos sobre o tema, publicando-os em um site, *The Expanding News Desert*¹⁴, da *Hussman School of Journalism and Media*, da Universidade da Carolina do Norte (UNC). Logo na primeira página virtual, o leitor se depara com o verbete abaixo, que contém a definição do conceito e, até mesmo, sua transcrição fonética, ou seja, como se pronuncia o termo na Língua Inglesa.

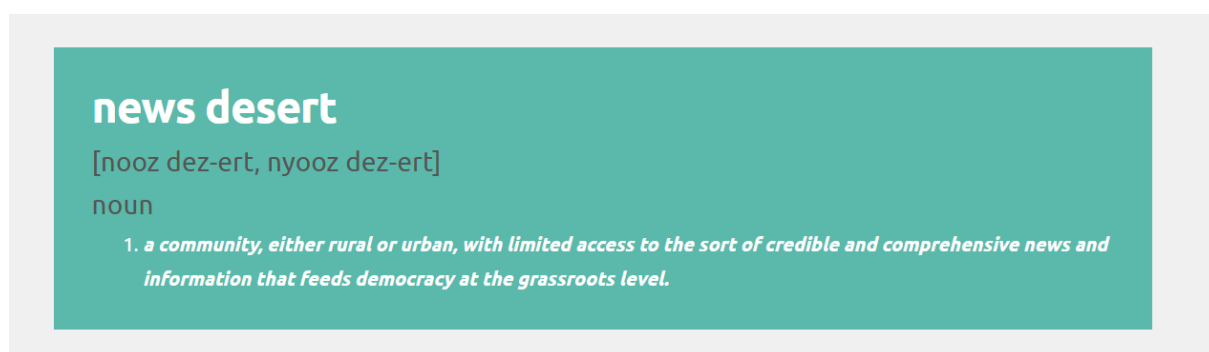


Figura 3. Definição de Deserto de Notícias publicada na reportagem *The Expanding News Desert* da UNC

A ausência de um Jornalismo Local impacta a vida cotidiana da população, que não tem acesso à informação sobre o uso dos recursos públicos, não sabe a respeito do cotidiano da cidade, além de não ter à disposição uma ferramenta que cobre as autoridades sobre serviços públicos e na qual se possa fazer denúncias.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO¹⁵), o acesso à informação é um Direito Humano Fundamental, a partir do Artigo 19, que diz à respeito à liberdade de opinião e expressão: ***“Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”*** (grifos da autora).

¹³ Tradução livre realizada pela autora deste Trabalho: *“Se o jornal da sua cidade não estiver na nossa lista - ou se incluímos jornais que já não existem - envie-nos um e-mail para editors@cjr.org com o assunto “mapa dos desertos de notícias”. Atualizaremos o mapa com base nas suas informações e continuaremos a procurar outras fontes de dados para aprimorar este projeto.”*

¹⁴ <https://www.usnewsdeserts.com/#1536248669404-3033203c-d883>.

¹⁵ <https://www.unesco.org/en>

No Brasil, segundo a reportagem especial¹⁶ *Sem Notícias*, quase 49% dos municípios são classificados como Desertos de Notícias, somando 26,7 milhões de brasileiros. Outras 1,6 mil cidades têm apenas um ou dois veículos de comunicação, o que as classifica como Quase-Desertos de Notícias. No estado de São Paulo, dos 645 municípios, 327 cidades têm pouco ou nenhum Jornalismo Local.

O **Atlas da Notícia** é um mapeamento de veículos produtores de notícias – especialmente de jornalismo local – no território brasileiro. O levantamento é produzido por uma rede de estudantes e voluntários, coordenados por nossos pesquisadores regionais. Identificamos e mapeamos, principalmente, veículos possíveis que publicam, com alguma regularidade, notícias de interesse local – sejam impressos, digitais, rádios ou canais de televisão. Estamos falando de produtores de notícias sobre a prefeitura e a câmara municipal e temas como contas públicas, saúde, educação, segurança, mobilidade e meio-ambiente. O mapeamento resultante cria insumo para análises que trazem o mais completo panorama geográfico sobre veículos jornalísticos no Brasil (Atlas da Notícia, 2025).

O mapeamento dos Desertos de Notícias pelo projeto Atlas da Notícia no território brasileiro foi realizado por meio do acesso aos dados públicos da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR) e do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação (MCTIC), além de uma campanha de crowdsourcing¹⁷.

Vale ressaltar que, em contextos de Desertos de Notícias, não significa que não há circulação de informações. O acesso a elas é mais fácil para aqueles que moram mais próximos dos centros de decisão, como a Câmara Municipal e a prefeitura, o que é amplamente discutido na reportagem produzida pela Agência Mural.

¹⁶ Neste trabalho, os termos *reportagem especial* e *reportagem multimodal* são tomados como sinônimos, uma vez que se referem ao mesmo objeto. A Agência Mural produziu uma reportagem *especial* que é *multimodal*, a “*Sem Notícias*”, objeto de análise neste Trabalho.

¹⁷ Crowdsourcing é o termo em inglês para se referir à contribuição ou colaboração coletiva, na maioria das vezes de forma on-line, na criação e/ou aperfeiçoamento de ideias, atividades e serviços.

3. A Reportagem Multimodal

A partir daqui, analisa-se de que forma a reportagem *Sem Notícias*, publicada pela Agência Mural em junho de 2024, trata-se de uma produção *multimodal*¹⁸, ou seja, que engloba diferentes *gêneros textuais-discursivos*, identificando e descrevendo cada uma de suas partes.

Pode-se afirmar que a reportagem digital é *dinâmica* desde a sua primeira página. O título da reportagem aparece de letra em letra, e o plano de fundo - que é o cenário desenhado de Pirapora do Bom Jesus (SP) - também se move, o que já dá indícios ao leitor de que aquela reportagem *foge dos padrões* de um texto jornalístico on-line.



Figura 4. Página de abertura da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural sobre Desertos de Notícias

O rolar do *mouse* equivale a virar a página em um jornal impresso. Na segunda página, já se encontra explicação da principal pergunta que um leitor poderia fazer: *Do que se trata um Deserto de Notícias?* Nesta parte, que consiste em um texto verbal, temos o que é chamado de Lead, ou seja, a explicação das principais informações e conceitos que serão importantes ao longo da leitura da reportagem.

Nesta página, há a data e a hora de publicação da reportagem e, por se tratar de um texto jornalístico digital, já aparecem opções para que os leitores compartilhem aquele conteúdo em suas diversas redes sociais, como Facebook, X, o antigo Twitter, e Instagram. O

¹⁸ A ideia de Multimodalidade será ampliada ao longo do Trabalho.

compartilhamento de informações por diferentes plataformas de comunicação é uma das características intrínsecas do Jornalismo On-line, que busca chegar a um número maior de leitores por meio de diferentes canais, abordando-os por “todos os lados”.

MURAL APOIE Q ≡

Como é viver em um deserto de notícias?

04.06.2024 | 08:00

Imagine não ter acesso a nenhuma informação confiável sobre a cidade onde você mora. Como o dinheiro público, o seu dinheiro, está sendo usado? O que prefeitos e vereadores estão fazendo? E o que não estão? São dúvidas que podem parecer corriqueiras para quem está em grandes centros urbanos, mas que fazem muito sentido para moradores de quase metade (48,7%) dos municípios do país, considerados **desertos de notícias**. Neles não há jornalismo local acompanhando o cotidiano da cidade, cobrando autoridades, fazendo denúncias e fiscalizando – funções primordiais da imprensa e pilares da democracia.

Um desses municípios é **Pirapora do Bom Jesus**, localizado a oeste da Grande São Paulo e um dos mais pobres da região metropolitana. Para tentar saber o que acontece por lá, moradores dependem de carros de som da prefeitura, de informações compartilhadas em redes sociais, do boca a boca ou ficam à mercê do interesse de veículos de comunicação de outros municípios.

A **Agência Mural** conferiu de perto o que é viver em um deserto de notícias. Depois de uma imersão em **Pirapora do Bom Jesus** e meses de investigação, descobrimos como a ausência de informação afeta o cotidiano da população e o debate público em um município sem jornalismo local.

Este resultado está reunido nesta reportagem especial, realizada com o apoio do **Pulitzer Center** e da **Meedan**, que apresenta relatos e informações, além de fotos, vídeos, podcasts, infográficos e histórias em quadrinhos sobre um dos municípios mais pobres da Grande São Paulo.

COMPARTILHE: [f](#) [t](#) [w](#) [e](#)

Deserto de notícias > UM SANTO NO JORNAL | PRESTAÇÃO DE CONTAS | CENTRO X PERIFERIAS | ELEIÇÕES 2024 | SOLUÇÕES

Figura 5. Lead da reportagem multimodal da Agência Mural sobre Desertos de Notícias

Além disso, por se tratar não só de um gênero textual digital, mas também de um hipertexto¹⁹, os leitores são cada vez mais *puxados* a outros conteúdos, sejam eles escritos ou não, por meio de links, ampliando as possibilidades de informação fornecidas pelo texto-primeiro.

Ao rolar a página, o leitor se depara com uma História em Quadrinhos (HQ), dentro da reportagem da Agência Mural. Produzida a partir de uma Roda de Conversa realizada com estudantes do Ensino de Jovens e Adultos (EJA), da Escola Estadual Parque Payol, nela, é contextualizada toda a pesquisa de campo realizada pelos jornalistas para que aquela produção se tornasse um material concreto e, então, publicado. Nesta parte, há as questões postas à comunidade pelos jornalistas, bem como as respostas que esses obtiveram.

¹⁹ Hipertexto é um tipo de texto formatado especialmente para fornecer links para outros conteúdos. O hipertexto permite que os desenvolvedores de sistemas organizem informações em uma estrutura ramificada, em vez de linear. Clicar em um link de hipertexto (chamado hiperlink) leva o usuário a outra parte do documento atual ou a um documento completamente diferente. Os links de hipertexto são um elemento fundamental da Internet, permitindo que os usuários naveguem em um navegador da web de página em página e de site em site

Ao longo da leitura dos depoimentos, fica cada vez mais explícito do que se trata um *Deserto de Notícias*. Um dos moradores de Pirapora de Bom Jesus (SP) relata que nunca tivera conhecimento de fatos que ocorriam no município; já uma mulher complementou que o canal por meio do qual ela sabia sobre as notícias da cidade era o *Instagram* - uma fonte informal de informações, que não segue padrões éticos do Jornalismo, já que esse não é seu fim. A própria Prefeitura da cidade não informa os moradores sobre tudo o que ocorre, assim como também não segue uma imparcialidade em suas comunicações, privilegiando candidatos e políticos específicos.



Figura 6. História em Quadrinhos (HQ) que é parte da reportagem multimodal Sem Notícias produzida pela Agência Mural

Para reforçar as dificuldades enfrentadas por uma população que vive em uma cidade que não tem mídia jornalística local e independente, ao rolar a página novamente, o leitor se depara com um vídeo - outra modalidade dentro da mesma reportagem da Agência Mural -, intitulado *Vidas Cerceadas*, justamente pela falta de informações.

De acordo com Dubes Sônego, jornalista e pesquisador do projeto Atlas da Notícia, Pirapora do Bom Jesus, situada na Grande São Paulo, é considerada um Deserto de Notícias, porque não foi identificado lá, até agora, pelo menos, nenhum veículo de comunicação ativo. Ou seja, veículos de comunicação ligados a sindicatos, partidos políticos e instituições religiosas não são considerados fontes jornalísticas oficiais.

Para que o leitor então tenha noção de que há *Desertos de Notícias* espalhados por todo o território brasileiro, logo após o vídeo, há um mapa com todas as delimitações municipais do país, divididos em azul, para aqueles que têm uma fonte jornalística oficial -, e em vermelho, os *Desertos de Notícias* do Brasil.

Novamente, há a definição do conceito e, além disso, estatísticas relacionadas a esse grave problema social, que ocorre em quase metade de todos os municípios do país. Há, também, o mapa dos *Desertos de Notícias* do estado de São Paulo e da Grande São Paulo.



Figura 7. Vídeo com relatos de moradores de Pirapora do Bom Jesus sobre as consequências da falta de um Jornalismo Local, parte da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural

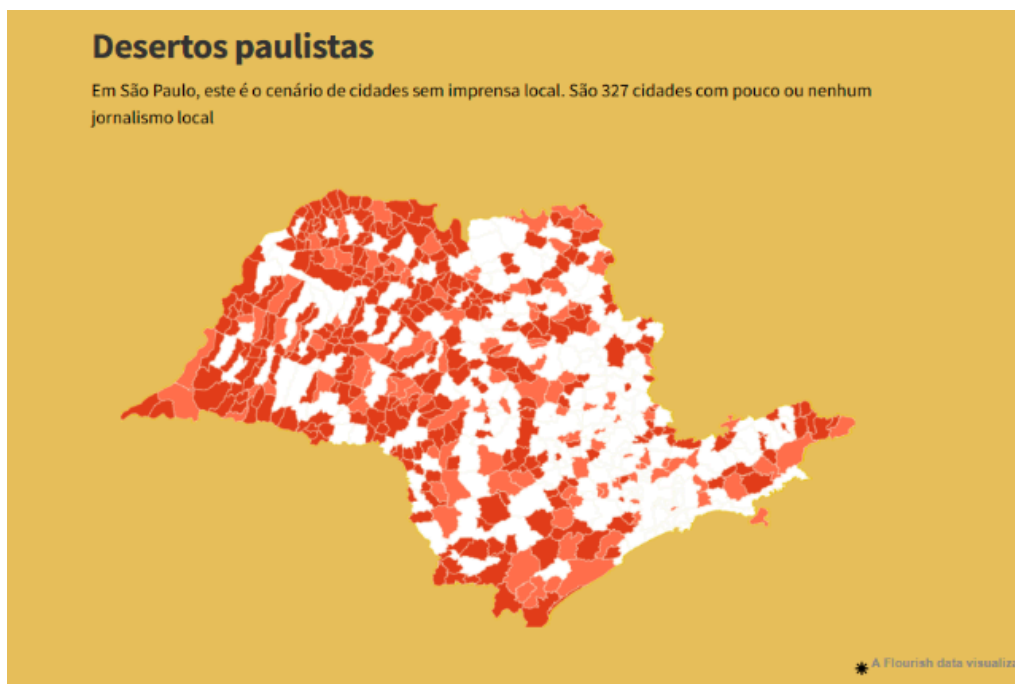


Figura 8. Mapa dos Desertos de Notícias no Estado de São Paulo produzido pela Agência Mural para a reportagem multimodal Sem Notícias



Figura 9. Mapa dos Desertos de Notícias no Brasil produzido pela Agência Mural para a reportagem multimodal Sem Notícias

A partir deste ponto, inicia-se um novo capítulo da super-reportagem produzida pela Agência Mural, por meio de um texto escrito e imagens. Por Pirapora do Bom Jesus se tratar de uma cidade turística, a equipe de jornalistas deu destaque a esse aspecto do município, que, segundo eles, “só ficou conhecido após ser publicado em um jornal”.

A notícia de que a imagem de Bom Jesus, encontrada às margens do Rio Tietê, realizava milagres atraiu centenas de pessoas ao local, que até então era uma fazenda que pertencia à Santana de Parnaíba. Relacionado a isso, a reportagem, novamente na forma de HQ, explica por que Pirapora do Bom Jesus se tornou a Cidade dos Peregrinos - dados os milagres realizados pela imagem de Bom Jesus.

Para a produção desse conteúdo, os jornalistas da Agência Mural explicitam que as informações foram retiradas do Livro Tombo do hoje Santuário do Bom Jesus de Pirapora, uma fonte autêntica.



Figura 10. Parte da reportagem multimodal produzida pela Agência Mural sobre a importância cultural de Pirapora do Bom Jesus

Por se tratar de um município histórico, a falta de um jornalismo local oficial não impacta apenas na disseminação da *Desinformação* entre a população, mas também corrobora uma falta de preservação de toda a cultura contida naquele espaço, o que é explicado através de um vídeo produzido pela Agência Mural. De acordo com o reitor do Santuário do Senhor do Bom Jesus de Pirapora, Marcelo Magalhães, “faz falta a gente não ter um veículo de comunicação que nos ajudasse a promover e conservar a história, a cultura e a edificação desse lugar”.

Em seguida, o leitor se depara com uma linha do tempo, que traz informações adicionais àquilo que foi previamente explicado no vídeo, como, por exemplo, a denominação que Pirapora do Bom Jesus recebeu em 1937 como berço do samba paulista, por um dos principais escritores do Modernismo Brasileiro, o Mário de Andrade.

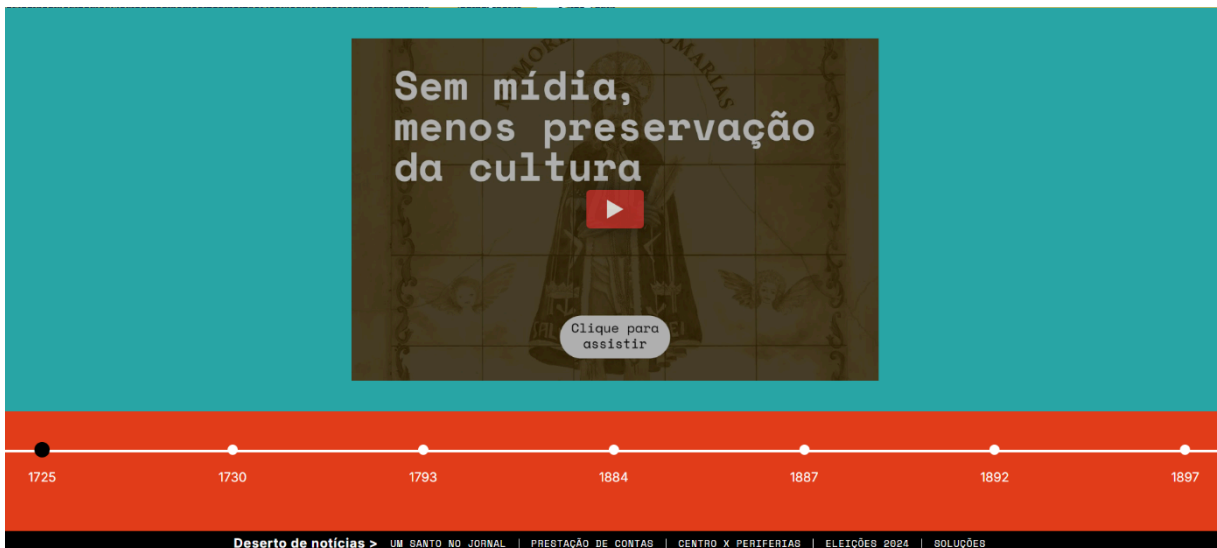


Figura 11. Vídeo sobre os impactos da falta de um Jornalismo Local na preservação cultural de Pirapora do Bom Jesus e Linha do Tempo sobre acontecimentos importantes do município

Uma vez que as mídias existentes no município são vinculadas ao poder público, a equipe da Agência Mural se pergunta: *Quem o fiscaliza?*, iniciando um novo assunto da reportagem especial produzida.

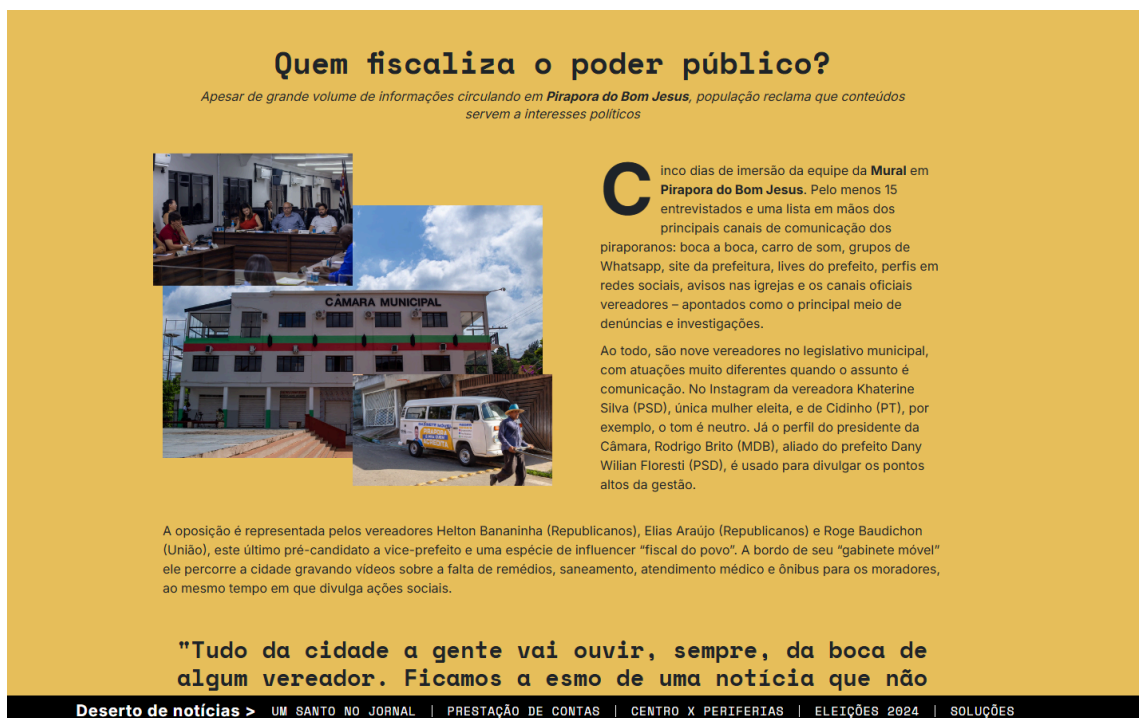


Figura 12. Parte da reportagem multimodal que discute a relação entre a fiscalização do poder pública e a falta de Jornalismo Local no município

A partir de um texto, explica-se ao leitor que os jornalistas da Agência realizaram uma imersão de cinco dias em Pirapora do Bom Jesus para a coleta dessas informações e, principalmente, para entender quais as principais imagens políticas da cidade, bem como suas

atividades enquanto no poder e o incômodo sentido por moradores em relação a uma “assessoria de imprensa”, no lugar de uma fonte jornalística local e autônoma.

Para, então, deixar claro qual a importância da Imprensa para o combate à Desinformação, há, abaixo, uma charge que descreve as características das informações inverídicas e os papéis ocupados pelo Jornalismo Local em um município, que vai desde a checagem de informações para noticiá-las até a fiscalização das atividades do poder público. A reportagem não apenas expõe o problema, como também dá formas de *amenizá-lo*, por meio de quatro tópicos apresentados na forma de texto, conforme mostra a imagem abaixo.

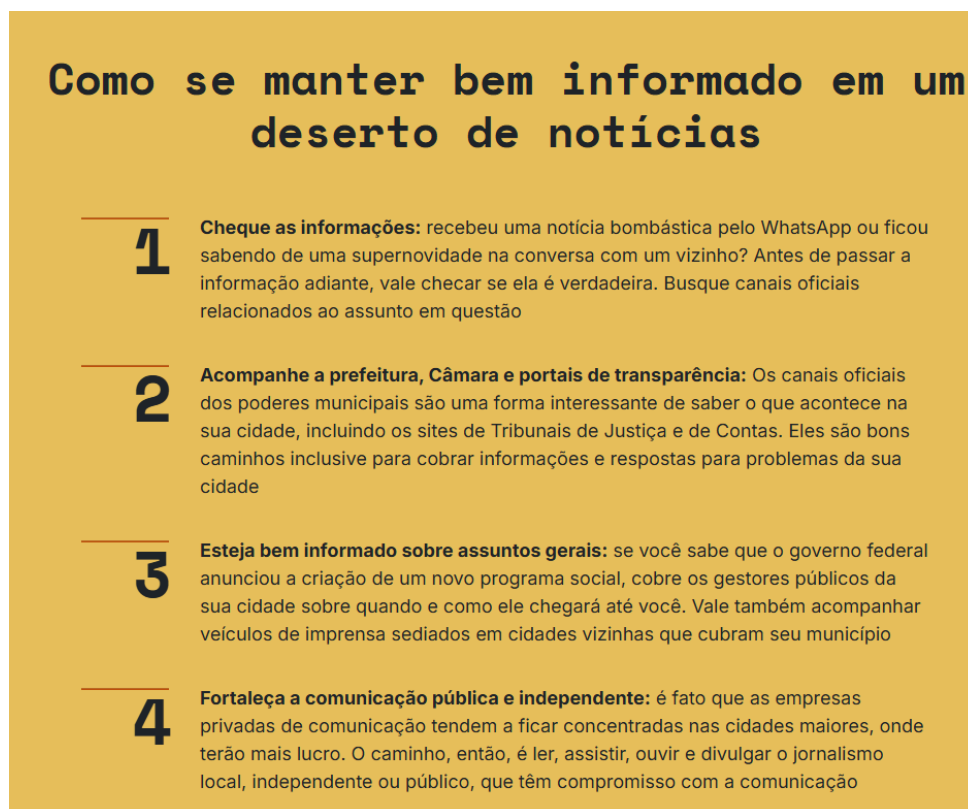


Figura 13. Tópicos sobre como se manter informado em um Deserto de Notícias

Em seguida, há um *Raio-X de Pirapora de Bom Jesus*, na forma de imagens sobre o Município, a Política, A Cultura, a Educação e Saúde, Emprego, Renda e IDH, sobre as quais, ao passar o *mouse*, aparece a informação em relação aos tópicos elencados acima. As informações são apresentadas de maneira breve, em linguagem clara e objetiva, o que otimiza o tempo de leitura sobre vários aspectos importantes do município.



Figura 14. Raio-X de Pirapora do Bom Jesus com informações sucintas sobre o município em forma de cards



Figura 15. Verso do card Cultura, do Raio-X de Pirapora do Bom Jesus

Estabelece-se também uma relação entre a falta de veículos oficiais de comunicação local e a pobreza. Isso porque, principalmente, como já explicitado acima, sem uma fonte jornalística autônoma, os moradores não tem força o suficiente para efetivamente cobrarem melhorias para a cidade, para a população, nem ao menos sabem o que está sendo feito por vereadores e pelo prefeito em prol do município.

Como a reportagem foi produzida em 2024, pensou-se o impacto que a *Desinformação* causa sobre uma cidade em épocas eleitorais, que se constatou diferente entre a parte da população que mora no centro e aquela que mora na periferia. Por estarem mais próximas dos centros de informação/decisão, como igrejas, Prefeitura e Câmara Municipal, os moradores da região central acabam por ter mais acesso às informações.

Ao longo da leitura, os leitores têm acesso aos diálogos baseados na Roda de Conversa realizada com estudantes do Ensino de Jovens e Adultos (EJA), da Escola Estadual Parque Payol. Para complementar essa discussão sobre a relação Centro X Periferia, a Agência Mural produziu um último vídeo, que traz informações adicionais sobre o tópico, enfatizando que, em geral, segundo Sônego, o Jornalismo tem essa função de facilitar a circulação de informações, chegando a todas as pessoas.



Figura 16. Vídeo sobre a diferença no acesso à informação entre o centro e a periferia no município de Pirapora do Bom Jesus

É apresentado, depois, um relato, em forma de *podcast*, sobre o papel da rádio Nova Pirapora FM nas eleições municipais e a importância da Imprensa nessa época de decisão política, a partir da história de uma moradora de Pirapora de Bom Jesus, retomando informações já explicadas ao longo da super-reportagem.

A reportagem questiona se a Imprensa pode ser uma *arma* para a resolução dos problemas sociais. Para isso, há outro *podcast* produzido pela Agência Mural com o professor Eugênio Bucci, da Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP). Por fim, são listados, em forma de texto escrito em tópicos, cinco impactos vividos pelas populações de *Desertos de Notícias*.

5 impactos vividos por quem está em um deserto de notícias

- 1** **As informações circulam de forma diferente pelo território:** quem está no centro da cidade e mais próximo aos locais de tomada de decisão, como a prefeitura e a Câmara Municipal, acaba tendo mais acesso à informação e se beneficiando dela
- 2** **A população mais pobre tende a perder oportunidades de estudo e trabalho:** notícias sobre benefícios sociais, cursos de qualificação profissional e feirões de empregos não circulam com a precisão devida entre quem mais precisa
- 3** **O debate público pode ser pautado por interesses particulares:** os vereadores são responsáveis por fiscalizar a prefeitura, enquanto são fiscalizados por eles mesmos, o que pode favorecer interesses pessoais
- 4** **A ausência de jornalismo dificulta o combate às fake news:** em um deserto de notícias, o boca a boca e as redes sociais se tornam as principais fontes de informações. Não demora para que a foto ganhe um contexto diferente da realidade em um grupo de WhatsApp, e sem alguém para checar e desmentir, a desinformação se espalha rapidamente
- 5** **Sem contraponto às propostas dos candidatos nas eleições, fica a questão:** eles podem até chegar à sua casa prometendo mundos e fundos, mas todas essas promessas estão ao alcance de um vereador ou prefeito? Eles fizeram o que prometeram na última eleição? Quem estará lá para verificar essas informações?

Figura 17. Texto verbal, em forma de tópicos, sobre os impactos sofridos pelos moradores de um Deserto de Notícias

4. A Arquitetura Jornalística

No Jornalismo, tem-se uma *arquitetura* de texto muito bem consolidada, chamada *Pirâmide Invertida*. Nela, as informações mais importantes se concentram no primeiro parágrafo, chamado *Lead*, contendo *o quê, quem, quando, como e onde* sobre determinado fato. Ao longo da progressão do texto, são citados dados secundários e informações menos relevantes, como representado na imagem a seguir, de Canavilhas:

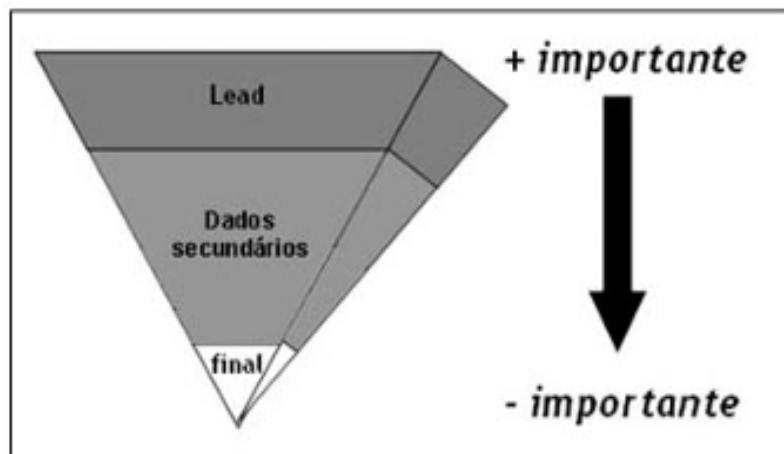


Figura 18. Estrutura da Pirâmide Invertida, segundo Canavilhas

A arquitetura da Pirâmide Invertida está intimamente ligada à época em que surgiram os primeiros cursos de Jornalismo e ao uso de telégrafo durante a Guerra de Secessão nos Estados Unidos da América (EUA). Canavilhas (2003. p. 6) afirma que:

Para assegurar iguais condições de envio, jornalistas e operadores de telégrafos estabeleceram uma regra de funcionamento que não prejudicasse o trabalho dos profissionais da informação: cada jornalista enviaria o primeiro parágrafo do seu texto e, após uma primeira ronda, iniciava-se uma outra volta para que todos enviassem o segundo parágrafo do texto.

Apesar da estrutura bem definida, a Agência Mural busca novas formas e formatos de reportagens, que façam sentido, principalmente, para a audiência que se almeja, ou seja, as populações periféricas. Para mais, com os novos espaços de circulação dos textos jornalísticos, como as Redes Sociais, buscam-se novas narrativas que condizem com tais plataformas digitais, sendo a multimodalidade uma ferramenta potente: “Compreende-se, pois, que as prioridades do jornalista da imprensa em papel sejam diferentes das prioridades do jornalista em meio digital” (Canavilhas, 2003).

Assim, torna-se mais produtivo, nos espaços digitais, o uso de outra arquitetura de textos jornalísticos, a da *Pirâmide Deitada*, conceito de Edwin Shuman, na qual as

informações não são mais dispostas de acordo com seu grau de importância, mas sim de modo que o leitor navegue conforme os seus interesses em relação a determinado assunto.

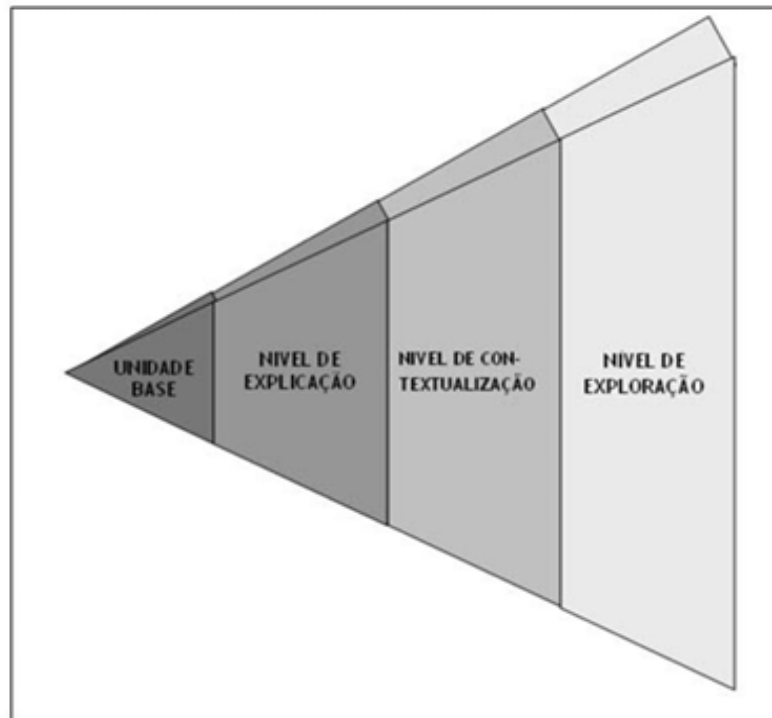


Figura 19. Estrutura da Pirâmide Deitada, segundo Canavilhas

Um texto construído sob a estrutura da *Pirâmide Deitada* nada mais é do que um *hipertexto*²⁰, ou seja, um texto no qual se juntam outras informações a partir de imagens, vídeos, sons, cujo acesso é possível por meio de *hiperlinks*²¹, ou apenas *links*, levando o leitor a outros textos que complementam o texto-primeiro.

Isso não significa que, no meio digital, abandona-se o texto escrito, mas sim que é importante que o jornalista avance em relação ao uso de outros formatos e recursos que auxiliem na compreensão das informações jornalísticas ali contidas, pois qualquer conteúdo cujo sentido não está sendo compreendido pelo leitor torna-se desinteressante, o que é um combustível para a disseminação de *Fake News*.

Na reportagem especial *Sem Notícias*, a multimodalidade permite que diferentes dados e informações sejam contadas de diversas maneiras, sejam escritas, imagens ou infográficos.

²⁰ Segundo Marcuschi, é uma nova forma de escrita e tem, como característica, oito aspectos, como a não-linearidade, interatividade, acessibilidade ilimitada a conteúdos, fragmentariedade, multissemiose, volatividade, iteratividade e topografia.

²¹ “Um hiperlink é um trecho de texto, uma imagem ou um botão em um documento de hipertexto ao qual você pode clicar. Um hiperlink pode incluir um link para outro documento ou para outra parte da página atual. Hiperlinks são encontrados em praticamente todas as páginas da web para ajudar os leitores a navegar para outras páginas e sites” (disponível em <https://techterms.com/definition/hyperlink>. Acesso em: 04 nov. 2025).

Assim, cada parte da história de Pirapora do Bom Jesus foi redigida de um formato diferente, permitindo que o leitor se aprofundasse no tópico que mais lhe chamasse a atenção.

As partes de um texto multimodal, ao mesmo tempo que formam um todo em sua completude, podem ser separadas²², de modo que uma mesma pauta seja publicada no *Instagram*, no *X* ou no site da mídia, respeitando as peculiaridades de cada plataforma. Tal configuração implica que o texto, na íntegra, seja composto por pequenos textos escritos em distintos gêneros textuais, sendo, por isso, considerados multimodais. No caso da reportagem especial *Sem Notícias*, há gráficos, vídeos, histórias em quadrinhos e, até mesmo, podcasts. A diversidade de textos verbais, visuais e verbo-visuais permite que o conteúdo chegue a diferentes públicos, por meios diversos.

A produção de reportagens multimodais - que fazem uso de diferentes gêneros textuais em sua composição - é também uma estratégia de Educação Midiática²³ nas Escolas, já que permite que os estudantes produzam um texto jornalístico a partir das habilidades que mais lhes interessam. Com esse tipo de texto, as particularidades de cada estudante são valorizadas para a produção de diferentes formas textuais acerca de uma mesma pauta.

Sendo a função do Jornalismo Local chegar a espaços relegados pelas grandes mídias, dando visibilidade às periferias e às populações delas, rompendo estereótipos, a multimodalidade no Jornalismo, por conjugar diferentes formatos de informação, se distribui por diferentes plataformas e, conseqüentemente, chega a diferentes públicos e a um maior número de pessoas.

²² Vale ressaltar que, apesar de partes de textos multimodais poderem ser publicadas separadamente, todos os leitores são levados ao mesmo conteúdo final, ao texto-primeiro, que conjuga os *hyperlinks*. A diferença está no percurso de leitura realizado por cada indivíduo, uma vez que tal estrutura textual permite que o sujeito tenha mais contato com partes do texto que sejam mais interessantes e pertinentes a ele.

²³ O tópico *Educação Midiática* será mais discutido em uma das seções seguintes.

5. A diversidade de gêneros textuais-discursivos e a democratização da Informação

Entende-se Multimodalidade como o conjunto de variedades de modos de comunicação, ou seja, a integração de distintos recursos semióticos. Os *gêneros textuais-discursivos*, por sua vez, podem ou não englobar esses diferentes modos de expressão, podendo ser ou não multimodal. Quando o Jornalismo faz uso de diferentes modalidades, tem-se textos jornalísticos estruturados sob a arquitetura da Pirâmide Deitada. A partir dessa diversidade, busca-se atingir diferentes públicos, de forma que a Informação chegue ao maior número possível de leitores.

O conceito de *gênero textual-discursivo* adotado neste Trabalho de Conclusão de Curso foi proposto por Luiz Antônio Marcuschi. Para ele,

[...] os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita (Marcuschi, 2005).

Dessa forma, podemos depreender que, inserido em determinada situação comunicativa, sabendo qual gênero deve produzir, o Jornalista vai em busca das possibilidades de composição de determinado texto, sendo ele a materialização do gênero, como afirma Marcuschi, baseado nas ideias de Mikhail Bakhtin: “é impossível se comunicar verbalmente a não ser por algum *gênero*, assim como é impossível se comunicar verbalmente a não ser por algum *texto*”.

O surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) impactaram significativamente na forma como se constituem os textos na contemporaneidade, com o surgimento dos *gêneros digitais*. Para além disso, também mostra-se necessária uma nova forma de Letramento, para que seja possível que as pessoas leiam esse novo tipo de texto, que está nas telas, ao invés dos papéis, e é composto de diferentes gêneros, ou seja, é multimodal.

Na obra “Letramentos, Mídias, Linguagens”, Roxane Rojo e Eduardo Moura nomeiam esse novo tipo de texto de *pós-tipográfico*. De acordo com Roger Chartier (1994), historiador francês, “essas mudanças comandam, inevitável e imperativamente, novas maneiras de ler, novas relações com o escrito, novas técnicas intelectuais”.

Ao mudar o suporte do texto - do papel para as telas -, altera-se também a relação estabelecida entre o autor e o leitor. Segundo as ideias de Chartier (1994), na Contemporaneidade: “[...] o leitor transforma-se em um dos autores de uma escrita a várias vozes ou, pelo menos, acha-se em condições de constituir um texto novo, partindo de fragmentos livremente recortados e ajuntados”. Assim, de acordo com Roxo e Moura, “[...] o texto pós-tipográfico cria outro leitor: navegador errante, imersivo, *lautor*” (Roxo, Moura, 2019).

6. A Educação Midiática como ferramenta de combate à Desinformação

A experiência de produção de uma reportagem multimodal pela Agência Mural foi o ponto de partida para que se pensasse de que forma ações de Educação Midiática pudessem ser realizadas e de que forma tal Letramento Digital era compreendido por esse veículo de comunicação.

Segundo Paulo Talarico²⁴, cofundador e jornalista na Agência Mural, de maneira geral, o fomento ao Jornalismo Local pode ser entendido como uma ação de Educação Midiática, tendo a escola como espaço de ocorrência. Por meio de diálogos com alunos e também professores, pois não apenas os jovens são usuários das Redes Sociais, sobre o que é a Comunicação, o que é o Jornalismo e seus papéis e o que é um Ambiente Digital, promove-se a conscientização sobre os benefícios e os riscos da Internet.

Na Contemporaneidade, as Redes Sociais são quase totalmente dominadas por ideias disseminadas por influenciadores digitais. Assim, famosos, com milhões de seguidores, falam sobre saúde, alimentação, saúde mental, além de outros temas bastante complexos, sem, ao menos, uma formação mínima para tal. Tais situações devem ser analisadas cuidadosamente, pois, como *influencers*, tais figuras públicas moldam, muitas vezes, o pensamento e as opiniões de populações acerca de determinados assuntos que requerem atenção, como, por exemplo, o uso de suplementos vitamínicos, compartilhados diariamente pela influenciadora Virgínia Fonseca em seu Instagram, que, se tomado em excesso e sem recomendação médica, pode provocar riscos à saúde.

De maneira mais específica, a Agência Mural, por meio de um programa chamado *Mural nas Escolas*, promove mais concretamente a Educação Midiática por meio de uma maior experimentação em Jornalismo Local, em escolas da rede pública de ensino na Grande São Paulo. Para esse veículo de comunicação, a Educação Midiática nasce na apuração de dados para reportagens, tendo sempre como objetivo o fornecimento de informações de qualidade aos leitores.

²⁴ A autora do Trabalho entrevistou duas vezes o jornalista Paulo Talarico. A entrevista na íntegra pode ser conferida no Apêndice.

Mural nas Escolas

Programa de educação midiática para estudantes do ensino médio de escolas públicas ou privadas das cidades da região metropolitana de São Paulo.

O projeto promove reflexões, por meio do exercício do jornalismo local, sobre o poder da comunicação na desconstrução de estereótipos, promoção da igualdade e representatividade e geração de oportunidades.

Figura 20. Página de abertura do Clube Mural no site da Agência Mural, com informações sobre o programa Mural nas Escolas

Entender o papel do Jornalismo e do Jornalista já é uma ação de Educação Midiática, dado que promove uma consciência ativa nos indivíduos sobre tudo o que envolve produzir um conteúdo com informações verídicas, de modo a combater à Desinformação. A Agência Mural também realiza a ação *Acontece nas Escolas*, na qual os participantes produzem uma reportagem²⁵, percebendo, na prática, cada passo para a produção de um texto jornalístico.

Acontece nas escolas

Neste programa, oferecemos bolsas para estudantes do ensino médio produzirem reportagens sobre suas escolas com o apoio de um muralista mentor, com objetivo de gerar oportunidades para que esses jovens experimentem na prática um pouco da profissão de jornalista.

Figura 21. Página de abertura do Clube Mural no site da Agência Mural, com informações sobre o programa Acontece nas Escolas

Ao produzirem reportagens, sob a orientação dos jornalistas da Agência Mural, os alunos entram em contato com os bastidores da produção de uma reportagem. Além disso, para ajudar nos processos de escrita, as escolas recebem oficinas e palestras sobre as atividades jornalísticas, além da discussão sobre o potencial das Redes Sociais como um espaço de circulação de notícias e informações.

A Agência Mural é um dos membros brasileiros do *The Trust Project - Projeto Credibilidade*²⁶, que auxilia as pessoas a avaliarem a qualidade e a credibilidade do Jornalismo. No Brasil, liderado pelos jornalistas Francisco Rolfsen Belda e Ângela Pimenta, o objetivo do projeto é compreender a fragmentação de textos noticiosos ocasionada pelas

²⁵ As reportagens produzidas pelos alunos por meio da ação *Acontece na Escola*, da Agência Mural, podem ser acessadas [por meio deste link](#).

²⁶ Acesse o site através do link <https://www.credibilidade.org/>.

plataformas digitais²⁷ e de que modo pode-se promover um Jornalismo de qualidade em tais espaços, combatendo à Desinformação.

Para além de compreender as responsabilidades éticas do Jornalismo, as ações de Educação Midiática discutem também a relação do Jornalista com a construção do texto e de que forma isso impacta na receptividade dele em meio aos leitores.

²⁷ Pode-se pensar a fragmentação dos textos como hipertextos. Tal conceito foi criado por Ted Nelson, na década de 1960, sob influência das ideias de Roland Barthes. Para saber mais, consulte o livro *Letramentos, Mídias e Linguagens*, de Roxane Rojo e Eduardo Moura.

7. Conclusões

Este Trabalho de Conclusão de Curso se propôs a analisar uma reportagem multimodal acerca do Jornalismo Local, entendendo-a como uma ferramenta de Educação Midiática, importante para o combate à Desinformação. Utilizou-se como base um texto jornalístico autêntico e em circulação produzido pela Agência Mural, sendo, coincidentemente, sobre o tema que perpassa todo este estudo, para a discussão sobre a Arquitetura Jornalística mais apropriada às novas formas de comunicação e suportes textuais e a importância da checagem dos fatos no Jornalismo profissional, técnicas importantes para evitar a circulação de Notícias Falsas, que geram diversos problemas sociais.

Conclui-se que, com a mudança de suporte dos textos, muda-se também a forma na qual eles são estruturados. Com leitores cada vez menos dispostos a ler textos longos, surgem os *hipertextos*, compostos por diversos *hiperlinks*, permitindo que o indivíduo construa seu próprio percurso de leitura. A ruptura do texto-primeiro em pequenos textos secundários e assim por diante não prejudica o sentido total a ser passado ao leitor, apenas permite que ele se aprofunde naquilo que lhe é do interesse, alterando, dessa forma, a relação estabelecida entre texto e leitor e autor e leitor.

Outrossim, os textos digitais são caracterizados pela multimodalidade, ou seja, as informações não são mais passadas apenas pelo texto verbal, nem mesmo os jornalísticos, mas sim a partir da multiplicidade de recursos visuais, verbais e verbo-visuais, por distintos gêneros textuais-discursivos, que, juntos, compõem a Reportagem Multimodal, como a tomada como exemplo neste Trabalho. Tal multimodalidade permite que os textos cheguem a um público maior de leitores, seja pela postagem em diversas plataformas ou pela familiaridade com certo gênero-textual parte do texto-primeiro, fazendo com que a pessoa esteja disposta a acessar aquele conteúdo.

Para além da forma na qual um texto está estruturado, a checagem e a verificação de informações é o que alicerça e diferencia a atividade jornalística de uma mera disseminação de notícias e fatos. Seja um jornalismo de regiões metropolitanas ou um Jornalismo Local, o compromisso com a verdade é outro instrumento potente para conter a circulação de *Fake News*. Desse modo, com a maior presença de textos jornalísticos em meio à população, por meio da Reportagem Multimodal, tem-se uma forma de Educação Midiática potente no combate à Desinformação.

Referências

- ANDRÉ, Marli E. D. A. **Estudo de caso: Seu potencial em educação**. Cadernos de Pesquisa, [s.l.], v. 1, n. 49, p.51-54, maio 1984.
- ATLAS DA NOTÍCIA. **Atlas da Notícia: mapeando o jornalismo local no Brasil**, 2024. Página inicial. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**, 2006. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/texts/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- CARVALHO, Pedro Henrique Varoni de; BELDA, Francisco Rolfsen. **Multiparcialidade, dialogia e cultura participativa como reação à pós-verdade: uma abordagem discursiva sobre o jornalismo**. Culturas Midiáticas, [S. l.], v. 10, n. 1, 2017. DOI: 10.22478/ufpb.1983-5930.2017v10n1.35045. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/35045>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- CHARTIER, R. **Do códice ao monitor: A trajetória do escrito**. Estudos Avançados 8(21), 1994.
- CRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.
- Descubra se você vive em um deserto de notícias**. Agência Mural, 2024. Disponível em: <https://agenciamural.org.br/descubra-se-voce-vive-em-um-deserto-de-noticias/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- DUGNANI, P. **Meios de Comunicação de Massa e Meios Digitais: Remassificação e internetização**. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, v. 22, n. 44, p. 1–13, 5 mar. 2024.
- EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos: como as Fake News, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. Tradução: Arnaldo Bloch. 1ª ed. São Paulo: Vestígios, 2009.
- FERNANDES, Sarah. **“Sem notícias”: um retrato da vida sem jornalismo**. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/deserto-de-noticias/sem-noticias-um-retrato-da-vida-sem-jornalismo/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 2001. Disponível em: https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Ideologia_comp_.pdf. Acesso em: 19 jun. 2024.
- MARCUSCHI, L. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: DIONÍSIO, A. et al. Gêneros textuais e ensino. 4.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- Pirapora do Bom Jesus: como é a vida em uma cidade sem jornalismo local**. Agência Mural, 2024. Disponível em: <https://agenciamural.org.br/especiais/sem-noticias/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- RIBEIRO, Ana Elisa; ROCHA, Jorge; COSCARELLI, Carla Viana. **Linguagem, tecnologia, gêneros textuais e ensino: dez anos de diálogo com Luiz Antônio Marcuschi**. Revista da Anpoll, v. 1, n. 29, p. 169-190, 2010. Disponível em: <https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/177/190>. Acesso em: 27 jun. 2024.
- ROJO, R. MOURA, E. **Letramentos, mídias, linguagens**. [s.l.] Parábola Editorial, [s.d.]. 2019.
- TRAQUINA, Nelson. **Por que as notícias são como são**. 1ª ed. Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v. 1).

WARDLE, Claire. **Combater a desinformação é como varrer as ruas**. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

WARDLE, Claire. **INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. 1. ed. Europe: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 20 jun. 2024.

Apêndice

Abaixo, seguem as questões que foram propostas ao editor-chefe da Agência Mural, Paulo Talarico, e suas respectivas respostas, em relação aos tópicos Jornalismo Local, Educação Midiática e Pirâmide Deitada, palavras-chave desse Trabalho de Conclusão de Curso.

1. Como o jornalismo pode contribuir para a educação midiática?

Acredito que a aproximação das organizações de jornalismo local com a audiência e com o ambiente escolar são os principais caminhos para promover a educação midiática. Dialogar com educadores e alunos sobre o que é a comunicação, o jornalismo e o ambiente digital ajuda a ampliar a conscientização sobre os benefícios e riscos desses meios. E isso é cada vez mais necessário, dada a multiplicação de formatos e comunicadores/influenciadores.

Desde 2022, criamos o Clube Mural, nosso laboratório de jornalismo e experimentação em jornalismo local. Um dos eixos do Clube é justamente o Mural nas Escolas, em que vamos até unidades escolares localizadas nas periferias de São Paulo e Grande São Paulo para conversar com os estudantes sobre a necessidade do acesso à informação de qualidade, que não reproduza estereótipos sobre nossas regiões.

Além disso, essa educação midiática parte desde a apuração das reportagens, feitas por correspondentes locais que vivem nas periferias e explicam esse papel que estamos realizando.

2. Em que medida o trabalho que vocês fazem na agência mural pode ser pensado como educação midiática?

A Mural realiza ações que se encaixam dentro da educação midiática. Uma delas é o Mural nas Escolas, no qual temos buscado apoio para realizar algumas iniciativas com unidades da rede pública. Uma delas foi o Acontece nas Escolas, em que os estudantes, além de conhecerem mais sobre o consumo de mídias, também eram convidados a produzir uma reportagem sobre o ambiente escolar com apoio de um jornalista/mentor da Mural.

Além de oficinas e palestras, consideramos que apresentar os bastidores de como é feita uma reportagem também contribui para esse cenário. E temos usado mais as redes sociais para trazer um pouco de como o processo é feito. Além disso, a Mural faz parte do Trust Project, projeto Credibilidade no Brasil, em que nos comprometemos em ter

transparência em processos como explicar o que é uma notícia, um texto opinativo e também sobre como fazemos as reportagens especiais.

Por fim, além do online, acreditamos que experiências presenciais são fundamentais. Temos discutido como devolver as reportagens em encontros com os moradores. Fizemos isso no ano passado com a reportagem sobre o deserto de notícias, em que realizamos a apresentação da apuração em uma escola em Pirapora do Bom Jesus, município que foi alvo do especial “Sem notícias: como é a vida em uma cidade sem jornalismo local”.

3. Nos aspectos narrativos, vocês buscam formas não convencionais de contar a história, utilizando o que alguns teóricos chamam de pirâmide deitada. O que essa experiência ensina ao jornalismo?

Não estou muito familiarizado com a ideia de pirâmide deitada, mas há bastante tempo buscamos formatos que façam sentido para nossa audiência e cheguem às periferias. É um desafio enorme, tendo em vista as histórias que contamos, bem como os algoritmos que não necessariamente entregam as reportagens.

Nesse sentido, buscamos narrativas que façam sentido nas redes sociais, com a utilização de carrosséis, ilustrações, vídeos, quadrinhos, com o objetivo de atingir mais as juventudes periféricas. Nunca abrimos mão das reportagens em texto e de manter nossa própria plataforma, mas sabemos da necessidade de avançar em outros formatos para ter mais impacto.

4. Por que o tema foi produzido em uma reportagem multimidiática? Qual a importância desse tipo de reportagem para vocês? E quais os cuidados em relação às diferentes formas de linguagem?

No caso da reportagem sobre Pirapora do Bom Jesus, foi uma aposta da redação e envolveu o planejamento para a apuração. Sabendo que tínhamos muito material disponível, por conta dos dias que a equipe passaria na cidade, avaliamos que seria possível contar cada parte dessa história — da vida em uma cidade sem jornalismo local — em formatos diferentes. Também ajudou o fato de termos conseguido apoios para essa investigação, em especial do Pulitzer Center.

Com isso em mente, criamos quadrinhos, um vídeo documentário, um podcast, além de fotos, texto e infográficos que traziam a história como um todo.

5. Para a equipe da Agência Mural, qual a importância e função de um Jornalismo Local?

O jornalismo local é o coração da nossa missão. Desde que nascemos, o papel de dar visibilidade às realidades das periferias e bairros que muitas vezes não aparecem na grande mídia tradicional estava dentro do nosso objetivo. Além de quebrar os estereótipos sobre nossas regiões, o que pode ser melhor feito por quem vive nos territórios e conhece as realidades das quebradas.

6. Vocês acreditam que uma reportagem multimidiática alcança um público maior do que as reportagens comuns?

Acredito que sim, mas não tenho dados que possam trazer essa análise. Desde o nascimento da Mural, temos buscado formas de chegar a mais públicos e trabalhar diferentes formatos tem ajudado. Um ponto que, sem dúvida, ajuda nessa escolha é que um conteúdo multimídia pode ser distribuído em diferentes plataformas e, assim, chegar a diferentes pessoas, que não conseguiriam acessar apenas se estivesse no site da Mural. Tivemos pessoas com contato com a reportagem que chegaram apenas ao Instagram, outras que viram o vídeo no YouTube e também quem apenas ouviu o podcast em uma plataforma de áudio.

É evidente que há discussão e pensamos se as informações não ficam muito fragmentadas. Mas, em termos de conteúdo digital, investir em mais de um formato tem sido importante.

Vale acrescentar que fizemos um evento de devolução da reportagem em uma escola da cidade, em uma noite de um evento do EJA (Escola de Jovens e Adultos). Nesse dia, apresentamos a reportagem e passamos o documentário para os alunos que foram entrevistados. Ações offline que levem as reportagens podem ter um impacto até mais significativo do que apenas pensar nos formatos.

7. Em uma das respostas, você disse que, apesar de apostar em novos formatos de reportagens, não abre mão dos textos escritos. Por quê? Você quer dizer que produz reportagens comuns sobre os mesmos temas?

Quis dizer que são formatos complementares. Acreditamos que o texto é também fundamental para quem tem interesse em se aprofundar sobre o assunto. Também é importante para garantirmos o registro dessas histórias sem depender exclusivamente das redes sociais, em que se depende das bigtechs.

8. Em relação à multimodalidade das reportagens, você afirmou que diferentes pessoas acessaram-na em diferentes plataformas; Algumas no YouTube, outras no Instagram. Essa fragmentação em diferentes plataformas não prejudica o conteúdo a ser transmitido? Quero dizer: você acredita que a pessoa que vê aquela reportagem em apenas uma determinada plataforma consegue ter um panorama do que está sendo dito? Ou ela vê apenas um ponto de vista do que está sendo discutido?

Não entendi como prejudicaria o conteúdo. Evidente que em um mundo ideal as pessoas consumiriam todas as reportagens na íntegra, mas isso não existe e com a aceleração proporcionada pelo uso do celular, das plataformas de vídeo, fisgar a atenção dos leitores se tornou ainda mais difícil. Trazer outros formatos é fundamental para buscar mais alcance. Acredito que quem acessa em uma plataforma tem sim um panorama do que está sendo discutido, embora não tenha o contexto completo. E também é possível que alguém que tenha visto um desses conteúdos tenha se interessado em entrar na reportagem completa, embora essa seja uma minoria.

9. Gostaria de entender melhor também esses projetos que você citou: Projeto Credibilidade no Brasil e o Pulitzer Center. De que forma eles financiam ou incentivam a atividade de um jornalismo local no Brasil hoje?

São duas coisas distintas. Respondi sobre o Projeto Credibilidade quando falava de educação midiática. Não há financiamento ou necessariamente incentivo a um jornalismo local. Trata-se de uma iniciativa para criar parâmetros de transparência para o jornalismo e, com ele, desenvolvemos alguns mecanismos no site para reforçar o que é uma notícia, o que é um texto opinativo, e isso de algum modo contribui em explicar o fazer jornalístico para audiência.

No caso do Pulitzer Center, eles abrem chamadas para projetos jornalísticos no mundo todo, como sugestões de pauta, investigações, sobre diversos tipos de tema e pagam uma bolsa para a realização dos projetos. É um recurso importante, embora pontual e que depende da seleção. Acredito que incentivam diversas organizações pelo mundo, mas não creio que entra especificamente em um universo de aprimoramento do jornalismo local brasileiro.

10. Outra pergunta que me veio à mente: hoje, no Brasil, temos grandes imprensas, ou seja, podemos dizer que é um país com uma atividade jornalística consolidada e de boa qualidade. Porém, pensando em nível local, podemos dizer o mesmo? Você acredita que o jornalismo em nível local ainda é embrionário no país?

Acredito que há iniciativas ótimas fazendo um grande trabalho em diversos territórios e que saem desse universo da grande imprensa. Nos últimos anos, por exemplo, surgiram veículos como o Manguê Jornalismo, Agência Tatu, Entre Becos, a Cajueira, Carta Amazônia, Sumaúma, entre tantos outros, que cobrem de uma forma diferente diversos territórios no norte e nordeste brasileiro. São trabalhos riquíssimos e muito profissionais que mostram a força dessa cobertura.

Mas, sim, podemos pensar como embrionário quando olhamos para o universo de 5 mil cidades brasileiras, onde perto da metade não tem jornalismo local e em outra grande parte são veículos que dependem do financiamento das prefeituras e não conseguem praticar jornalismo independente.