

## **Jornalismo de soluções: um estudo sobre a percepção dos jornalistas<sup>1</sup>**

Camila FARIAS<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

### **RESUMO**

Este artigo traz uma análise sobre a percepção dos jornalistas em diferentes áreas de atuação acerca do termo “jornalismo de soluções” ou “solutions journalism”. O corpus é composto por 118 jornalistas que, voluntariamente, responderam ao questionário online aplicado via Google Forms. Os resultados mostraram que 50,8% dos jornalistas já tinham ouvido falar do termo “jornalismo de soluções”, enquanto que 49,2% não tinham ouvido. A pesquisa também mostrou que 87,3% dos respondentes entendem que é possível aplicar as características do jornalismo de soluções, inclusive, 30,5% deles afirmam já realizar essa prática a partir do chamado “jornalismo tradicional”. Como limitações, os jornalistas apontaram o tempo de produção, linha editorial da empresa e o tipo de pauta em que há aplicabilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo de soluções; pesquisa experimental; percepção.

### **INTRODUÇÃO**

Este estudo experimental foi desenvolvido com a finalidade de compreender a percepção dos jornalistas em diferentes áreas de atuação acerca do termo “jornalismo de soluções” ou “*solutions journalism*”. A investigação foi realizada por meio da aplicação de um questionário com perguntas abertas para as respostas discursivas e de múltipla escolha, em um formulário do Google, com 16 questões. A amostra não-probabilística neste trabalho foi desenvolvida a partir dos respondentes voluntários, que tiveram acesso ao formulário por email, que foi enviado em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), assim como por meio do envio em diversos grupos de *whatsapp* com esses profissionais, *mailing* e publicação em grupos de jornalistas nas redes sociais (Facebook e LinkedIn). O período de coleta foi disponibilizado entre os dias 07 a 18 de julho de 2023.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Jornalismo de Soluções, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Comunicação pela UFS e jornalista pela Unesp/Bauru. Email: camilagabriellee03@gmail.com

O primeiro levantamento de informações compreendeu o entendimento sobre o perfil dos jornalistas respondentes a partir de dados sobre sua área de atuação dentro do jornalismo (por exemplo, repórter, editor-chefe, chefe de reportagem), tempo de profissão, modalidade principal de atuação (por exemplo, televisão, rádio, assessoria de imprensa, veículo digital ligado à grande imprensa) e a região em que reside. Ademais, foram investigadas questões ligadas à compreensão sobre o termo jornalismo de soluções, assim como a aplicação de suas características levando em conta a rotina desses profissionais. O corpus final deste trabalho foi composto por uma amostra de 118 profissionais, distribuídos entre as 5 regiões brasileiras, que trabalham com jornalismo, a partir de diferentes perfis, em instituições privadas e públicas, agências de comunicação, assim como na mídia tradicional/independente. O levantamento de informações partiu de 5 hipóteses iniciais. Foram elas:

**H1:** A maioria dos respondentes afirmará que não conhece o termo “jornalismo de soluções.

**H2:** A maioria dos respondentes afirmará que pensa ser relevante inserir soluções na cobertura jornalística.

**H3:** Dentre as características do jornalismo de soluções, a limitação da resposta será escolhida em menor percentual pelos jornalistas.

**H4:** Os jornalistas vinculados ao jornalismo digital serão mais propensos a acreditarem/aceitarem o jornalismo de soluções em sua rotina do que os jornalistas de televisão por causa da rotina produtiva (tempo de produção).

**H5:** Quanto maior o tempo de formação, maior será a resistência do jornalista em utilizar as características do jornalismo de soluções.

Este trabalho apresentou alguns resultados, dentre eles que 50,8% dos jornalistas já tinham ouvido falar do termo "jornalismo de soluções", enquanto que 49,2% não tinham ouvido. A pesquisa também mostrou que 87,3% dos respondentes entendem que é possível aplicar as características do jornalismo de soluções, inclusive, 30,5% deles afirmam dizer já realizar essa prática a partir do chamado "jornalismo tradicional". Como limitações, os jornalistas apontaram o tempo de produção, linha editorial da

empresa e o tipo de pauta em que essas características podem ser aplicadas. Ainda, somente duas das cinco hipóteses foram confirmadas.

Para melhor compreensão, apresentamos quadros com informações tratadas na pesquisa e na sequência, apontamos a discussão sobre cada uma das áreas investigadas.

## **CONCEITOS INICIAIS SOBRE O JORNALISMO DE SOLUÇÕES**

A conceituação voltada ao jornalismo de soluções é uma tarefa nebulosa, sobretudo, dentro da área acadêmica. Alguns pesquisadores que se identificam com o assunto apresentam uma tentativa de operacionalizar o termo, no sentido de dizer o que é e qual a sua aplicabilidade. De forma prática, ele é trabalhado pela Rede de Jornalismo de Soluções norte-americana, a Solutions Journalism Network (SJN), que teve início em 2013 e completou 10 anos de existência em 2023.

A Rede trabalha com 04 características para classificar uma reportagem de soluções. São elas: apresentar respostas aos problemas sociais, trazer insights, apontar evidências das respostas, assim como suas limitações e fragilidades. É válido ressaltar que não há o entendimento da apresentação de uma resposta como única ou universal aos problemas e sim, uma tentativa de mostrar o que tem sido feito por diferentes entidades acerca de um tema.

Do ponto de vista acadêmico e por meio de estado da arte já realizado pelas pesquisadoras deste artigo, o conceito mais citado até o momento relaciona o jornalismo de soluções como uma das “ramificações” do jornalismo construtivo (McINTYRE, 2015; GYLDENSTED, 2017). Apesar do termo ter sido citado pela primeira vez em 1998 (BENESCH, 1998), a primeira tese que abordou o jornalismo de soluções é a de Karen McIntyre (2015), pesquisadora da Virginia Commonwealth University, em seu trabalho “*Constructive Journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories*”, na qual a autora busca avançar no entendimento acerca do impacto do jornalismo no bem-estar psicológico, a partir do conceito de jornalismo construtivo, que foi cunhado por Cathrine Gyldendend (2011; 2015).

McIntyre (2015) entende que o jornalismo construtivo é uma forma emergente do jornalismo, a qual aplica técnicas da psicologia positiva, com a finalidade de criar

reportagens que sejam mais envolventes e comprometidas com as principais funções do jornalismo. Para chegar aos seus resultados, a autora utilizou métodos mistos, por meio de designs experimentais e testes com o público para entender como as pessoas se sentiam ao ler uma determinada notícia, a partir da sensação de incluir emoções positivas.

Já no segundo teste, ela examinou qual foi o impacto de notícias com soluções para problemas sociais. Na tentativa de consolidar o conceito academicamente, em 2017, o artigo “View of Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production” (MCINTYRE; GYLDENSTED, 2017) aponta que o jornalismo de soluções é uma especialidade do jornalismo construtivo, ou seja, uma de suas ramificações, tendo a finalidade de relatar de forma rigorosa como as pessoas respondem aos problemas sociais, além de se manter fiel às funções do jornalismo.

Ou seja, as autoras defendem o conceito do jornalismo de soluções, a partir do jornalismo construtivo. Mas, essa não é a única definição ou entendimento sobre o termo. Bro (2018), professor dinamarquês da University of Southern Denmark (SDU) entende que existem alguns problemas ligados ao conceito, sua autoria, definição e que isso pode trazer problemas como enfraquecer o movimento. O pesquisador entende que isso ocorreu com algumas formas de pesquisa vinculadas ao jornalismo e que posteriormente, perderam força, como é o caso do jornalismo cívico, que ganhou força nos Estados Unidos, na década de 90 e trazia como inspiração um envolvimento social e democrático nas discussões sobre política.

Portanto, apesar dessas definições, o termo “jornalismo de soluções” não está consolidado com base em um único conceito, já que existem autores que não fazem a diferenciação entre jornalismo de soluções e construtivo e outros que associam os termos como sinônimos (Aitamurto;Varma, 2018; McIntyre; Gyldensted 2017, 2018). Dessa forma, o estado da arte constatou que o termo “jornalismo construtivo” está mais direcionado para pesquisadores europeus, enquanto o termo “jornalismo de soluções” é mais aplicado por pesquisadores norte-americanos e pela SNJ.

Apesar dessas lacunas, um documento publicado pelo *European Journalism Centre*, em 2023, apontou que “o jornalismo de soluções pode conduzir a mudanças significativas, promovendo uma alteração no discurso, levando uma discussão sobre um problema numa nova direção, ou inspirando audiências e decisores políticos nas suas

comunidades” (p.05, 2023). O material apresenta também algumas orientações sobre como fazer essa cobertura e o que não faz parte dela com base nas 04 características apresentadas pela Rede norte-americana.

Outro ponto a se ressaltar é que as lacunas não têm servido como um impeditivo de jornalistas afirmarem que praticam jornalismo de soluções em seu dia a dia. No Brasil, por exemplo, há iniciativas do jornalismo independente no site “*Solutions Journalism Tracker*”, que entendem praticar essas ações. Como exemplo, destacamos os sites Agência Eco Nordeste e Infoamazônia. Há também iniciativas publicadas no UOL Tab, El País (na época que o veículo estava no Brasil) e do grupo RBS, no Rio Grande do Sul e afiliado à Rede Globo. Espera-se que pesquisas futuras consigam trazer uma definição para o termo, se conceitual ou do ponto de vista prático, de modo a suprir as lacunas apresentadas. Esse artigo, inicialmente, investigou a percepção do assunto a partir dos jornalistas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, que contou com a participação voluntária de 118 jornalistas, foi possível perceber que o jornalismo de soluções é um termo ainda não difundido entre os profissionais (já que 50,8% afirmaram já ter ouvido falar, diante de 49,2% dos respondentes que não tinham ouvido). Mesmo assim, quase  $\frac{1}{3}$  dos respondentes, ao conhecerem o termo e visualizarem suas características, entendem já realizar na prática o jornalismo de soluções, sobretudo, no aspecto de apontar respostas aos problemas sociais e trazer um “*insight*” para as pessoas, no sentido de apontar orientações e caminhos. Isso poderá nos levar a reflexões futuras sobre as finalidades do jornalismo e as características que são propostas pela rede de jornalismo de soluções.

Em contrapartida, é possível visualizar alguns fatores que comprometem o uso dessas características no que diz respeito ao tempo de produção, a organização que o jornalista trabalha e o tipo de pauta (levando em conta o cenário do *hard news*). Foi possível visualizar jornalistas ligadas ao ambiente digital com dificuldades consideráveis no que diz respeito ao tempo de produção e ao alto volume de conteúdos que precisam ser publicados, fato que chamou a atenção, sobretudo, falando acerca da mídia independente. Isso implica na importância da compreensão da prática jornalística para o entendimento das características do jornalismo de soluções e sua aplicabilidade.

Mesmo diante das dificuldades enfrentadas, somente 15 jornalistas afirmaram que não viam viabilidade do uso do jornalismo de soluções, sendo 09 vinculados a assessorias de imprensa, que trabalham sob outra lógica produtiva.

Essa pesquisa apresenta algumas limitações. Uma verificação se o quantitativo de respostas era suficiente para essa análise, levando em conta a delimitação do tempo para a realização da pesquisa, partiu do relatório "Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 - Características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho"<sup>3</sup>, realizado pela Universidade Federal de Santa Catarina. O relatório, que leva em conta os jornalistas registrados no Ministério do Trabalho, mostrou que em 2021 o Brasil tinha 142.424 jornalistas, a partir dos dados da Coordenação de Identificação e Registro Profissional (CIRP/CGCIPE).

Com isso, essa pesquisa só corresponde a 0,08% desse total e por isso, devido ao baixo corpo amostral, entendemos esse fator como uma possível limitação em relação aos resultados. Além disso, por se tratar de um formulário digital e não uma observação etnográfica, mesmo adotando-se o cuidado de deixar a maioria das perguntas de modo discursivo, pode ter ocorrido respostas que não condizem com a realidade da prática.

Apesar disso, esse é o primeiro artigo no Brasil que tenta compreender uma possível percepção dos jornalistas, em suas diferentes áreas de atuação na profissão, acerca do jornalismo de soluções, o que pode se desdobrar para análises e pesquisas futuras sobre o termo, sua relação com as finalidades do jornalismo e aplicabilidade.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. **Dez anos depois, algumas considerações a fazer: ensaio sobre a necessidade de uma epistemologia dos gêneros jornalísticos**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UFPB – 5 a 9/9/2022

Benesch, Susan. "The rise of solutions journalism." *Columbia Journalism Review*, vol. 36, no. 6, Mar.-Apr. 1998.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. **Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem**. *Estudos em Jornalismo e Mídia* Vol. 14 No 1 Janeiro a Junho de 2017. ISSN 1984-6924

---

<sup>3</sup> Relatório sobre o Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 - Características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/>. Acesso:15/07/2023.

FIGARO, Roseli; MOLIANI, João Augusto; FILHO, Fernando Felício Pachi; NONATO, Cláudia. **RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19.** e-ISSN no 2447-4266. Palmas, v. 8, n. 1, p. 1-17, 2022. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2022v8n1a7pt>

MAROCCO, Beatriz. **Outra via para interrogar as práticas jornalísticas.** Galáxia (São Paulo, online), ISSN: 1982-2553. Publicação Contínua. e50598 <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202150598>. No 46, 2021, pp.1-17.

McINTYRE, Karen; LOUGH, Kyser. **Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism.** DOI: 10.1177/1464884918820756. 2019

REGINATO, Gisele Dotto. **Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo nas sociedades democráticas.** Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol.17. 2020.

SEIXAS, L. **Teorias de jornalismo para gêneros jornalísticos.** Galáxia. (São Paulo, Online), n. 25, p. 165-179, jun. 2013.

THIER, Kathryn. **Opportunities and challenges for initial implementation of solutions journalism coursework.** University of Oregon. Journalism and Mass Communication Educator. v.71, n.3, 2016

WENZEL, Andrea; GERSON, Daniela; MORENO, Evelyn. **Engaging Communities Through Solutions Journalism.** 2016. Disponível em:[https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/engaging\\_communities\\_through\\_solutions\\_journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/engaging_communities_through_solutions_journalism.php). Acesso:17/05/2021