

ECONOMIA POLÍTICA DAS MEDIAÇÕES JORNALÍSTICAS: O CASO DA TV CIDADE VERDE¹

Jacqueline Lima DOURADO²; Nariani de Sousa Lopes RODRIGUES³

RESUMO:

O artigo analisa o perfil jornalístico @tvcidadeverde no Instagram como objeto de estudo para discutir as mediações jornalísticas no contexto dos novos tempos pandêmicos, delimitado pelo anúncio da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre o fim da emergência da COVID-19. O período evidenciou fragilidades estruturais e reposicionou a saúde pública no debate coletivo. A problemática do estudo busca compreender como as notícias sobre a vacinação são mediadas no Instagram, considerando as formas, formatos e interações sob a influência das dinâmicas econômicas e técnicas que estruturam as plataformas digitais. O objetivo geral consiste em problematizar o processo de mediação jornalística por meio das publicações no perfil @tvcidadeverde sobre a cobertura vacinal em tempos pandêmicos. Como objetivos específicos, propõe-se: analisar as publicações a partir das caracterizações de conteúdo relacionadas à temática da vacinação contra a COVID-19 no território piauiense; e discutir a produção de conteúdos noticiosos em suas possibilidades de formatos, usos, funções de estruturação multimidiática e interativas disponibilizadas pelo Instagram.

A relevância do estudo reside na centralidade do ambiente digital no jornalismo contemporâneo, que reconfigura rotinas, formatos e interações com o público. Compreender essas transformações torna-se fundamental diante dos desafios da mediação jornalística. O observável foi escolhido por integrar um dos principais grupos comunicacionais do território piauiense, com expressividade em métricas de público e frequência de publicações. Observa-se que conteúdos em vídeo com participação dos próprios jornalistas tendem a gerar alcance, funcionando como estratégia de humanização, enquanto publicações com design padronizado indicam a permanência de um modelo repetitivo de uso das ferramentas da plataforma.

O percurso metodológico estrutura-se a partir de uma abordagem qualitativa, com base na netnografia, conforme proposta por Robert Kozinets (2014), adequada para a análise das sociabilidades mediadas pelo digital. O recorte temporal compreende os meses de setembro a janeiro, entre os anos de 2023 e 2024, e o corpus é composto por 10 publicações do perfil @tvcidadeverde, selecionadas com base na relevância das interações, diversidade de formatos e centralidade temática na cobertura vacinal. A análise foi operacionalizada a partir das etapas de entree cultural, coleta e análise de dados, ética de pesquisa e representação, mobilizando como categorias analíticas as caracterizações de conteúdo, os formatos multimidiáticos e as dinâmicas de engajamento.

¹ Trabalho apresentado no GT5 – Economia Política do Jornalismo do XI Encontro da Sociedade EPTICC.

² Doutora em Ciências da Comunicação (UNISINOS). Pós-doutorado em Comunicação e Artes (Universidade da Beira Interior - Portugal). Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPI – Universidade Federal do Piauí. Líder do Grupo de Comunicação, Economia Política e Diversidade – Comum. E-mail: jacdourado@uol.com.br

³ Mestranda bolsista do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia (CNPq) no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPI – Universidade Federal do Piauí. Bacharel em Jornalismo pela UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto (Teresina – PI). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI e do Grupo de Comunicação, Economia Política e Diversidade – Comum. E-mail: narianirodrigues@gmail.com.

O estudo também articula contribuições da Economia Política do Jornalismo (EPJ), da Economia Política da Comunicação (EPC) e dos estudos da mediação, ancorados em autores como Dourado (2010), Andrade (2015), Mosco (2016), Bolaño (2018), Martín-Barbero (1987) e Martins (2010). A partir desse diálogo, propõe-se a Economia Política das Mediações Jornalísticas (EPMJ) como uma chave analítica para compreender a mediação no jornalismo em ambientes digitais, considerando-a como uma instância atravessada por relações de poder e pelas dinâmicas do capital. Os resultados preliminares indicam que a mediação do perfil tende a se adaptar aos formatos da plataforma, em detrimento das interações, evidenciando tensões entre a prática jornalística e as lógicas das redes sociais.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Samária Araújo. **Jornalismo em mutação**. Teresina: EDUFPI, 2015.

BOLAÑO, César Siqueira. **Economia política da internet, mediação e jornalismo**: para a crítica da comunicação e da tecnologia. Aracaju: Revista Eptic, v. 20, n. 3, 2018, pp. 133-155.

DOURADO, Jacqueline Lima. **Rede Globo**: mercado ou cidadania?. Teresina: EDUFPI, 2010.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

MARTINS, Ana Amélia Lage. **Mediação**: reflexões no campo da Ciência da Informação. Belo Horizonte: Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MOSCO, Vicent. **Economia Política do Jornalismo**. *IV*: DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da Silva. (orgs.). Economia Política do Jornalismo: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Teresina, EDUFPI, 2016.