



REVISTA
CONCEPÇÃO
ELETRÔNICA

**Comunicação,
Inovação
e Design**

UNIANCHIETA
Nº7

Concepção (ISSN 2965-0992) é uma revista semestral, publicada desde 2022, vinculada à área de Comunicação e Inovação do Centro Universitário Padre Anchieta (UniAnchieta). Tem o intuito de discutir temas relacionados à Comunicação, ao Design e à Inovação, em seus diversos aspectos epistemológicos, criativos e metodológicos. A publicação prioriza abordagens críticas nos campos e estudos de natureza aplicada ou estratégica, que se relacionem com a divulgação de conhecimentos e saberes científicos que possam ser implementados a partir de produtos, planos, processos e práticas de intervenção. Os trabalhos publicados têm acesso livre e gratuito, fomentando a divulgação do conhecimento científico e o acesso à informação por todas as pessoas. A revista aceita, via sistema de submissão *on-line* e em fluxo contínuo, contribuições em que pelo menos um dos autores tenha título de doutor. **Concepção** aceita apenas contribuições voluntárias, sem nenhum custo ou pagamento de direitos autorais aos autores. Os textos, na forma de artigos, entrevistas e resenhas, podem ser de autoria de pesquisadores brasileiros ou estrangeiros.

Site: <https://revistas.anchieta.br/index.php/RevistaConcepcao/about>

E-mail: concepcao@anchieta.br

EXPEDIENTE

Diretor Acadêmico:

Prof. Me. João Antônio de Vasconcelos

Coordenadora Geral de Graduação:

Profa. Dra. Ana Carolina Antunes Naime

Coordenador da Área de Comunicação e Inovação:

Prof. Dr. Antonio Carlos Valini Vacilotto

Editor:

Prof. Dr. Fabiano Ormaneze

Conselho Editorial Interno:

Prof. Dr. Antonio Carlos Valini Vacilotto

Prof. Dr. Fabiano Ormaneze

Profa. Dra. Juliana Savoy Fornari

Prof. Dra. Helena Maria Cecília Navarrete

Conselho Editorial Científico Nacional e Internacional

Profa. Dra. Ana Elisa Antunes Viviani (CISC/PUC-SP)

Prof. Dr. César Nunes (FE/Unicamp)

Profa. Dra. Cristina Pontes Bonfiglioli (CISC/PUC-SP)

Profa. Dra. Francine Altheman (ESPM)

Profa. Dra. Gabriela Domingues Coppola (Unip/Senac-Campinas)

Profa. Dra. Hosana Celeste Oliveira (IA/Unesp-SP)

Profa. Dra. Ina Motoi (Université du Quebec, Canadá)

Prof. Dr. Johannes Angemüller (Open University, Inglaterra)

Prof. Dr. José Moran (ECA/USP)

Profa. Dra. Liene Nunes Saddi (FIB-Bauru)

Profa. Dra. Maria das Graças Conde Caldas (LabJor/Unicamp)

Prof. Dr. Rafael Resende Maldonado (FIMI-Mogi Guaçu)

Prof. Dr. Rodrigo Daniel Sanches (Faculdade Cásper Líbero)

Capa:

Prof. Mauro Pavani

Letícia Pavan

Centro Universitário Padre Anchieta

Av. Odila Azalim, 575 - Vila Nova Jundiainópolis, Jundiáí - SP, CEP: 13210-795

SUMÁRIO

Apresentação.....	04
Jornalismo Literário: uma receita mineira a partir da análise da obra de Roberto Drummond.....	07
<i>Podcasts</i>, comunicação e ensino: como as novas mídias podem favorecer o aprendizado sobre gestão da água em sala de aula.....	34
Literacia digital e competências digitais: do combate aos discursos extremistas à democracia.....	51
Refeições nutritivas, congeladas e saborosas: proposta corporativa sustentável para alimentação saudável no ambiente de trabalho.....	68
Consumo de informação e de alimentos para além do gosto do algoritmo: discussões que impactam na construção do que se entende por cozinha-cultura brasileira.....	91



APRESENTAÇÃO

Esta edição da *Revista Concepção* reúne produções que exploram os campos da Comunicação, do Design e da Inovação, mantendo o compromisso de fomentar reflexões críticas e dialogar com diferentes áreas do conhecimento. Os leitores encontrarão, nas próximas páginas, além de artigos, um ensaio, um relato de caso e uma resenha, que trazem perspectivas diversas para o debate acadêmico e profissional nas áreas abrangidas pela revista.

O primeiro artigo, “Jornalismo Literário: uma receita mineira a partir da análise da obra de Roberto Drummond”, examina a presença dos sete pilares do Jornalismo Literário, conforme definidos pelo pesquisador estadunidense Norman Sims, na série “Mulher, Receita Mineira”, destacando também o uso da narrativa em primeira pessoa no jornalismo, bem como as implicações estilísticas e narrativas. O estudo é fruto de um trabalho que envolveu análise de textos e entrevistas.

Na sequência, “Podcasts, comunicação e ensino: como as novas mídias podem favorecer o aprendizado sobre gestão da água em sala de aula” apresenta um estudo sobre o uso de *podcasts* como recurso educacional, destacando sua capacidade de aproximar conteúdos técnicos da realidade dos estudantes. A pesquisa discute como essa mídia pode estimular o pensamento crítico, favorecer a compreensão sobre a importância da gestão responsável da água e ampliar o alcance das práticas pedagógicas para além dos limites físicos da sala de aula.

Já o ensaio “Literacia digital e competências digitais: do combate aos discursos extremistas à democracia” propõe uma reflexão sobre o papel dessas competências na preservação dos princípios democráticos e no enfrentamento à radicalização nas redes.

Na sequência, o relato de caso “Refeições nutritivas, congeladas e saborosas: uma proposta de solução corporativa inovadora e sustentável para o bem-estar de colaboradores” apresenta uma proposta de negócio, que explora tecnologia, personalização, atendimento humanizado e responsabilidade socioambiental.

Encerrando a edição, continuamos a falar sobre alimentação, mas em outra perspectiva. A resenha “Consumo de informação e de alimentos para além do gosto do algoritmo” analisa o livro “Diálogos Comestíveis”, de Érica Araium, discutindo a relação entre gastronomia, mídia e identidade cultural brasileira.



Com este conjunto de trabalhos, reafirmamos o propósito da *Revista Concepção* de promover a circulação de ideias e a difusão de conhecimentos aplicados e estratégicos, conectando pesquisadores, profissionais e leitores interessados em compreender e transformar realidades.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Jundiaí (SP), junho de 2025.

Prof. Dr. Fabiano Ormanze
Editor



ARTIGO

JORNALISMO LITERÁRIO: UMA RECEITA MINEIRA A PARTIR DA ANÁLISE DA OBRA DE ROBERTO DRUMMOND

Tiago Gonçalves¹Celso Luiz Falaschi²

Resumo

Este artigo analisa a presença e a aplicação dos sete pilares do Jornalismo Literário — humanização, imersão do repórter na realidade, voz autoral, estilo, precisão de dados e informações, uso de símbolos e metáforas, e digressão (Sims, 1996) — na série de reportagens “Mulher, Receita Mineira”, escrita por Roberto Drummond e publicada em 1969 no “Caderno Feminino” do jornal *Estado de Minas*, vencedora do Prêmio Esso Regional naquele ano. A pesquisa destaca também o uso da narrativa em primeira pessoa como recurso característico do Jornalismo Literário, contrastando com a predominância da terceira pessoa no jornalismo tradicional. A análise contribui para a compreensão das possibilidades estilísticas e narrativas no fazer jornalístico, especialmente no contexto brasileiro da década de 1960.

Palavras-chave: Jornalismo Literário; Roberto Drummond; narrativa em primeira pessoa.

Abstract

This article analyzes the presence and application of the seven pillars of Literary Journalism — humanization, reporter immersion in reality, authorial voice, style, accuracy of data and information, use of symbols and metaphors, and digression (Sims, 1996) — in the reportage series *Mulher, Receita Mineira* (“Woman, Minas Gerais Recipe”), written by journalist and author Roberto Drummond and published in 1969 in the “Caderno Feminino” section of the newspaper *Estado de Minas*, winner of the 1969 Esso Regional Award. The study also highlights the use of first-person narrative as a distinctive element of Literary Journalism, in contrast to the third-person voice typically found in traditional journalism. This analysis contributes to a deeper understanding of the stylistic and narrative possibilities within journalistic practice, particularly in the Brazilian context of the 1960s.

Keywords: Literary journalism; Roberto Drummond; first-person narrative.

Introdução

Qual a receita da mulher brasileira? Serão duas xícaras de chá da solidariedade de Helena Antipoff, três colheres de sopa de elegância da socialite mineira Lilian Sônia, duas pitadas de sensibilidade da poetisa Henriqueta Lisboa, uma colher de chá de

¹ Jornalista pela PUC-Campinas, especialista pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL). Graduando em Psicologia pela Universidade São Francisco (USF). Escritor.

² Doutor em Psicologia pela PUC-Campinas, onde fez também o mestrado em Educação e a graduação em Jornalismo. Arterapeuta e produtor cultural.

irreverência de Many Catão, uma dose de talento da atriz Domitila Amaral e os encantos de Ângela Villas Boas, a Pantera de Minas, a gosto? Quem sabe... O jeito é misturar todos os ingredientes, colocar para assar num forno à lenha e provar do resultado. Foi o que fez, ao longo da série *Mulher, Receita Mineira*, o cozinheiro, isto é, o jornalista mineiro Roberto Drummond (1933-2002). Ao abrir seu caderninho de receitas, que traz as folhas salpicadas pelo suor da autêntica apuração jornalística, Roberto revelou ao leitor a verdadeira composição da alma feminina brasileira, composta por medos, paixões, sonhos, desastres, amor, fortuna, pecado, religiosidade, sortilégios e ambições...

Se bem que, ao trazer à tona a receita da mulher brasileira, Roberto Drummond revela aos leitores o bê-á-bá de um jornalismo anticonvencional, que foge aos padrões, técnicas e estigmas preconcebidos da imprensa tradicional, como pirâmide invertida, lide e imparcialidade. Mas afinal, o que Drummond fez na série de reportagens *Mulher, Receita Mineira*, publicada no *Caderno Feminino* do *Estado de Minas*, pode ser rotulado como Jornalismo Literário? *A priori*, a resposta fica no ar. Mas convido o leitor a subir nas asas de uma cotovia e, em minha companhia, voar até Belo Horizonte dos anos 60 e tentar decifrar este enigma.

A série em análise foi publicada entre 13 de abril e 6 de julho de 1969, trazendo entrevistas com doze personagens femininas de Belo Horizonte, chamadas por Drummond de “mulheres-mito”. Com sensibilidade e criatividade, o autor traçou perfis que ultrapassam o registro factual e se aproximam da literatura, compondo uma narrativa marcada por subjetividade, lirismo e profundidade emocional. Assim, este estudo propõe confrontar essa série com a teoria do Jornalismo Literário (JL) definida pelo jornalista norte-americano Norman Sims (1996), cuja tradução para o português foi realizada por Falaschi (2005). O objetivo é verificar a presença (ou ausência) dos sete pilares do JL na obra de Drummond: 1) humanização; 2) imersão do repórter na realidade; 3) voz autoral; 4) estilo; 5) precisão de dados e informações; 6) uso de símbolos e metáforas; e 7) digressão. Como todas as reportagens foram escritas em primeira pessoa, a análise também se debruçará sobre o uso dessa voz narrativa no jornalismo, buscando compreender sua contribuição específica ao JL.

Apesar de serem encarados como dois gêneros distintos, tanto o jornalismo quanto a literatura bebem na fonte da linguagem, isto é, ambos têm como principal meio de expressão a palavra para a obtenção de seus principais objetivos. Por conta



disso, os traços de similitudes são evidentes. Lima (2004) discursa sobre as fronteiras entre jornalismo e literatura: “O jornalismo absorve assim elementos do fazer literário mas, camaleão, transforma-os, dá-lhes aproveitamento direcionado a outro fim” (2004, p. 178). No entanto, o processo não se restringe apenas ao tráfego do jornalismo pelos campos literários. Mas ao contrário também:

Num primeiro movimento, o jornalismo bebe na fonte da literatura. Num segundo, é esta que descobre, no jornalismo, fonte para reciclar sua prática, enriquecendo-a com uma variante bifurcada em duas possibilidades: a de representação do real efetivo, uma espécie de reportagem – com sabor literário – dos episódios sociais, e a incorporação do estilo de expressão escrita que vai aos poucos diferenciando o jornalismo, com suas marcas distintas de precisão, clareza, simplicidade. (Lima, 2004, p. 178)

Lima, na mesma obra, traz ainda um trecho de uma entrevista com o crítico Boris Schnaiderman que afirma:

Acho errado ver uma barreira intransponível entre o jornalismo e a literatura. [...] Ora, literatura e jornalismo estão tão próximos, tão ligados. O jornalismo apropria-se das técnicas da literatura e vice-versa. [...] Qualquer reportagem bem feita tem elementos literários. [...] Porque o literário não é apenas um ornamento. [...] Em termos modernos, a literatura e o jornalismo são vasos comunicantes, são formas diferentes de um mesmo processo. (*apud* Lima, 2004, p. 179)

Sob a premissa do jornalista Joel Silveira de que o bom jornalismo é literatura, qual será a opinião de Roberto Drummond sobre essa questão? Em entrevista dada ao repórter Luiz Otávio (2001), para o portal eletrônico Comunique-se, de Belo Horizonte, Roberto foi enfático ao afirmar: “Na verdade, existe em todo repórter um autor literário em palpitação, que pode ou não se manifestar, dependendo de uma série de circunstâncias, tanto de caráter pessoal como determinadas pelas opções pessoais ou imposições externas”.

Portanto, para Roberto Drummond, as relações entre o escritor de ficção e o escritor da realidade sempre foram favoráveis e, sobretudo, harmônicas. “Em minha literatura, há traços evidentes que demonstram que o repórter e o cronista se confundem com o escritor. [...] Não fosse a palpitação constante e instigante da sensibilidade jornalística, talvez nem mesmo existisse hoje o escritor”.

Tanto faz ser escritor ou jornalista, a percepção da realidade, bem como um olhar específico para decifrá-la, deve estar presente durante todo o processo de criação e escrita. “Se hoje sou escritor, é porque nunca deixei de ser um repórter e um cronista do cotidiano”, dizia Drummond. Em 1996, por meio da publicação *Literary Journalism*, o escritor, jornalista e professor Norman Sims identificou sete elementos principais do JL, traduzidos para o português por Falaschi (2005). Esses elementos estão sintetizados a seguir:

- **Humanização:** a narrativa deve trazer à tona o ser humano, abolindo o relato frio e distante. A emoção e a compreensão profunda das pessoas são centrais no JL.
- **Imersão do repórter na realidade:** o repórter deve gastar o tempo necessário para conhecer o personagem ou a situação sobre a qual pretende escrever, podendo levar dias, meses ou até anos de pesquisa. Para Sims (1996), se a imersão não puder ser alcançada, deve ser pelo menos tentada. Ela denota audácia, autoridade, credibilidade e emoção.
- **Voz autoral:** o jornalista é um contador de histórias e pode narrar os acontecimentos com detalhes e não-linearidade, sem interferir no conteúdo. A voz autoral é tão importante quanto a ambientação na estrutura textual.
- **Estilo:** o repórter deve desenvolver um texto próprio, sem se prender à pirâmide invertida ou ao lide. Pode utilizar elementos da ficção, como suspense, diálogos, antecipações ou *flashbacks*, em primeira ou terceira pessoa.
- **Precisão de dados e informações:** a narrativa deve manter-se fiel à factualidade, veracidade e interesse público. O repórter escreve o que viu, ouviu ou sentiu, sem inventar personagens, situações ou falas.
- **Uso de símbolos e metáforas:** o jornalista ativa o subconsciente ao usar simbolismos e figuras de linguagem, aproximando o texto jornalístico da narrativa ficcional e facilitando a apreensão sensorial pelo leitor.
- **Digressão:** trata-se da busca de novas formas de abordar o assunto, afastando-se da personagem central para aprofundar temas interligados, com um mergulho vertical (na personagem) e horizontal (cruzamento de dados).



A seguir, vamos conhecer as doze mulheres entrevistadas por Roberto Drummond por meio da apresentação que o autor fez de cada uma delas nas reportagens. Abaixo do nome da personagem, estão transcritos os títulos dos textos e a data de publicação:

I) Zilda Couto (socialite)

Viagem a um mundo encantado (13/04/1969)

É muito perigoso rotular as pessoas. Podemos, se estamos prevenidos, dizer que todas as mulheres do society são fúteis ou que todas as intelectuais são bichos estranhos. É arriscado generalizar, se quisermos ser verdadeiros. A sra. Zilda Couto, por exemplo, é da lista da “Dez Mais” [...] E dela, o que ficou é a imagem de uma mulher perfeccionista e mística [...].

II) Helena Antipoff (educadora)

Os cabelos cor de cinza do amor (20/04/1969)

Tudo começou a acontecer 40 anos atrás. Uma mulher chamada Helena Antipoff, que mal sabia falar o português, chegava a Minas. Trazia na lembrança amargas e um sonho: dar toda uma vida pelas crianças excepcionais. De lá para cá, muita coisa mudou. A educadora Helena Antipoff foi perdendo o sotaque russo e, aos poucos, foi vendo seu sonho tão real como a Fazenda do Rosário. O nome de dona Helena Antipoff é agora famoso no mundo. Mas, sempre, ela evitou falar sobre a própria vida. Agora, concordou, e, o resultado, é fascinante.

III) Lilian Sônia (socialite)

Duas ou três coisas dela (27/04/1969)

Ela foi lançada, numa festa de debutantes, pelo cronista Wilson Frade. – Era uma dessas moças que a gente vê e não sabe como descrever - depõe Wilson Frade – e o tempo só lhe fez bem. Nos 9 anos que passaram muitas coisas aconteceram: ela se casou, tem uma filha de 4 anos, e vem aparecendo em todas as listas de “Dez Mais”, pela beleza e elegância. E, mais do que isso, a sra. Lilian Sônia Augusto Ferreira é considerada uma das mulheres mais bonitas do Brasil. Aí está, tal como a viram Roberto Drummond e Evandro Santiago, a sra. Lilian Sônia Augusto Ferreira.

IV) Henriqueta Lisboa (poetisa)

Do fundo do azul do mundo (04/05/1969)

Nome: Henriqueta Lisboa; profissão: poetisa; referência: é uma das grandes figuras da literatura nacional. Ela é brasileira e, mais do que



isso, mineira. Mas essa circunstância não impede que seus poemas sejam admirados também em outras línguas. Vários deles já ganharam traduções estrangeiras. É que nas mãos da poetisa de “Azul Profundo” o mundo é pequeno, pequeno e azul. Henriqueta Lisboa já ganhou muitos prêmios com seus 19 livros. E é, ainda, a única mulher que conseguiu entrar para uma academia de letras, no caso, a de Minas. Mesmo assim, talvez, não seja tão conhecida como também merece. Mas ninguém pode deixar de ler esta história verdadeira de uma mulher só, bem só com seus livros.

V) Many Catão (estilista)

A vida é uma festa brava (11/05/1969)

Many, com y, Catão Viana Novais: mineira, nascida em Belo Horizonte, personagem do romance “O Amanuense Belmiro”, de Ciro dos Anjos, mas grega de coração. Ela é uma artista, muito comentada pelas colunas sociais. Mas nunca fez pintura, nem desenho, nem escultura. Suas criações artísticas andam na cabeça das mulheres elegantes. São os chapéus de Many Catão, os chapéus que ela faz com material de Paris, com uma arte rara. Ex-jornalista, ex-cantora, ex-locutora, é uma mulher do mundo. Sem ser rica, doou sua única fortuna – o apartamento – para as velhas do Asilo Santa Isabel. Sempre foi uma rebelde. Dela é a definição irônica: TFM, o mesmo que Tradicional Família Mineira. Preparem-se para fazer, com Roberto Drummond e Evandro Santiago, uma viagem fascinante pelo mundo de Many Catão.

VI) Priscila Freire (atriz e diretora teatral)

A personagem à procura de um sonho (18/05/1969)

Alguns anos atrás ela era só sra. Alberto Freire, “née” Priscila Euler, como diziam os colunistas sociais, e circulava apenas nas reuniões do society. Depois aconteceu uma peça na vida dela: “As Mulheres”. Parecia, apenas, um hobby a mais de uma mulher que sempre gostou de colecionar corujas de barro, madeira, ou em quadros e gravuras. Mas não. Vieram outras peças, como Seis Personagens à procura de um Autor, Sonhos de Teodoro, A Carta Perdida e Mandrágora. Em todas estava a atriz Priscila Freire. Com “A Bruxinha Que Era Boa”, Priscila Freire realiza sua experiência como diretora teatral – ela que é, também, diretora social do Automóvel Clube. Já fez um filme, ainda inédito, o “Puro Fantasma”, faz um programa na TV Itacolomi e já escreveu artigos sobre artes plásticas e teatro.

VII) Ângela Villas Boas (socialite)

Uma canção batendo na pedra (25/05/1969)

Faz dez anos que acontece a mesma coisa. Nós abrimos uma coluna social e lá está o nome dela: Ângela Villas Boas, antes Ângela Diniz, quando solteira. Ela é uma das senhoras mais notícia do society mineiro, por causa da sua elegância e beleza. Do que anotam nas

recepções, os colunistas têm sempre alguma coisa assim para nos contar: “Ângela Villas Boas fazia uma das personagens de maior charme e elegância, no Automóvel Clube”. Mas, afinal, quem é a sra. Ângela Villas Boas? Vamos, aqui, responder a muitas perguntas: ela é autêntica, uma esnobe, uma sofisticada? Sim, autêntica ela é. E certamente vocês vão ficar conhecendo bem, como se tivessem falado com ela, a sra. Ângela Villas Boas.

VIII) Domitila do Amaral (atriz)

Grande e estranho é o mundo (01/06/1969)

Uma filha de paulistas de 400 anos, Maria Helena Amaral, chegou em Paris em 1951, como milhares de outras moças. Pouco tempo depois, com um novo nome, Domitila do Amaral, ela ganhou a primeira página dos jornais franceses. Tudo porque, interpretando Yerma, a peça de Garcia Lorca, foi considerada uma das grandes atrizes da Europa. “Yerma ganhou em Domitila do Amaral, - gritavam os jornais – a sua maior intérprete de todos os tempos”. Mas Domitila do Amaral trocou Paris por refúgio em Ouro Preto. É uma mulher mistério, cercada não só por um muro de pedras, mas por várias lendas. Vive de traduzir livros – fala cinco línguas – e de escultura. Por que abandonou a glória por um esconderijo? É o que vocês vão saber lendo a primeira entrevista dada por Domitila do Amaral.

IX) Lúcia Machado (escritora)

Quando o mundo também é criança (08/06/1969)

Todos os sonhos são possíveis e viram verdade. Basta que as crianças, grandes ou pequenas, abram um livro da escritora Lúcia Machado de Almeida. Então, muitas coisas começam a acontecer – descemos ao fundo do mar, subimos rumo à Lua ou, também acontece, andamos pelas ladeiras de Ouro Preto, entramos nas igrejas de Sabará, damos um pulo a Diamantina. Existe, em todo, um toque de encantamento. Irmã do escritor Aníbal Machado, do médico Lucas Machado e do político Cristiano Machado, Lúcia Machado de Almeida começou a escrever quase por acaso. Mineira, com um amor pelas cidades históricas que aprendeu do marido, sr. Antônio Joaquim de Almeida, ela tem milhares de amigos em todo o País – os meninos, não importa a idade que tenham, se 8 ou 15 anos.

X) Magda Soares (professora)

O mundo visto de uma estrela (15/06/1969)

Pode ser que, para muitos, seu nome seja estranho. Mas a professora Magda Soares Guimarães, mineira, nascida em Belo Horizonte, onde vive – é conhecida e admirada por nada menos de quatrocentos mil estudantes, de todo o País. Tudo por causa de seus livros, “Português Através de Textos” e “Manual do Professor”, best-sellers que a transformaram em milionária. Organizadora do Colégio Universitário de Belo Horizonte e livre-docente de Didática Geral da Faculdade de

Filosofia da UFMG, a professora Magda Soares Guimarães é reconhecida como um dos maiores talentos do ensino no Brasil. E é uma mulher com muita coisa para contar e, mais, para ensinar. Casada com o prof. José Geraldo Guimarães, a sra. Magda Soares tem quatro filhos. Aqui está o mundo dela: vale a pena viajar por ele e conhecê-la.

XI) Maria Lúcia Godoy (cantora lírica)

Acalanto para fazer o amor dormir (22/06/1969)

“Não basta a beleza da voz, mas a inteligência interpretativa: é uma artista”. Foi assim que o famoso Leopold Stokowsky, regente da Orquestra de Filadélfia, definiu Maria Lúcia Godoy, depois de vê-la cantar sob sua regência no Carnegie Hall e no Lincoln Center, em Nova Iorque. Dela falou também o “New York Times”: “Raramente podemos ouvir uma voz tão linda – disse o crítico musical do maior jornal do mundo – como a da brasileira Maria Lúcia Godoy”. Mineira, criada em Belo Horizonte, Maria Lúcia Godoy é hoje um dos maiores nomes da música brasileira. E aqui está, tal como foi sentida e, não, entrevistada.

XII) Sandra Carneiro de Mendonça (socialite e tradutora)

Os olhos abertos para ver o mundo (29/06/1969)

A fotografia e o nome dela, senhora Sandra Carneiro de Mendonça, estão sempre nas colunas sociais. Ela é uma elegante, da lista das “Dez Mais”, e é também uma pessoa requintada. Mas muito mais que podem sugerir os cronistas, que falam nela como uma mulher culta, a senhora Sandra Carneiro de Mendonça é uma pessoa que não tem medo da vida. E, para isso, faz da cultura uma boa auxiliar. Nascida no Rio, ainda assim, a senhora Sandra Carneiro de Mendonça, casada com o sr. José Joaquim Carneiro de Mendonça, é uma mineira. E sente a mineiridade, como fala Guimarães Rosa, romancista que ela sempre quis ler, mas achou difícil.

Em busca do Jornalismo Literário

A análise que deu origem a este trabalho foi realizada como uma monografia para conclusão do curso de pós-graduação em Jornalismo Literário, quando foram analisadas as doze reportagens em busca da presença (ou não) das sete características do Jornalismo Literário, conforme Norman Sims (1996). As características foram encontradas em todos os textos. No curto espaço deste artigo, citaremos dois exemplos: a análise dos textos de Henriqueta Lisboa (1901-1985) e Magda Soares (1932-2023). A escolha das duas foi feita de maneira a contemplar personagens que tiveram representatividade nacional em suas áreas. Henriqueta ganhou vários prêmios literários

ao longo da vida. Magda tornou-se uma das principais referências nacionais na área de alfabetização e letramento.

Presença das características do JL na reportagem sobre Henriqueta Lisboa

Quando foi entrevistá-la, a poetisa Henriqueta Lisboa vivia só. E, para acompanhar sua aparente solidão diária, Drummond vai à sua residência. Lá, descobre que ela está muito bem acompanhada ao lado de seus livros e da empregada:

Imersão do repórter na realidade

O repórter faz questão de mostrar ao leitor que esteve na casa da mulher-mito entrevistada, como no caso da poeta:

Quando toquei a campainha do apartamento pensava que seria fácil fazer uma pergunta assim à poetisa Henriqueta Lisboa. (...) Ela está contando que, certa noite, sonhou um poema inteiro.

O apartamento de dona Henriqueta Lisboa é muito vazio ainda que tenha mil livros. Estou aqui sem saber onde posso colocar a cinza do meu cigarro.

Ela me convida a chegar à sacada. Há uma sexta-feira lá embaixo e o som das vozes sobe até nós Dona Henriqueta Lisboa está me falando sobre a vida.

Voz autoral

A imersão faz com que, muitas vezes, o repórter repasse ao leitor dados e informações sem que se utilize de declarações textuais ou precise atribuí-las a alguém. Ele está ali vivendo e pode nos contar:

E este cinzeiro aqui nada parece saber do calor de um cigarro. É muito limpo e, assim, eu penso, jamais foi usado. Nada aqui sugere uma gravata, um paletó deixado na poltrona, um maço de cigarros com dois cigarros. E a sala em que estamos também não está acostumada com muita fumaça. Tanto que dona Henriqueta Lisboa pede licença e vai abrir a cortina e a porta de vidro que dão para a sacada.

Um poeta, um escritor, todos, são vistos muitas vezes como bichos de sete cabeças. Temos o mal costume de imaginá-los assim, diferentes de nós em tudo, e vou interrogando dona Henriqueta Lisboa.

Estilo



Os recursos de suspense e do “foreshadowing” são os que mais aparecem ao longo da narrativa:

Se um dia formos a Berlim Ocidental, por exemplo, poderemos ler seu nome – Henriqueta Lisboa. É só irmos andando até uma livraria e, lê, correr nossos olhos pela antologia em alemão dos grandes poetas da nossa América Latina. E, se estivermos em algum outro lugar, quem sabe Madri ou Buenos Aires ou Paris, isso também pode acontecer.

Na poltrona em que está sentada, com seu vestido que esconde os joelhos, aparece preocupada. Mas, ainda assim, nem sonha com a pergunta que trouxe comigo e que já nem sei como vou fazer.

Precisão de dados e informações

Com precisão das tonalidades, o repórter faz o leitor enxergar as serras que brotam da janela da casa da poeta. Aliás, do mesmo jeito que são vistas por Henriqueta durante o dia:

E, enquanto as olha a meu lado, vai me contando que são assim verdes, pela manhã. Mas conforme o céu esteja vestido ou não de nuvens ficam apenas puxadas a verde, ou verde-escuro ou levemente azuis. Nos fins de tarde as serras de dona Henriqueta ficam amarelo-laranja.

Humanização

Este recurso faz o leitor entender que dona Henriqueta Lisboa é uma mulher recatada e tímida, que abusa do intelecto e da discrição:

[...] a mulher de óculos que é Henriqueta Lisboa. Ela torce muito as mãos e algum susto anda por seus olhos, talvez por sentir que, pela primeira vez, terá de falar da própria vida.

- Pode usar o cinzeiro da mesinha – fala dona Henriqueta Lisboa – Eu nunca fumei na vida
Ela não fuma – o que, talvez, seja uma virtude. Ela não bebe – o que, talvez, seja um defeito. Costurar, dona Henriqueta costura, e bem. Mas na cozinha não é tão boa.

Uso de símbolos e metáforas

O uso de metáforas está nos subtítulos e na narrativa. Já as analogias aparecem nos apelidos que Roberto dá à poeta:

É uma mulher-pétala, assim tão branca e tão frágil, essa cujo poemas passeiam pelo mundo. Mas tudo nela é pétala. Os olhos são pétalas, as mãos são pétalas, o rosto, os cabelos e, também a voz, é de pétala.



Sim, é uma mulher-pétala.
Então uma manhã azul entra dentro da sala. O amor caminhando pela estrada. Jogo a conversa para a lua.

Digressão

A presença sutil da digressão aparece quando Roberto faz um pequeno discurso sobre o escritor Guimarães Rosa, seguido da transcrição completa de um conto do escritor:

Guimarães Rosa é muito difícil, sim, mas sabe da vida e das coisas de todos nós, homens e mulheres ou bichos. E suas histórias que ele só chamava de “estórias”, comovem, e espero que comovam dona Henriqueta. [...] Lá vai uma vaca viajando pela estrada, lá vai ela fugindo “por amor, não por acaso” [...].

Presença das características do JL na reportagem sobre Magda Soares

Roberto Drummond foi à casa de uma intelectual. Trata-se da professora de português Magda Soares, que revolucionou o ensino em Minas, e também no Brasil, ao lançar uma série de livros didáticos, entre eles “Português Através de Textos” e “Manual do Professor”:

Humanização

Para trazer à narrativa a característica da humanização Roberto Drummond se utiliza das impressões sobre a educadora Magda Soares, bem como o uso de diálogos:

Imaginei, então, que a sra. Magda Soares Guimarães usasse óculos daqueles de lentes grossa. Errei – ela usa lente de contato.

Dei a ela, antes de vê-la, uns 48 anos e fios brancos nos cabelos. Errei, mais uma vez – ela tem 38 anos.

E, aos poucos, é possível sentir que a sra. Magda Soares Guimarães é segura, tranqüila, sabe o que quer da vida. Tudo isso está escrito nela – nos olhos, no rosto, no jeito de falar. Ao contrário dos antigos professores de português, a professora Magda fala como todos nós. Nada de ser uma escrava da língua. Existem sempre um “entende?” e um “né” misturados em suas frases.

Dona Magda, mulher que usa pouca maquiagem mas se cuida, nunca tem tempo nem para escolher seus vestidos - nem o modelo, nem o tecido. É Sônia, admiradora de Dior, quem decide tudo... Ela desligou a radiola e logo acendeu um cigarro americano.

- Olha tenho quatro filhos. Mas não é dinheiro que quero deixar pra eles – ela parou um pouco, para acender outro cigarro – o quero deixar



para os meus filhos é a cultura, a vida, a capacidade de saber viver, entende?

-Eu acordo sem despertador, já me acostumei – conta.

Lê horóscopo, todos os dias. Seu signo é Virgem e sabe, toda manhã, o que lhe deve acontecer.

Imersão do repórter da realidade

Com credibilidade e emoção, Roberto conta seus momentos na casa de Magda Soares. É como se fosse um papo entre dois velhos amigos e não uma entrevista:

Olhei em volta, então. A sala da professora Magda é simples – uma radiola, um sofá, duas poltronas, uma mesinha, e lá ao fundo, uma estante com livros e dois quadros pintados pelo pai, o prof. Caio Líbano.

Foi então que um dos filhos da professora Magda, Marco Antônio, de 8 anos, entrou na sala. A tarde em que estive lá era, para todos eles, uma tarde diferente. Durante toda a semana, a professora Magda só fica em casa, mesmo, à noite – durante o dia está na Faculdade de Filosofia.

A professora Magda tomava um licor, eu, um uísque. Ela fumava muito e ia falando de sua vida. As dez da noite, após o teatro infantil, dona Magda ouve Mozart. É sempre assim. Depois vai dormir para acordar às 4 da madrugada.

Voz autoral

A figura do repórter contador de histórias, que se utiliza da escrita em primeira pessoa, muitas vezes com toques de poesia, é frequente em toda a narrativa:

Conversei cinco horas com uma mulher que, às vezes, se o mundo parece difícil, busca refúgio em Sírio. E, de lá, tão distante, ela vê o que acontece na Terra, com outros olhos.

Algumas mulheres parecem desamparadas e, vendo-as, temos a impressão de que qualquer vento pode derrubá-las. Mas a professora Magda Soares Guimarães, não. Ela me fez pensar, nem sei porque, numa árvore bem plantada e firme em suas raízes, das que enfrentam a noite e os riscos da noite com tempestade, mas no outro dia amanhecem mais fortes, e mais jovens, mesmo que o mundo em volta pareça mais velho.

Bastou que eu tocasse a campainha e a professora Magda Soares Guimarães surgisse, para que entendesse, novamente, que é um mau costume traçar uma imagem das pessoas, se não as conhecemos.



A força da professora Magda é intelectual. Logo sabemos que estamos diante de alguém muito capaz, alguém diferente e, talvez por isso, seus alunos da Faculdade de Educação gostam de procurá-la, se sentem algum problema, mesmo sentimental.

Estilo

Como já é de praxe, o repórter se utiliza do suspense, especificamente ao narrar o momento que escrevia a reportagem de Magda Soares, e o recurso do *flashback*. Nota-se também, ao ler a narrativa, a não-linearidade dos fatos apresentados no texto:

Sim, eu sei, foi a gripe. Ela chegou sem avisar, mudando minha voz, cassando minhas vontades. Tinha o ar febril da Hong-Kong e parecia ter vindo para ficar uns quatro dias. Basta dizer que para passei três horas diante da máquina de escrever, parado, derrotado. Buscava uma frase que tivesse, quem sabe, o poder de certas mulheres.

Está ruim, insista. Fui tentando e fracassando, fracassando e tentando, até que alguma coisa me disse que eu devia parar e sair um pouco.

De 4 da madrugada às 7 da manhã a professora Magda trabalha em algum livro. Está no momento adaptando o “Português Através dos Textos” para um único volume. Nunca escreve à máquina para não incomodar os vizinhos mas à mão.

Todas as noites, antes de dormir, ela, que muitos julgam o maior talento de professor universitário em Minas – se torna atriz. É a hora do teatrinho para os meninos.

Aos 13 anos foi campeã de natação pelo Minas T nis. Gosta de nadar, o que faz sempre em Lagoa Santa. Sua disciplina foi herdada do protestantismo.

Precisão de dados e informações

O repórter trabalha com cifras, a fim de contextualizar ao leitor os valores em dinheiro que a educadora Magda Soares faturou ao vender seus livros:

“Ela vai receber, daqui a dez dias, 150 milhões antigos de direitos autorais e não sabe o que fazer com tanto dinheiro...”

- Muito mesmo – respondeu, e sorriu, e no que fechou um pouco os olhos – Já venderam um total de 400 mil exemplares...

- Ano passado recebi 80 milhões antigos em direitos autorais – ela falou, muito natural, como se acendesse outro cigarro. Daqui a uns dias vou receber mais 150 milhões antigos...



- Faz as contas – dá um total de NCr\$ 230 mil, em apenas dois anos. Estava diante de uma milionária e esse detalhe ninguém havia me falado.

Uso de Símbolos e Metáforas

Roberto se utiliza de comparações e metáforas para dar um toque poético à sua narrativa a respeito da professora Magda Soares:

“Apertei a campainha esperando surgir na minha frente uma mulher de óculos, igual às intelectuais de filme água-com-açúcar americano...”
A vida é boa quando pedimos asilo numa estrela.

Até que a senti, como um estalo, como uma luz que acende, mas logo apaga.

Digressão

A característica da digressão foi empregada nesta narrativa quando, para trazer uma reflexão ao leitor sobre a maneira inovadora de se ensinar a língua portuguesa proposta por Magda Soares, o repórter compila de um de seus livros um exercício de interpretação:

Toda preocupação de dona Magda, nos seus livros, é a de obrigar os alunos a pensar. Mas de forma agradável. No “Português Através de Textos”, para a 4ª série, encontrei um bom exemplo. Lá está a crônica “Amor e Outros Males”, de Rubem Braga.

“...Eu andava pela rua e sua lembrança era alguma coisa encostada em minha cara, travesseiro no ar, era um terceiro braço que me faltava, e doía um pouco...”.

E, assim, todos vão lendo Rubem Braga. Até que, no estudo do texto, dona Magda deixa algumas perguntas com os alunos. Afinal, o que Rubem Braga quis com sua crônica? Há quatro opções:

- a) contar a história de seu último amor?
- b) pedir perdão à leitora por ter qualificado o amor de incômodo?
- c) provar que o amor é um sentimento incômodo?
- d) mostrar que a dor de uma bursite é menor do que a dor do amor?

Na verdade, Rubem Braga andava, na época, meio rompido com o amor – e o julgava incômodo.

Bastidores de uma escrita literária

Por onde andam as mulheres-mito entrevistadas por Roberto na série “Mulher, Receita Mineira?”. Mais do que importante para compreender como as características



da abordagem de Drummond levaram a esses resultados estéticos demonstrados acima, falar com essas mulheres significava também reconstruir parte da própria história de Roberto Drummond, autor ainda pouco estudado. O desafio foi encontrá-las. No início desta pesquisa, em 2007, o paradeiro de algumas já era conhecido: Ângela Diniz, a Pantera de Minas, foi assassinada a tiros na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu namorado, o playboy Doca Street, em 1976. Henriqueta Lisboa, Many Catão e Helena Antipoff também já haviam falecido. Com outras, não foi possível localizar contatos.

Mas as buscas não pararam. Até que, numa tarde, consegui conversar com a professora Magda Soares. Ela se surpreendeu ao fato de um jovem jornalista esteja fazendo algum estudo sobre esta série. “Tiago, pare de mexer nesta velharia? Nem tenho esta reportagem guardada – disse”. No entanto, pela insistência ao telefone, Magda Soares, então professora emérita da Faculdade de Educação da UFMG, reativou à memória para relembrar o dia em que Roberto a entrevistou:

Não foi uma entrevista demorada. Foram algumas horas só. Coisa de uma tarde. Que eu me lembre, ele não distorceu nada do que falei, ao contrário da maioria dos jornalistas. Ele foi bastante fiel. Agora, até hoje não entendo qual o critério que ele adotou para escolher as mulheres. Acho que fui escolhida errada.

Será que a escolha foi mesmo errada? Claro que não! A professora Magda Soares tinha (e continuou tendo por quase 15 anos mais depois desse contato) muito a ensinar:

Há pouco tempo tinha lançado uma coleção de livros didáticos, que ainda era novidade, não havia virado mania a produção de livros desta natureza. Sobretudo, em Belo Horizonte, uma cidade ainda provinciana. Foi um grande sucesso as publicações. Acredito que seja esta a razão de me escolher. Ele queria que eu dissesse coisas diferentes, como as mulheres entrevistadas anteriormente. Mas eu falava: Roberto, sou apenas uma professora de classe média.

Mas a professora de classe média acertou em cheio ao discursar sobre a proposta da série e seu valor para a compreensão da alma feminina mineira: “A série tinha um caráter muito pessoal. O Roberto queria entrar na intimidade das mulheres. E ele, como nunca, tinha a sensibilidade de perceber a mulher. Isso está óbvio em sua obra como romancista e também em ‘Mulher, Receita Mineira’”.

A repercussão, como foi dito anteriormente, alcançou o sucesso almejado. Magda Soares destacou os pontos responsáveis pelo destaque da série:



Esta série teve muita repercussão na época. Além de sair em página inteira, estava sendo publicada no jornal mais conhecido e de maior circulação em Minas. Além disso, a série teve uma grande importância, porque dava visibilidade, por razões diversas, às mulheres mineiras. De todos os tipos.

No seu caso, em específico, o retorno da reportagem foi pra lá de irreverente. Aos risos, a professora conta o porquê: “Na reportagem, Roberto me perguntava quanto eu tinha recebido com a venda dos livros. Inocente, respondi. Depois, o que deu de gente pedindo dinheiro emprestado pra mim...”.

No caso da madame Zilda Couto (1919-2022) e da cantora lírica Maria Lúcia Godoy (1924-2025), a tentativa de contato foi um pouco frustrante. Tanto a primeira quanto a segunda não se lembravam de um detalhe sequer da série “Mulher, Receita Mineira”. No caso de Zilda Couto, além de não se recordar da entrevista, a socialite mineira tinha se esquecido da figura de Roberto Drummond: “Quem foi Roberto Drummond? Não me lembro, não! Já faz muito tempo!”.

Ao contrário de Zilda, Maria Lúcia Godoy tinha uma voz vibrante e forte quando foi contatada em 2007: “Fui entrevistada muitas vezes e, sendo assim, não me recordo desta reportagem” – disse, e depois desconversou. “O que eu posso te falar é que estou lançando o meu álbum duplo chamado Maria Lúcia Godoy Canta Brasil-Itália!”. Todavia, provando que o recurso da metáfora ajuda as pessoas a fixarem certas informações, Maria Lúcia Godoy arriscou: “Lembro dele escrevendo que a lua entrava em meu apartamento...”, mencionando um trecho do texto sobre ela publicado por Drummond.

Com Priscila Freire, que à época da pesquisa, era diretora do Museu da Pampulha, a conversa fluiu bem. Além de amiga de Roberto, a diretora do MAP lembrava da série e de sua repercussão no cenário social de Belo Horizonte:

A série, na época, despertou muita curiosidade. O ambiente social e intelectual de Belo Horizonte era muito limitado. Todo mundo se conhecia (considerando uma determinada faixa social). Roberto foi além das pequenas notícias de colunas do jornal. Ele tentou se envolver com a vida de cada uma das suas selecionadas e penetrar no cotidiano delas.

Quanto ao processo de apuração, Priscila conta que Roberto acompanhou seus afazeres em casa e no teatro durante um ou dois dias, mostrando assim seu comprometimento com a imersão do repórter na realidade: “Roberto Drummond me

acompanhou, não me lembro, se só um dia ou dois. Eu dirigia meu fusca e ele ia do lado conversando e fazendo perguntas. Estivemos em minha casa, no meu sítio e no teatro”. Tal como Truman Capote, na apuração de informações para o seu livro “A Sangue Frio”, Roberto não tomava nota do bate-papo, nem tampouco usava gravador:

Quando ele me procurou ele já sabia do que eu fazia e de como me dividia entre as festas e o meu empenho em tratar da minha grande paixão: o teatro. Não se tratou especialmente de uma entrevista. Não havia gravador e nem percebi que o Roberto estivesse tomando nota às escondidas.

Ao contrário de Many Catão, que não gostou do resultado final da reportagem, Priscila aprovou a narrativa de Roberto, digna de um romancista:

Gostei de me ver focalizada por um jornalista-escritor, da qualidade dele, e das fantasias que ele criou a meu respeito. Era uma realidade fantasiada mas que não fugia à verdade. Se eu me encontrei? Claro que me encontrei. Você, às vezes, se vê de um jeito diferente daquele que as pessoas te vêem... Mas acho que ele foi verdadeiro explorando o que mais o tocou na minha personalidade. O interesse cultural e o fato de também ser uma socialite freqüentadora de salões de festas.

Para Priscila, a série “Mulher, Receita Mineira” foi, além da compreensão do íntimo de doze mulheres, “um alerta para um mundo que se anunciava mais responsável, o que não tinha nada a ver com o charme feminino”. Ela também destacou, em nosso bate-papo, o fascínio de Roberto pelo universo feminino: “Roberto tinha um prazer por este mundo de festas, perfumes, bebidas e, é claro, de mulheres bonitas, bem penteadas e perfumadas”. Com carinho, atriz se lembra do último encontro com Roberto Drummond, antes de sua morte. Na ocasião, o repórter estava num barzinho da Savassi, em Belo Horizonte, rodeado de jovens mulheres.

As meninas deslumbradas de estarem ali de papo com um intelectual. E ele encantado com aquela platéia. Aproximei-me e o cumprimentei com dois beijos. Ele me apresentou ao grupo: É a Priscila Freire. Elas me olharam sem interesse. Nunca tinham ouvido falar. No entanto, como continuo a freqüentar os jornais e as notícias, afinal sou diretora de um museu de arte, deduzi que aquele grupo era completamente fora do ar em se tratando de literatura, arte ou qualquer gancho que inspirasse uma reflexão mais séria. No entanto, lá estava o nosso Roberto Drummond, felicíssimo e fascinado com a turma de meninas que o envolvia. Sobre o que estariam falando? No entanto, todo o fascínio que as mulheres poderiam exercer sobre ele ficava por ali. A sedução era calibrada. Bom escritor e bom mineiro. Cuidadoso. Não



levava jeito de convidar alguma mulher para outro programa que não fosse aquele papinho num bar da Savassi.

Uma aula de JL e o uso da primeira pessoa

Ainda não foi mencionado que, além das doze reportagens sobre as mulheres mineiras, Roberto Drummond escreveu uma décima terceira revelando ao leitor os preparativos da série. A reportagem intitulada “Um Ex-Repórter Robô ou a Procura de Doze Histórias Verdadeiras” foi publicada no dia 6 de julho de 1969, um domingo após a última mulher-mito apresentada pela série.

Muito além de funcionar como um *making-of* ou bastidores da série “Mulher, Receita Mineira”, a reportagem “Um Ex-Repórter Robô ou a Procura de Doze Histórias Verdadeiras” é, sobretudo, uma aula de jornalismo. Por sinal, de Jornalismo Literário. Nela, o repórter discute o papel frio e o engessamento do jornalismo convencional, apresenta ao leitor o seu processo de criação, faz uma avaliação sobre o resultado final das narrativas e revela suas emoções e seus preconceitos (os que foram quebrados ou não) durante as entrevistas.

Já no começo da narrativa, usando como exemplo a cobertura de um avião que caiu no Amazonas, Roberto alfineta a imprensa de sua época, representada por, como gosta de dizer, repórteres da geração-robô:

Querem fazer de nós simples robôs. Apertam um botão qualquer e lá vamos, em busca do avião que caiu no Amazonas, ou da atriz que desceu no Galeão, ou da miss com seus olhos cor de mar. Nós, os repórteres da geração-robô, temos pernas, e andamos, temos mãos, e escrevemos. Mas, computadores da era do “copy-desk”, estamos proibidos de pensar, de sentir, de criar.

O jornalista não só crítica como se enquadra nas vertentes do jornalismo tradicional. Por pouco tempo, é claro:

Faz uns dez ou doze anos que a imprensa brasileira vem tentando matar seus repórteres. Matar ou fazer deles robôs dos anos 60. Toda uma lista de proibições foi feita pelos responsáveis por tudo, os tecnocratas – que estão nas redações e nos cursos de jornalismo. Já fui um deles, devo confessar. E dos mais rígidos, temperamentais e empolgados. Mas nestas doze histórias de mulheres violencei todas as minhas antigas verdades.



E violentou, mesmo. Até porque “Mulher, Receita Mineira” é um conjunto de quebra de sólidos paradigmas do jornalismo tradicional e frio, como Roberto lista a seguir:

Era proibido escrever em primeira pessoa. Eu escrevi, usando o eu. Era proibido perder a objetividade, isto é, fugir do assunto. Eu fugi, dei todos os vãos possíveis. Era proibido opinar sobre alguém que entrevistamos. Eu opinei, falei bastante o que senti. Era proibido escrever muito, as reportagens grandes cansam. Escrevi nove páginas a respeito de cada mulher. Era proibido falar muito em escritores. Falei em Hemingway, em Garcia Lorca, em Bertold Brecht, em Guimarães Rosa. Era proibido ter um jeito pessoal de ver as coisas. Eu tentei, pelo menos tentei, usar o meu.

E ultrapassando todas essas proibições, Drummond traz à imprensa brasileira uma narrativa envolvente, longe de ser cansativa, que usa e abusa das características, como foi visto anteriormente, do JL: “E era só isso que eu queria, quando comecei a escrever a série ‘Mulher, Receita Mineira’, nada mais do que isso: violentar todas as proibições postas no caminho dos repórteres”.

Mas as provocações e reflexões à imprensa tradicional brasileira não param. Roberto atribui ao dramaturgo Nelson Rodrigues a pessoa quem primeiro se ateu ao rumo que o jornalismo da época tomava. “‘Estão matando os repórteres’ – foi mais ou menos assim que escreveu Nelson Rodrigues – ‘com esta mania de frieza, do impessoal, do indiferentismo’. Nelson Rodrigues tem toda a razão”.

A indiferença do jornalista da sua época, acostumado apenas em relatar o arroz com feijão, isto é, uma notícia diferente da mesma forma, também é alvo das críticas do ex-repórter robô. “Cada avião cai de um jeito diferente. Menos nos jornais brasileiros. Todos desastres, aconteçam em Hong-Kong ou na Amazônia, são descritos da mesma maneira”. E há solução? Roberto diz que sim. E aponta o que os jornalistas não devem, nem em último caso, fazer:

E se nós os repórteres-robôs vamos à Amazônia nunca podemos falar do que sentimos quando a sobrevoamos. Afinal, devemos ser, desde já, como os computadores, futuros substitutos nossos. Quando conversamos com Pelé também devemos evitar dizer qual a impressão que tivemos dele.



A influência profissional, como a do escritor Ernest Hemingway, é citada na narrativa como um exemplo bom a seguir. “Pouco importa se quarenta anos atrás, um jovem repórter que se chamava Ernest Hemingway, tenha feito exatamente o contrário nos jornais dos EUA. Só querem que façamos o que os que não foram Hemingway fizeram”.

Enfim, antes de passar para um breve comentário a respeito de cada reportagem, Roberto enfatiza que a série foi, além da quebra dos paradigmas em seu modo de fazer jornalismo, a ruptura de antigos preconceitos. “Era só o que eu queria – entrevistar doze mulheres de uma maneira diferente e, ao escrever, ser anti-robô. Mal pensava que iria vencer muitos outros preconceitos, que trazia comigo”.

E por falar em preconceitos, a primeira entrevistada da série, a madame Zilda Couto, surpreendeu o repórter:

Mas o fato de, pessoalmente, eu ver a vida com outros olhos, não me poderia levar a traçar um retrato pré-fabricado e dizer: está é que é a sra. Zilda Couto. [...] Nada de discussões. [...] É do tipo das pessoas que as outras pessoas procuram para se for o caso pedir uma ajuda sentimental. [...] Dentro de seu palacete, o que encontrei na sra. Zilda Couto, além da elegante que todos conhecem, foi uma mulher em que a religião ocupa seu tempo até nas reuniões sociais.

Das palavras de Helena Antipoff, a educadora, Roberto tirou um ensinamento que levaria para o resto da vida: “Do que vi e ouvi em dona Helena Antipoff, o que ficou, também foi a impressão de que, se somos fortes, enfrentamos tudo e vencemos. E que a vida, mesmo quando dura, pode ser derrotada por nós, se formos como Helena Antipoff e soubermos resistir”.

O repórter ainda aproveita a narrativa para contar que, no caso da bela Lilian Sônia, sua severidade na hora de entrevista-la falou mais alto:

Fui muito severo, enquanto a entrevistei, talvez nunca tenha sido tão severo. [...] É atualizada e preocupada em aprender, e nada tem das esnobes, e nada tem dos ‘retratos’ que ouvi a respeito dela – é uma mulher inteligente, curiosa, que não pensa apenas em reuniões sociais.

Ao discursar sobre a irreverente Many Catão, a mulher muito sensível e que faz milagres, Roberto não deixa de colocar em pratos limpos a opinião da estilista, logo após



a publicação de sua entrevista. “É muito franca – não gostou do que escrevi a seu respeito e me disse tudo que pensava. Isso é muito bom”.

A atriz Domitila do Amaral também impressionou o repórter, com seu modo de viver que, muitas vezes, a fez ser chamada de louca pelas pessoas. “Quando tiver que falar em alguém que mais já me impressionou, darei seu nome Domitila Amaral. [...] Se nos disserem que alguém é louco, devemos ir lá ver. Às vezes, pode acontecer, os loucos são os que parecem normais demais”.

Para finalizar Roberto faz um manifesto, por meio de palavras, sobre a satisfação pessoal e profissional de ter escrito uma série de reportagens deste quilate. “Falta agora acrescentar que, nunca, em dez ou doze anos de jornalismo, senti tanto entusiasmo por um trabalho, como senti desta vez, quando ouvi doze mulheres e tentei mostrá-las com verdade. Tanto que, se tivesse que começar de novo, eu começaria e entrevistaria as mesmas doze mulheres. E, talvez, pudesse mostrá-las de forma que eu também lesse e dissesse: não está faltando nada”.

Uso da primeira pessoa na narrativa jornalística

Este capítulo discutirá a escrita em primeira pessoa, bem como as contribuições desta prática ao advento do JL. Para tanto, além da análise da narrativa de Roberto Drummond na série “Mulher, Receita Mineira” foi necessária a leitura do artigo: “A Polêmica do Jornalismo na Primeira Pessoa”, publicado por Carlos Castilho (2005), bem como entrevistar dois jornalistas de renome que já saborearam o gostinho de escrever em primeira pessoa. O primeiro é o próprio autor do texto citado, que foi editor e redator do *Jornal do Brasil*; o segundo é José Hamilton Ribeiro, vencedor de sete prêmios Esso e que durante décadas foi repórter especial de Globo Rural, além de ter passado por diversos outros veículos, como a revista *Realidade*.

Em seu artigo, Castilho (2005) afirma que, durante décadas, o jornalismo brasileiro foi quase um sinônimo de texto na terceira pessoa. “O repórter era o intermediário entre o protagonista da notícia e o leitor, o que o transformava num narrador, na terceira pessoa” (on-line). No entanto, o rádio e a televisão, que atualmente perdem o *status* devido ao fenômeno do blog, foram responsáveis por



quebrar o império da reportagem na terceira pessoa e conciliá-la à narrativa baseada no eu.

A primeira pessoa passou a ser mais relevante com o advento da internet e principalmente dos blogs, na primeira década do século XXI. Um ponto interessante na discussão sobre a narrativa baseada no eu é sua semelhança com a figura de um contador de histórias. Ora, quem não teve uma avó ou um tio mais velho que, à beira da cama ou de um fogão à lenha, contasse algum caso, com um pé na realidade e outro na fantasia.

Desde sempre, o ser humano contou histórias, deu vazão à sua intrínseca necessidade de comunicação, traduzindo, por meio de palavras, os acontecimentos cotidianos, as memórias transmitidas por seus ancestrais, as dúvidas, alegrias, angústias e prazeres de sua existência. Em tempos passados era ao redor de uma fogueira que pessoas se reuniam para escutar os mais velhos narrarem suas aventuras, lembranças e ensinamentos. A palavra pronunciada era legitimadora, verdadeira, incontestável (Fleck, 2007, p. 219)

O jornalista Steve Outing, do Instituto Poynter, um dos mais renomados centros de estudo de jornalismo da Flórida, nos Estados Unidos, lançou a tese de que o jornalismo na primeira pessoa é uma fórmula híbrida, que combina o estilo tradicional e o gênero contador de histórias, adotado pela maioria dos blogueiros e, mais recentemente, pelos influenciadores digitais. A postura dele é a valorização do gênero contador de histórias no jornalismo. Um estilo que se perdeu no tempo mas que é a origem de todo o jornalismo. Afinal, todos os grandes pioneiros de nossa profissão, como Tom Paine, eram no fundo contadores de histórias. No interior do Brasil e em comunidades mais isoladas, o contador de histórias ocupa um lugar tão importante na comunidade, tanto em matéria de transmissão de informações quanto o de um comentarista econômico da televisão.

O jornalista, escritor e professor Fabiano Ormanzeze (2006) também reflete em seu livro: “Vidas Partidas – História de Luto Materno” a perda da figura do contador de histórias na sociedade contemporânea ao citar Walter Benjamim:

Walter Benjamim (1987) mostra que, no mundo moderno, o homem perdeu a capacidade de partilhar suas experiências, de contar e ouvir histórias que vivenciou. Aponta o advento do romance e a difusão da informação como os responsáveis por tal declínio. Pelo menos na



teoria literária, o romance não procede da tradição oral e o tipo de informação jornalística valorizado durante praticamente toda a segunda metade do século XX tende a ser breve, neutro e objetivo (Benjamin *apud* Ormaneze, 2006, p. 156)

A escritora Cristiane Costa, em seu livro: “Pena de Aluguel”, apresenta uma fórmula de readaptação do tradicional lide à prática do contador de histórias que, sobretudo, pode ser muito bem empregada na narrativa em JL:

A proposta não é aposentar os tradicionais “quem, [o quê], quando, onde, como e por quê”, que formam a base da pirâmide invertida e do padrão moderno de jornalismo. Mas adaptá-los ao modelo de narrative writing, de forma que permitam a construção de um texto mais complexo. Dessa forma, “quem?” vira sinônimo de personagem; “o quê?”, de *plot*³; “onde”, de cenário; “quando?”, de contexto; “por quê?” de *leitmotiv*⁴; “como?”, de forma (2005, p. 43).

E o porquê do combate a este tipo de narrativa? Para Carlos Castilho, o texto na primeira pessoa ainda incomoda a maioria dos jornalistas, pois erroneamente esta prática tem sido associada à exacerbação do protagonismo e da parcialidade, atitudes vistas como um pecado no exercício da profissão.

A narrativa na primeira pessoa é válida em princípio, mas sua utilização depende de contextos e de objetivos. São eles que determinam basicamente se ela foi bem ou mal usada. Em si, o gênero primeira pessoa não pode ser condenado *a priori*.

Não é à toa que uma nova postura diante da prática na narrativa baseada no eu tem entrado na discussão da grande imprensa e das principais universidades norte-americanas. Prova disso é o programa noticioso “First Person” (Primeira Pessoa, traduzindo para o português), criado pela rede TV ABC, em que o protagonista da vez se dirige ao telespectador, sem a intervenção de um repórter. Tanto Carlos Castilho quanto José Hamilton foram enfáticos ao afirmar: o uso desta modalidade é aceito e aprovado, mas depende do contexto. Até porque, como disse José Hamilton, “escrever na primeira é um risco, uma temeridade, uma vanglória, ou um testemunho real, quente e cheio de força. Depende do que a pessoa tem a dizer, se é pertinente ou não, se tem sentido ou

³ A palavra “plot”, de origem inglesa, define a trama, o clímax da narrativa.

⁴ A palavra “leitmotiv” remete à ideia de essência, aprofundamento das causas que dão origem à narrativa.

não”. Carlos Castilho também reforça a ideia: “o uso da primeira pessoa não é uma licença para abusar do sentimentalismo, da adjetivação desnecessária, do protagonismo e muito menos para publicar informações de veracidade duvidosa”.

No entanto, a prática baseada no eu está intimamente ligada às características do JL, principalmente estilo (até porque permite o autor abusar do texto próprio) e humanização, na medida em que é uma forma poderosa de transmitir as emoções vividas pelo repórter. No final das contas, há até uma tendência do leitor valorizar esta prática por uma questão de identificação (de um ser humano com o outro). Isto é, ele se coloca na pele do protagonista.

Sobre esta questão, Carlos Castilho afirma que, no caso de um repórter contar uma experiência pessoal única, ele evidentemente usará a primeira pessoa porque só ele viveu aquela situação. Narrar na terceira pessoa soaria no mínimo esdrúxulo. José Hamilton também destaca a reação positiva do leitor ao se deparar com um texto bem feito escrito na primeira pessoa: “Se a coisa é apropriada, se tem sentido o repórter contar o assunto desta forma, o leitor se emociona e tem um ganho com a leitura, vibra com ela”.

Apesar das controvérsias, o pano de fundo para a questão é a seguinte: todos os repórteres escrevem ou narram algum acontecimento segundo a sua percepção. Dessa forma, mesmo quando tentam ser isentos ou distanciados, não dá para escapar a visão pessoal, como diz Carlos Castilho: “o uso da terceira pessoa pode tentar gerar uma percepção de que o repórter adotou uma postura clínica, mas isto não diminui o fato de que é ele que está contando, e não uma entidade abstrata e impessoal”.

Enfim, não se pode descartar a força da narrativa da primeira pessoa e sua associação ao JL. Como prova, basta citar a série analisada por este estudo, na qual o jornalista Roberto Drummond aplica com propriedade as sete características citadas por Sims associadas à prática do eu. Até porque Drummond procura fugir do protagonismo desnecessário, do excesso de vaidade e adjetivação, além de não se intimidar ao apresentar o leitor suas emoções pessoais (que passa longe de um texto piegas) com relação às personagens.

Por essas e outras, é possível afirmar que a narrativa baseada no eu traz de volta a velha função do contador de histórias, que recheia sua narração com sons, cheiros, impressões, detalhes... Afinal, ao escutar uma história contada usando a primeira



pessoa a veracidade dos fatos, como já foi citada anteriormente, parece mais próximo do real. Até porque o jornalista contador de histórias está ali para testemunhar todos os fatos narrados. E narrar assim, com a precisão de dados, além de outras características já apresentadas, é nada mais nada menos que utilizar-se da ferramenta do JL. Portanto, uma boa opção na hora de escrever uma narrativa envolvente.

Considerações finais

Tal como diz o detetive inglês Sherlock Holmes: “Elementar, meu caro Watson!”. Pois é, elementar, meu caro leitor. O enigma foi decifrado: o que Roberto Drummond fez na série “Mulher, Receita Mineira” é definido (e até um ótimo exemplo) como JL. Prova disso, é que as sete características citadas por Normam Sims aparecem mais de uma vez em cada uma das doze reportagens publicadas no Caderno Feminino do Estado de Minas.

Também, já era de se esperar. Escritor e jornalista sempre se confundiram na vida de Roberto. Ora, escrevinhador de quimeras, como gostava de ressaltar em suas crônicas, ora escrevinhador da realidade. Roberto tinha um jeito peculiar de tratar a sua produção, seja ela jornalística ou literária. Reescrevia os seus livros (e quem sabe também suas crônicas e reportagens) mais de uma vez. Dito e feito: o resultado final é uma narrativa envolvente, que faz o leitor não desgrudar os olhos do texto.

Nunca usou o termo: Jornalismo Literário, nem tampouco New Journalism. Mas sempre deu pistas ao leitor e aos seus discípulos que ele, Roberto, se dava muito bem com estas duas modalidades jornalísticas. Não citava Jornalismo Literário, mas falava em jornalismo anticonvencional, ex repórter-robô, narrativas envolventes, textos bem trabalhados (com sensações, sentimentos e impressões), uso da primeira pessoa, reportagens que espelhavam além do óbvio... Não discursava sobre New Journalism, mas lia Gay Talese. Aliás, era aficionado pelo perfil “Frank Sinatra está Resfriado”, obra-prima do livro de Talese: “Fama & Anonimato”.

O próprio Roberto deixa claro em “Um Ex-Repórter Robô ou a Procura de Doze Histórias Verdadeiras”, última reportagem da série, que pode ser considerada uma aula de JL, suas intenções jornalísticas (e também literárias) ao escrever estes doze perfis, que ultrapassaram seus limites e preconceitos. E que fizeram a imprensa brasileira, em especial o jornal Estado de Minas, perceber que aquelas narrativas fugiam de quaisquer



toques de engessamento do jornalismo tradicional: o do lide e da pirâmide invertida. E não é que perceberam mesmo. Afinal, Roberto arrebatou o Prêmio Esso Regional em 1969, mesmo ano em que a série foi publicada.

A estreia no JL aconteceu em bom estilo: no revolucionário *Binômio*, que rompia as amarras do jornalismo convencional. Com a reportagem “Comércio de Seres Humanos”, ganhou fama e prestígio. E, acima de tudo, se preparou para escrever “Mulher, Receita Mineira”, sua reportagem xodó. Vira-e-mexe citava a série em suas conversinhas de final de tarde na Savassi.

Da realidade à ficção, mais uma prova que a narrativa de Roberto desta série tinha toques literários, algumas mulheres-mito ganharam as crônicas e os contos do escritor. À Many Catão Roberto dedicou várias de suas crônicas publicadas nos jornais Estado de Minas e Hoje em Dia. Dois exemplos: “Envolvendo Many Catão” e “Em Louvor de Many Catão”. Aliás, dizem as línguas-de-trapo que Jandira, personagem do livro “Amanuense Belmiro”, de Ciro dos Anjos, foi inspirada em Many. Já Ângela Diniz, a Pantera de Minas, foi homenageada e inspirou a protagonista do conto surrealista: “Isabel Numa 5ª Feira”, que compõe o livro “A Morte de DJ em Paris”.

Outras provas estão na trajetória do escritor: Roberto tinha fascínio em compreender o universo feminino. “Mulher, Receita Mineira” foi o pontapé. Nela, o repórter procurou mergulhar na alma e no íntimo de doze mulheres. Se não conseguiu (pouco provável), chegou bem perto. Os ingredientes que formam estas mulheres, apurados ao longo da série, ajudaram Roberto compor as futuras personagens de seus romances. Suas Hildas Furacão, Rovenas, Narcisas, Fabianas, Manuelas, Catulas, Vós Inácias, entre tantas.

Um texto com identidade. Isto é, com um estilo inconfundível. É assim que se pode rotular a produção jornalístico-literária de Roberto Drummond. E nada mais justo que se utilizar da prática da primeira pessoa. Em “Mulher, Receita Mineira” ficou explícito o bom senso do repórter, que soube dosar suas impressões, sentimentos, sensações e sentidos a uma narrativa preocupada, sobretudo, com a veracidade dos fatos. Ou melhor, Roberto soube administrar com propriedade o uso desta prática, fugindo do protagonismo desnecessário.

E por falar em protagonismo, a reflexão que ficou sobre a narrativa baseada no eu é a seguinte: não extrapolar. Afinal, não é em todos os momentos em que a primeira



pessoa é bem empregada no jornalismo. Depende de um contexto e de uma proposta. É um terreno perigoso, que pode soar como piegas e até como ficção. Porém, uma realização profissional fora do comum. Que o diga Roberto Drummond, José Hamilton Ribeiro e Carlos Castilho.

Após esta constatação, é pertinente afirmar que o presente estudo alcançou (mas não esgotou) os seus três objetivos. Pode-se discutir e enfatizar a importância das narrativas em JL. E o quanto a imprensa atual necessita cada vez mais de textos como os da série “Mulher, Receita Mineira”. Num segundo momento, foi possível desmistificar o uso da narrativa baseada no eu. Desassociar a sua produção ao arrogante protagonismo desnecessário. E, por último, o de revelar outra faceta de Drummond, conhecido apenas como exímio cronista e escritor. O caminho proposto foi percorrido com sucesso. Mas é apenas o começo. Até porque Roberto Drummond (e também sua produção jornalística) tem ainda muito o que falar. Ou como dizem as fofoqueiras do interior de Minas: dão pano pra manga.

Portanto, as bases do JL, bem ao estilo mineiro, foram lançadas. Basta agora, nós, os repórteres do século XXI aproveitá-las, sabendo dosar tintim por tintim os ingredientes que Norman Sims profetizou e que, muito antes, já haviam sido esboçadas por Tom Wolfe. E que, é claro, acima de tudo, já estavam presentes numa série de reportagens escrita por um certo jornalista mineiro chamado Roberto Drummond.

“Mulher, Receita Mineira” é quente. Ao contrário das reportagens frias do jornalismo tradicional. “Mulher, Receita Mineira” é vibrante, contrariando a maioria dos textos monótonos do jornalismo atual. “Mulher, Receita Mineira” é envolvente, ao contrário das narrativas que se lê por aí. “Mulher, Receita Mineira” tem suspense, tal como um conto policial, bem diferente dos textos construídos usando a fórmula engessada do lide e da pirâmide invertida.

Não à toa, a série se torna um bom exemplo de Jornalismo Literário. Aliás, de um Jornalismo Literário com sabor mineiro, sô!

“Mulher, Receita Mineira”: um ótimo exemplo a ser copiado e reinventado por todos nós, narradores da realidade.



Referências bibliográficas

- COSTA, C. **Pena de aluguel**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- FALASCHI, C. L. **Identificação de narrativas e características criativas no jornalismo impresso diário brasileiro**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Faculdade de Psicologia, Puc-Campinas, 2005.
- LIMA, E. P. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 3. ed. Barueri: Manole, 2004.
- ORMANEZE, F. **Vidas Partidas**: histórias de luto materno. Campinas: Akadêmica Editora, 2006.
- DRUMMOND, R. Mulher, Receita Mineira (série de reportagens). **Estado de Minas**. Belo Horizonte, 1969.
- CASTILHO, C. A polêmica do jornalismo na primeira pessoa. **Observatório da Imprensa**. 8 ago. 2005. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a-polemica-do-jornalismo-na-primeira-pessoa/>. Acesso em: 20 maio 2025.
- FLECK, F. O. Contador de histórias: uma nova profissão?. **Revista Eletrônica Encontros Bibli**, n. 23. Florianópolis, 2007, p. 216-226. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2007v12n23p216>. Acesso em: 25 abr. 2025.

Entrevistas

- CASTILHO, C. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 25 jan. 2007.
- COUTO, Z. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 7 maio 2007.
- FREIRE, P. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 9 maio 2007.
- GODOY, M. L. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 7 maio 2007.
- RIBEIRO, J. H. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 19 mar. 2007.
- SOARES, M. Entrevista concedida a Tiago Gonçalves. 6 maio 2007.



ARTIGO

**PODCASTS, COMUNICAÇÃO E ENSINO:
COMO AS NOVAS MÍDIAS PODEM FAVORECER O APRENDIZADO SOBRE GESTÃO DA
ÁGUA EM SALA DE AULA**

Murilo Ferreira de Sant'Anna⁵Taitiany Karita Bonzanini⁶**Resumo**

O presente trabalho busca discutir os resultados obtidos com a investigação sobre o uso de *podcast* como ferramenta de ensino e aprendizagem, realizada junto a um grupo focal, composto por 15 professores do Ensino Básico, que avaliaram os potenciais de usos dessa mídia em sala de aula, bem como validaram a produção de um material didático de capacitação de docentes, intitulado “Água Educast”, produto resultante da pesquisa de mestrado “Vozerio da Água: o uso de *podcasts* para ensino e aprendizagem sobre Gestão de Recursos Hídricos”. A pesquisa revelou que há um crescente interesse dos professores pelos potenciais de uso dos *podcasts* com os alunos no ambiente escolar, uma vez que o uso dessa mídia desperta maior engajamento e participação em sala de aula, de forma colaborativa e interdisciplinar, especialmente, sobre temas complexos, como a gestão da água e meio ambiente.

Palavras-chave: *podcast*; comunicação; ensino; mídia; recursos hídricos.

Abstract

This study aims to discuss the results of a research project on the use of podcasts as a teaching and learning tool, conducted with a focus group of 15 Basic Education teachers who evaluated the potential uses of this media in the classroom, as well as validated the development of a teacher training educational resource titled “Água Educast”, a product resulting from the master’s research project “Voices of Water: Using Podcasts for Teaching and Learning about Water Resources Management”. The research revealed a growing interest among teachers in the potential of using podcasts with students in the school environment, as this media fosters greater engagement and participation in the classroom in a collaborative and interdisciplinary way, especially when addressing complex topics such as water management and environment.

Keywords: podcast; communication; teaching; media; water resources.

Introdução

Os *podcasts* estão cada vez mais ganhando audiência devido à sua versatilidade de consumo, já que podem ser ouvidos e assistidos por diferentes plataformas digitais, em diferentes ambientes, como no carro, em casa, no trabalho, principalmente, por meio dos *smartphones*⁷. Segundo o portal de notícias *CastNews*, com base em dados do

⁵ Jornalista, educador e mestre em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Rede Nacional para Ensino das Ciências Ambientais (ProfCiAmb), associada à Universidade de São Paulo (USP).

⁶ Doutora em Ensino de Ciências pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) e docente na Esalq/USP.

⁷ *Smartphones*: aparelhos de celular com acesso à internet, que permite também o uso de variados tipos de aplicativos, com recursos avançados de computação.

“Relatório Digital 2025”, 38,8% dos brasileiros com 16 anos ou mais escutam *podcasts* toda semana. Esse mesmo levantamento revela que o acesso à internet se dá, principalmente, por celulares e *smartphones*, representando 98,4% e 96,3%, respectivamente, entre os dispositivos pesquisados (CastNews, 2025).

Essa não é uma mídia nova. Os *podcasts* surgiram nos anos 2000, com a popularização de áudio compactado (MP3), impulsionado pelo crescimento da internet de alta velocidade. A disponibilização desses arquivos era feita por meio de agregadores que utilizavam a tecnologia dos blogs, o RSS (*Really Simple Syndication*), que facilitava o acesso a essa mídia de modo rápido e eficaz. A empresa Apple, que fabricava à época tocadores de MP3 chamados de iPods, criou o seu próprio sistema de distribuição de áudio, o iTunes, contribuindo, assim, para disseminação dos podcasts (Luiz *et al.*, 2014).

O termo “podcast” foi cunhado em 2004 pelo jornalista do jornal britânico *The Guardian*, Ben Hammersley, ao unir as palavras “iPod” e “broadcasting” (transmissão pública, em inglês). O nome acabou se popularizando e passou a se referir não somente aos arquivos disponibilizados pelos iPods, mas para programas que eram disponibilizados via *podcasting*⁸ para diferentes plataformas. No Brasil, a tecnologia que permitiu a ascensão dos *podcasts* chegou, também, em 2004, criado por Danilo Medeiros, com o *podcast Digital Minds* (Luiz *et. al.*, 2014).

Os *podcasts* são, portanto, programas de áudio, inspirados no rádio, distribuídos pela internet por agregadores de áudio para serem consumidos sob demanda. Eles também podem ser consumidos em formato de vídeo e organizados por episódios e séries, abordando uma variedade de temas e estilos (Lanzetta, 2021).

Essa conexão dos *podcasts* com o rádio torna a produção nesse tipo de mídia pautada por características jornalísticas, uma vez que para a criação de *podcasts* profissionais envolve a pesquisa de temas, apuração e edição, práticas essas inerentes ao fazer jornalístico. As reportagens jornalísticas, além de terem como característica retratar o fato com fidedignidade, são discursos retóricos que também carregam consigo o esforço da persuasão, buscando alterar atitudes e convicções (Lage, 2009). Assim sendo, a linguagem jornalística possui a capacidade de prender a atenção e o interesse da audiência, de acordo com o tema e a retórica utilizada para reportá-lo.

⁸ *Podcasting*: processo de produção e distribuição de arquivos de podcasts



Os *podcasts*, ao beber na fonte do radiojornalismo, buscam, ao mesmo tempo, informar e ampliar a sua base de ouvintes, por meio do uso das práticas jornalísticas. Essa estratégia foi intensificada após a crise de consumo dessa mídia, em 2005, chamada de “podfade”, que obrigou os produtores de *podcasts* a se reinventarem, ocasionando o surgimento de novos formatos de programas, inspirados no rádio. O consumo de *podcasts* voltou a crescer, em 2008, e desde então não parou mais de ampliar o número de ouvintes, principalmente entre jovens (Luiz *et al.*, 2014).

Diante do potencial de alcance dessa mídia entre os jovens, é natural que os *podcasts* despertam interesse tanto em professores como em alunos, quanto às possibilidades de uso e aplicabilidade em ambientes escolares. Segundo Saidelles e colaboradores (2018):

Pesquisas recentes têm sugerido a ferramenta podcast como facilitador, por ter a capacidade de ser reproduzido nos computadores, *tablets* ou celulares, e em qualquer lugar: em casa, a caminho da escola ou no transporte público, além de um recurso que pode servir como ponto de partida para alguma atividade escolar; gravar uma aula presencial, haja a vista que a possibilidade de ouvir o conteúdo de uma aula é especialmente relevante para alunos com ritmo de aprendizagem mais lento e para alunos trabalhadores quando estes precisam faltar às aulas, além de ser um valioso recurso para alunos com deficiências visuais. (Saidelles *et al.*, 2018, p. 3)

Um dos grandes desafios atuais dentro da área de gestão de recursos hídricos é justamente engajar os jovens a participar dos processos de decisão da área e tem sido tema de constantes esforços nesse sentido entre as instituições que compõem o sistema de gerenciamento de recursos hídricos. Da mesma forma, entidades internacionais, como o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), têm destacado nos últimos anos sobre a necessidade de capacitação e formação profissional de jovens sobre a questão ambiental e como permitir o acesso à empregos ambientalmente sustentáveis (PNUMA, 2021).

O Fórum Mundial da Água, organizado pelo Conselho Mundial da Água, em sua última edição, realizada em Bali, na Indonésia, em 2024, fomentou a participação dos jovens em painéis, a fim de contribuir com soluções para questões atuais e futuras sobre a água. Os organizadores colocaram pela primeira vez no evento uma programação específica voltada à participação dos jovens, por meio do Plano Juvenil de Bali, intitulada



“Voz da Juventude”, que possibilitou o compartilhamento de ideias e sugestões voltadas à gestão de recursos hídricos (Consórcio PCJ, 2024).

A próxima edição do Fórum Mundial da Água, que acontecerá em Riad, capital da Arábia Saudita, em 2027, já constituiu o Comitê da Juventude da Água de Riad para que os jovens possam participar de forma organizada nos processos de organização do Fórum: temático, regional e político.

Diante das questões apresentadas, identificaram-se sinergias entre comunicação, ensino e novas mídias, como os *podcasts*, para o desenvolvimento de um material de capacitação que auxiliasse o trabalho dos professores na elaboração de aulas sobre temas relacionados à gestão da água. Essa foi a gênese do *Água Educast*, um material didático em formato de *podcast*, resultante da pesquisa de mestrado “Vozerio da Água: o uso de *podcasts* para ensino e aprendizagem sobre Gestão de Recursos Hídricos”, realizada junto ao Programa de Pós-graduação em Rede Nacional para Ensino das Ciências Ambientais (ProfCiAmb), associada Universidade de São Paulo (USP).

A pesquisa também identificou possíveis potencialidades no uso do conceito de jornalismo educador, segundo o qual os professores, ao fazerem uso de práticas jornalísticas em sala de aula e em projetos pedagógicos, como a apuração de fatos, checagem, edição e finalização, contribuem nos processos de ensino e aprendizagem, propiciando a aquisição de conhecimento crítico por parte dos alunos. Segundo Bruno Ferreira (2022, p. 23): “O jornalismo educa, justamente porque informa e estimula o debate sobre questões e fatos que reporta”.

As novas mídias nos processos de ensino e aprendizagem

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) tiveram seu uso intensificado nos processos de ensino e aprendizagem devido à pandemia de Covid-19, que teve início em 2020. O isolamento social e a paralisação das aulas presenciais obrigaram os professores a buscar alternativas para realizarem aulas em modo remoto e reduzirem os danos para os alunos. Ainda que as TDIC fossem já recomendadas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), as tecnologias digitais e remotas não eram ainda aplicadas de forma habitual em sala de aula (De Jesus Oliveira; De Almeida, 2023).

Segundo Isis Maria dos Santos Farias e Maria Aparecida Pereira Viana (2024), no artigo, “A educação antes, durante e após a pandemia: um olhar reflexivo diante da atual conjuntura”, os professores aprenderam a usar as ferramentas digitais e as novas



tecnologias quase de modo automático, já que elas estão inseridas dentro da realidade cotidiana, mas a capacitação docente se faz necessária para prepará-los sobre as possibilidades e potenciais de usos dessas tecnologias digitais de forma mais apropriada para projetos em sala de aula que motivem a criação de conhecimentos críticos acerca da realidade entre os alunos. Segundo as autoras:

A formação/qualificação docente em acompanhar a realidade educacional e social, requer adaptações e reflexões críticas na atual conjuntura, principalmente, após o período pandêmico em que a utilização das TDIC se tornaram essenciais (...) (Farias; Viana, 2024, p. 462)

Igualmente, Ismar de Oliveira Soares (2011) também aponta para a importância do trabalho do professor em sala de aula para mediar os processos de ensino e aprendizagem com o uso das TDIC e da necessidade dos docentes em aprender a dialogar com os alunos para uma troca mais profunda de conhecimentos, visando à construção de um conhecimento crítico. Segundo o autor: “Com relação às tecnologias, o que importa não é a ferramenta disponibilizada, mas o tipo de mediação que elas podem favorecer para ampliar os diálogos sociais e educativos” (Soares, 2011, p. 18).

Em uma sociedade cada vez mais midiática, em parte devido ao avanço de mídias como rádio, televisão e, posteriormente, da internet e das redes sociais, somado à popularização do uso de *smartphones* e seus aplicativos - que permitiu a troca de informações de modo mais rápido -, é natural que o estudo sobre o uso das TDIC e das novas mídias, como os *podcasts*, tenha extrapolado o campo apenas da comunicação para chegar até as possibilidades de aplicação na educação (Grossi *et al.*, 2021).

Nessa nova perspectiva, o papel do professor em sala de aula se transforma e inova ao trocar a abordagem apenas expositiva para a figura de mediador, pela qual a construção do conhecimento se dá de forma coletiva e multidisciplinar. O professor ensina e aprende tal qual como o aluno aprende e ensina também, ainda mais num momento em que as tecnologias digitais impactam o modo de os jovens se relacionarem em sociedade, em especial no convívio familiar e escolar. Segundo Pirozzi (2013):

O professor pode fazer uso de diferentes tecnologias para inovar em sala de aula, além de contar com diferentes tecnologias que facilitem o seu trabalho, bem como possibilite uma maior acessibilidade do aluno com as necessidades educativas especiais (Pirozzi, 2013, p. 75).



A conexão entre tecnologia, comunicação e educação e suas sinergias tendem a contribuir para a formação crítica dos estudantes e para a assimilação de um conhecimento multidisciplinar, principalmente, porque essa união permite o estabelecimento de um ecossistema educacional em sala de aula, uma vez que a educação visa a uma leitura crítica das mídias, da produção midiática e da realidade por parte dos jovens (Soares, 2011).

Assim, os *podcasts* emergem como uma mídia com grande consumo entre os jovens, conforme aponta a pesquisa Culture Next, realizada pelo *Spotify*⁹, a qual verificou que 70% dos jovens brasileiros dizem acreditar que ouvir músicas e *podcasts* pode reduzir o uso excessivo das redes sociais digitais, demonstrando a força dessa mídia entre esse estrato social, especialmente a geração Z, os nascidos entre 1995 e 2010 (Spotify, 2024).

A partir desse cenário, tem sido notado, nos últimos anos, um aumento de estudos e pesquisas sobre o uso de *podcasts* na educação, da mesma maneira que mais professores se aventuram na abordagem dessa mídia como uma ferramenta pedagógica em sala de aula para atrair mais a atenção dos alunos (Celarino et al., 2023). Segundo Lima e colaboradores (2020):

O potencial educativo do *podcast* está relacionado à sua forma de apresentação tecnológica e que essa mídia digital pode despertar um maior interesse pela aprendizagem dos conteúdos, principalmente, por se constituir numa nova possibilidade de ensino introduzido na sala de aula. Tal mídia pode contribuir para os diferentes ritmos de aprendizagem dos alunos, uma vez que estes podem escutar diversas vezes um mesmo áudio no intuito de compreender melhor do conteúdo abordado; também possibilita aprendizagem dentro e fora da sala de aula, inclusive, a gravação do próprio *podcast*, já que falar e ouvir constituem-se como atividades mais significativas de aprendizagem do que o simples ato de ler. (Lima et al., 2020, p. 3)

A variedade de formatos e linguagens dos *podcasts* propicia diversidades de aplicação e usos com os alunos, em diferentes estágios de ensino, desde o Ensino Fundamental I, passando pelo Fundamental II e o Ensino Médio. Formatos como *storytelling*¹⁰ e narrativos são mais recomendados para níveis iniciais da educação

⁹ *Spotify* é um serviço de *streaming* de áudio, pelo qual são disponibilizadas músicas, *podcasts* e vídeos; o serviço pode ser consumido em planos grátis ou por assinaturas mensais.

¹⁰ *Storytelling*: técnica narrativa, de caráter persuasivo, para a transmissão de um determinado conteúdo de modo envolvente.

básica, enquanto programas de entrevistas, educativos e minidocumentários são mais apropriados para estágios mais avançados, por exigirem maior produção e envolvimento dos estudantes.

A elaboração de projetos que envolvam essa mídia, como qualquer iniciativa com o uso de TDIC, é importante para a promoção da interdisciplinaridade e do engajamento dos alunos com temas mais complexos, como a gestão ambiental e de recursos hídricos, por exemplo. Porém, pensar num ecossistema educ comunicativo com uso dos *podcasts* exige levar em conta os desafios que envolvem a conectividade e o acesso às ferramentas tecnológicas e digitais nas escolas brasileiras, diante das desigualdades sociais (Farias; Viana, 2024).

Prova disso é o estudo intitulado “Panorama da Qualidade da Internet nas Escolas Públicas Brasileiras”, que analisou a qualidade e acessibilidade das escolas brasileiras. O levantamento mostrou que, em apenas 3 mil escolas públicas, há internet com velocidade adequada (alta velocidade), sendo que, das 137 mil escolas estaduais e municipais do Brasil, 89% estão conectadas à internet (Comitê Gestor da Internet, 2024).

As novas mídias, como os *podcasts*, e as TDIC possuem potencial de serem facilitadoras do trabalho dos professores em sala de aula, pois conectam mídias, tecnologia e o uso das ferramentas jornalísticas nos processos de ensino e aprendizagem, favorecendo a formação de conhecimento crítico acerca de si próprio e da realidade do entorno dos alunos.

A interação do jornalismo com as novas mídias nos ecossistemas educ comunicativos

Apesar de a conexão entre jornalismo e educação ser tema de debates recentes no Brasil (em especial com o avanço das pesquisas sobre a relação de comunicação e educação, de modo particular no campo sobre educ comunicação) a partir do final da década de 1990 e início dos anos 2000, o conceito de jornalismo educador remonta para a década de 1930, nos Estados Unidos, com os primeiros estudos tendo a comunicação como um campo da Ciência pensada, também, como uma Ciência análoga à Pedagogia. Segundo Kears (1944, *apud* Meditsch, 2022):

Existem muitos paralelos entre educação e jornalismo. Ambas são ciências da comunicação. Ambos lidam com a tarefa de transmitir informações, orientações, conselhos, atitudes emocionais e ideias de uma mente para várias outras. Como “estudos comunicacionais”,



ambos se destacam de outros campos de investigação. Portanto, talvez existam outros paralelos entre as fontes sobre as quais recorrer e os problemas que surgem no ensino e na pesquisa dos dois campos. (Kearl, 1944 *apud* Meditsch, 2022, p. 41)

O jornalismo e a educação se conectam a partir do princípio de que buscam informar e também permitir a construção de habilidades para que, tanto a audiência (leitores e telespectadores etc.) como os alunos em sala de aula, reflitam sobre a sociedade que se deseja e, por conseguinte, qual o tipo de cidadão é preciso ser formado para construí-la. As práticas jornalísticas, sobretudo, as de apuração dos fatos, favorecem processos de aprendizagem, já que os caminhos a serem percorridos para que uma pauta se transforme numa reportagem podem ser comuns à pesquisa com fins educativos, envolvendo consulta e análise de base de dados, entrevistas, leitura de pesquisas científicas, ocasionando a criação de um roteiro de aprendizado ou aprofundamento do tema que será transmitido ao público (Ferreira, 2021).

Ferreira (2022) traça um paralelo entre o trabalho do jornalista e a adoção de planos de aulas que fomentem “alunos repórteres” em processos de ensino e aprendizagem:

Quando assume a identidade de repórter em seu contexto social, o(a) jovem é levado(a) a realizar a atividade básica para produzir informação: o questionamento. O que antes era corriqueiro e passava muitas vezes despercebido em seu dia a dia - especialmente situações de desigualdade social e violação de direito que geram incômodo, mas também conformidade - passa a ser problematizado. (Ferreira, 2022, p. 53)

Dessa maneira, o uso da prática educativa ao lado do jornalismo se transforma num importante método para conhecer realidades, muitas vezes colocados de lado por discursos das instituições e seus representantes. A interconexão dessas duas áreas, somada ao uso das TDIC, como os *podcasts*, fomentam a consciência crítica acerca do conhecimento transmitido e do mundo ao seu redor, resultado esse esperado de processos de ensino e aprendizagem realizados dentro de um ecossistema educacional, já que a educação tem como uma de suas características a criação de sujeitos críticos acerca da realidade, a partir da interface entre comunicação e educação, independentemente da tecnologia ou mídia utilizada dentro desse ecossistema (Soares, 2011).

Nesse cenário, emergem os *podcasts* como uma mídia com características e práticas jornalísticas com potencial de promover processos de ensino em sala de aula, por meio do jornalismo educador. A facilidade de produção por meio de tecnologias abertas e equipamentos de baixo custo, muitas vezes apenas fazendo uso de *smartphones*, possibilita aos *podcasts* disseminarem conteúdos de caráter jornalísticos de forma mais ampla e plural, sem as limitações das linhas editoriais dos veículos de imprensa (Meditsch, 2022). Da mesma forma, por suas características, os *podcasts* são uma mídia de grande alcance entre os jovens, tornando-a uma possibilidade de ferramenta em processos educativos nas escolas.

Nos últimos anos, o uso dos *podcasts* com finalidade educacional tem ganhado força, especialmente, para a área da saúde e no ensino de línguas, porém, ainda não há grande volume de produções sobre gestão de recursos hídricos. Um levantamento sistemático, realizado nas plataformas *EArte*, *Google Acadêmico*, *Portal Capes* e *SciELO*, considerando publicações dos últimos cinco anos, mapeou apenas 10 trabalhos envolvendo *podcasts* e educação relacionados ao tema água e gestão de recursos hídricos.

Mesmo com todo o potencial que os *podcasts* apresentam para aplicação na educação, verifica-se a necessidade da ampliação de pesquisas para acompanhar a evolução dessa mídia no trabalho dentro das escolas e, de modo particular, no seu uso para a abordagem de temas relacionados à gestão de recursos hídricos.

Percurso metodológico

Com base nos apontamentos apresentados, foi desenvolvida a pesquisa de mestrado, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Rede Nacional para Ensino das Ciências Ambientais (ProfCiAmb), associada da Universidade de São Paulo (USP), intitulada “Vozerio da Água: o uso de *podcasts* para ensino e aprendizagem sobre Gestão de Recursos Hídricos”, tendo como objetivo discutir o potencial dos *podcasts* no processo de ensino e aprendizagem sobre a temática de Gestão de Recursos Hídricos no Ensino Básico. Como resultado da investigação, foi produzido um material didático, batizado de *Água Educast*, como forma de apoio aos educadores do Ensino Básico sobre o uso de novas tecnologias, em especial os *podcasts*, na geração de conteúdos sobre a Gestão de Recursos Hídricos.



A pesquisa realizada partiu de uma perspectiva qualitativa buscando interpretar e analisar os dados à luz de referenciais teóricos conforme apontado por Minayo (2001), cujo tipo de coleta de dados se preocupa “com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, trabalha no campo dos significados” (Minayo, 2001, p. 67).

O trabalho foi dividido em três etapas: 1) audição de *podcasts* da área de gestão de recursos hídricos, cuja escolha foi o projeto “Podcasts”, da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA); 2) constituição de um grupo focal para avaliar as demandas dos professores sobre uso e produção de *podcasts* em sala de aula, e como utilizar essa mídia em propostas de aulas, tendo como tema abordagens sobre água e gestão de recursos hídricos; 3) com base na avaliação dos *podcasts* da ANA e das percepções do grupo focal, elaboração de um material educacional de apoio aos professores, para a realização de aulas sobre gestão de recursos hídricos, no estilo “Trilha de Formação”, em formato digital, intitulado *Água Educast*, contendo um *podcast* piloto, composto por sete episódios, com conteúdos complementares em texto e vídeo. O material didático também foi validado pelos integrantes do grupo focal.

Na primeira etapa, foram ouvidos os 28 episódios de *podcasts* que a ANA produziu entre os anos de 2019 e 2022. O objetivo dessas audições foi mapear a linguagem e os formatos de *podcasts* que a Agência adotou para divulgar os temas relacionados à área. A escolha pelo conteúdo da ANA deve-se à importância da Agência para o sistema de gerenciamento de recursos hídricos, por ser um órgão de governança e regulação do sistema de abrangência nacional.

O grupo focal foi constituído por 15 professores (13 mulheres e 2 homens) do Ensino Básico, participantes do Programa de Educação e Sensibilização Ambiental do Consórcio Intermunicipal das Bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá (Consórcio PCJ), no âmbito do Projeto Gota d’Água¹¹. A participação no grupo focal se deu por convite e manifestação voluntária. A quantidade de participantes levou em conta o objetivo de promover o debate no grupo sobre os temas propostos e, ao mesmo tempo,

¹¹ O projeto “Semana da Água”, promovido desde 1994 nas Bacias dos Rios Piracicaba Capivari e Jundiá (PCJ), foi remodelado pelo Programa de Educação e Sensibilização Ambiental do Consórcio PCJ e, a partir de 2015, passou a fazer parte do Projeto Gota d’Água. A iniciativa tem como objetivo intensificar as ações de educação ambiental que extrapolam a execução das Semanas da Água nos municípios, o que de fato já ocorria na prática. Em média, 150 mil pessoas (entre público formal e não formal) participam todos os anos das ações do projeto nas Bacias PCJ. Fonte: Consórcio PCJ. Disponível em: <https://agua.org.br/educacao-e-sensibilizacao-ambiental>. Acesso em: 12 jun. 2025.

evitar reuniões muito longas, que podem gerar estafa e cansaço mental, prejudicando o resultado da coleta de informações (Mazza *et al.*, 2009).

Foram promovidos três encontros on-line com o grupo focal, pela plataforma *Google Meet*, nos quais foram levantadas demandas sobre o uso das TDIC, o conhecimento dos professores sobre *podcasts* e a possibilidade de uso em sala de aula. Os participantes também opinaram sobre a audição de dois episódios de *podcasts* da ANA (um com tema mais complexo e outro com assunto mais próximo aos professores, na área da educação), além de fazerem sugestões sobre como deveria ser o material didático, resultante da pesquisa. No final, eles avaliaram o *Água Educast* e fizeram apontamentos para melhorar a aplicação do material didático.

De posse da análise dos *podcasts* da ANA, somada às percepções do grupo focal, foi produzido o *Água Educast*, uma trilha de formação ilustrada em formato de bacia hidrográfica, contendo um rio principal, onde ficam situados os sete passos, ou episódios de *podcasts*, que contém ainda arquivos de texto e vídeo como apoio. O objetivo de se usar a ilustração de uma bacia hidrográfica foi aludir ao caminho a ser percorrido pelo ouvinte/leitor. Cada episódio foi pensado numa sequência lógica de formar um conhecimento sobre as duas áreas: gestão de recursos hídricos e uso de *podcasts*.

O *Água Educast* consumiu quatro meses e meio de produção, envolvendo desde a pesquisa dos temas para os episódios, a definição dos entrevistados, a gravação, edição e finalização, totalizando 300 horas de trabalho.

Resultados e discussões

A investigação revelou que há um aumento do interesse dos professores sobre o uso de mídias e novas tecnologias em sala de aula para ampliar o interesse e atenção dos alunos em sala de aula, muito impactados após a pandemia de Covid-19. O grupo focal relatou comportamento dos estudantes, como dispersão da atenção devido ao uso excessivo de mídias digitais e casos de transtornos psicológicos, como crises de ansiedade, em alunos e professores, no retorno às aulas presenciais devido a sobrecarga mental.

O grupo focal acredita que as TDIC, quando usadas de forma crítica, tendem a despertar maior interesse dos alunos em sala de aula, principalmente, no atual



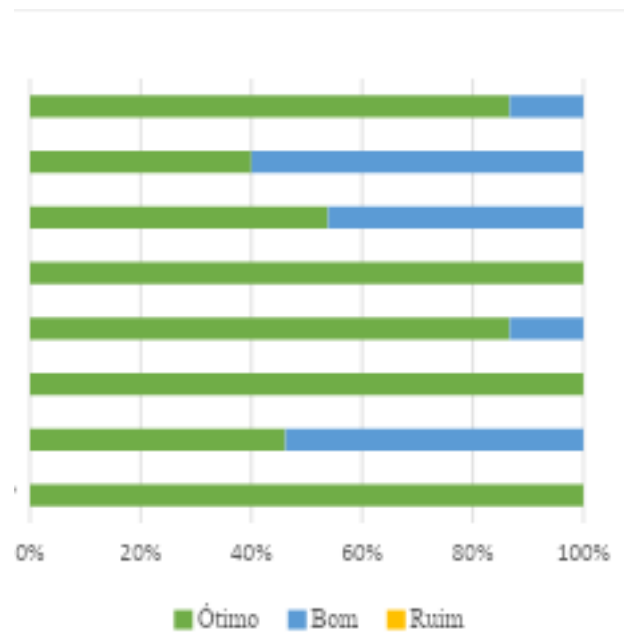
momento, em que novos recursos tecnológicos, como as redes sociais e a Inteligência Artificial, têm ganhado destaque. Os participantes relataram a necessidade de os educadores compreenderem melhor sobre o uso das TDIC, indo além da adoção de vídeos nos processos de ensino e aprendizagem.

Nesse sentido, os *podcasts* se configuram como uma mídia com potencial inovador para práticas pedagógicas dentro da sala de aula, já que tanto alunos quanto os professores estão consumindo *podcasts* na atualidade. Porém, é necessário um plano de ação estratégico para aplicação, já que a adoção pura e simples da mídia durante as aulas pode ser ineficaz, se o aluno não se sentir parte desse processo. Um dos integrantes do grupo focal comentou que “para engajar a participação dos alunos, é preciso unir a tecnologia com temas que sejam do interesse deles, o que é um desafio, pois eles são de uma geração tecnológica, porém, fazem o uso com frequência apenas das redes sociais”.

Na avaliação do grupo focal, os *podcasts* podem ser usados em sala de aula, desde que respeitados alguns aspectos, como: linguagem apropriada à faixa etária em que se desenvolverá o projeto, preparação e produção mais dinâmicas e colaborativas, com envolvimento de professores e estudantes, além de uma atenção especial à acessibilidade e à educação inclusiva, uma vez que a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei n.º 9.394/1996, estabelece que é dever do Estado garantir o atendimento educacional às pessoas com deficiência, preferencialmente, na rede regular de ensino. Relatos dos integrantes do grupo focal atentam que, cada vez mais, tem sido comum o ingresso de alunos com deficiência ou com alguma limitação em sala de aula, o que exige do corpo docente planejar atividades com acessibilidade para que todos os estudantes participem.

Sobre o material didático educacional *Água Educast*, os professores avaliaram os aspectos gráfico e técnico como ótimo e bom, sem nenhuma menção de cunho ruim, como mostrado na Figura 01. O conteúdo foi considerado como abrangente e relevante para a temática, com destaque à abordagem interdisciplinar, que conecta a gestão da água com outras áreas do conhecimento, como a ambiental, saneamento básico, energia, economia, sustentabilidade, saúde e psicologia.



Figura 01 - Avaliação do *Água Educast*

Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

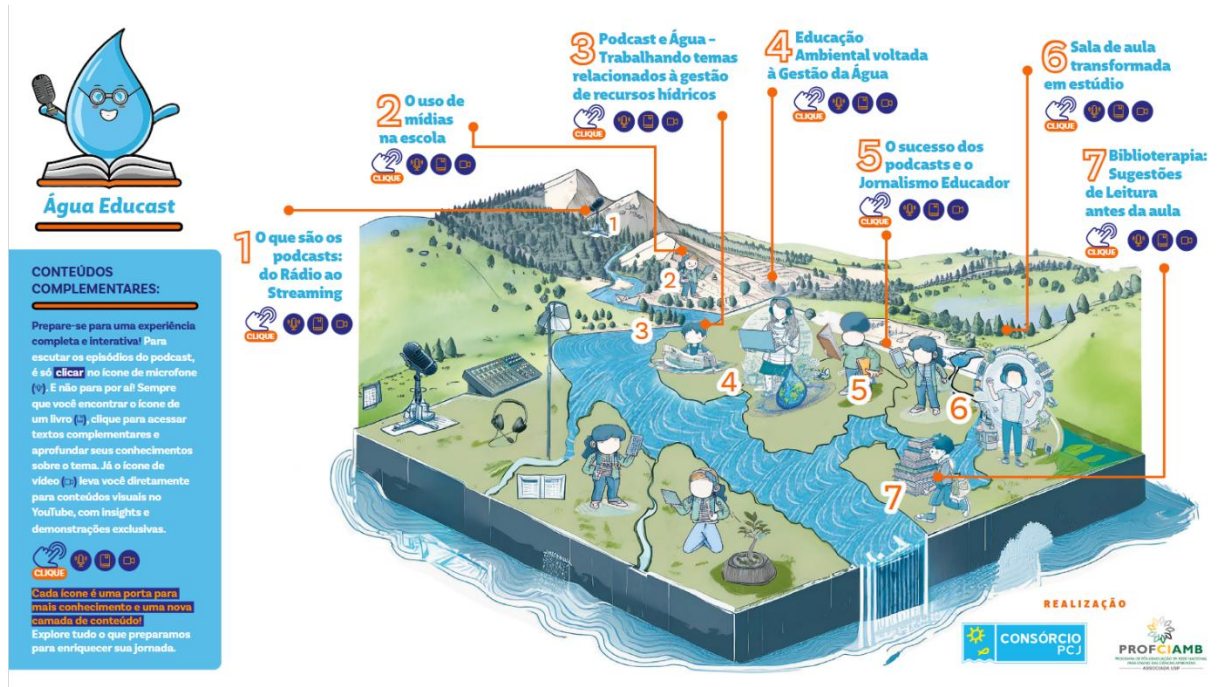
Sobre os conteúdos complementares de apoio, compostos por sugestões de leitura e vídeos, os integrantes do grupo focal relataram que os textos eram longos demais e de teor muito academicista, o que dificultava a completa leitura diante da rotina de trabalho, somada aos compromissos particulares dos docentes. Foi sugerida a adoção de textos mais sintéticos e resumidos, para facilitar e agilizar a leitura do conteúdo complementar.

Mesma avaliação foi verificada sobre os vídeos sugeridos como conteúdo complementar, que deveriam ser mais curtos e menos técnicos, com linguagem mais apropriada à educação ambiental. O grupo focal ainda sugeriu que o *Água Educast* tivesse uma atualização com maior acessibilidade, como a audiodescrição, proporcionando o acesso ao material de forma democrática e ampla por parte de professores e alunos com algum tipo e grau de deficiência.

Por fim, outra melhoria sugerida para o *Água Educast* é referente à inserção de conteúdos de questões locais mais contextualizadas e conectadas aos municípios que compõem a bacia hidrográfica, o que, na visão do grupo focal, pode torná-lo mais atrativo aos alunos, conectando o aprendizado à realidade vivida por eles. Um dos participantes do grupo focal relatou: “Acredito que, para os próximos episódios, seria interessante inserir questões locais, com estudos de caso regionais ou atividades que

incentivem os alunos a investigar a realidade do uso e da conservação da água em suas comunidades”.

Figura 2 - Material Didático Água Educast



Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

Conclusão

Os *podcasts* ganham cada dia mais ouvintes no Brasil e no mundo, como atestam diversas investigações sobre a audiência dessa mídia. O forte apelo que possuem entre os jovens faz dos *podcasts* uma possível ferramenta pedagógica a ser considerada para cativar a atenção de alunos em sala de aula para temas mais complexos, uma vez que os estudantes estão cada dia mais impactados pelo grande volume de informação, expostas por tecnologias digitais, consumidas de forma exacerbada e sem um planejamento estratégico e crítico para a sua aplicação em ambiente escolar, causando dispersão de atenção. Esse debate ganhou intensidade em 2025, com a aprovação da Lei n.º 15.100/2025, que, na prática, proíbe o uso de celulares durante aulas, recreios e intervalos sob a justificativa de preservar a saúde mental de crianças e adolescentes.

No entanto, a proibição do uso da tecnologia pelos estudantes, talvez, não seja um caminho produtivo para uma educação midiática ética e crítica. O contato com novas tecnologias faz parte das recomendações da BNCC, em especial, de fomentar o debate

sobre a cultura digital e o uso das TDIC nas escolas, sempre atentando para o uso de forma equilibrada e monitorada das mídias digitais.

A conexão entre os *podcasts*, comunicação e ensino possui um potencial para estabelecer um ecossistema educacional, o que facilita a formação de conhecimento crítico sobre a realidade de si próprio e ao seu redor. As poucas experiências verificadas em estudos anteriores mostram aspectos positivos para os processos de ensino e aprendizagem.

A presente pesquisa identificou, entre os professores participantes do grupo focal, que os *podcasts* também despertam interesse entre os docentes, que até possuem um certo conhecimento sobre os *podcasts*, mas carecem de capacitação para melhor aplicação dessa mídia em ambiente escolar. Na percepção do grupo focal, os *podcasts* são uma ferramenta que motiva a participação em sala de aula e amplia o engajamento dos alunos em sala de aula. A pesquisa também constatou que trabalhos envolvendo *podcasts* propiciam maior envolvimento dos professores com os alunos, de forma interdisciplinar e colaborativa, favorecendo o trabalho com temas mais complexos, como a gestão de recursos hídricos.

Outro ponto mapeado pela pesquisa é que *podcasts*, comunicação e ensino se conectam à possibilidade de usos das práticas jornalísticas em ambiente escolar, por meio do conceito de jornalismo educador, o que promove ganhos também em processos de ensino e aprendizagem, já que as técnicas jornalísticas de pesquisa, apuração e edição favorecem o desenvolvimento crítico dos alunos.

Por fim, a avaliação do grupo focal demonstra o interesse pelo uso de novas tecnologias e que, superados os desafios, como o planejamento de projetos com essa temática, apoio das escolas para essa proposta pedagógica, a adequação dos temas curriculares para essa mídia, os *podcasts* podem contribuir para a formação de conhecimento crítico acerca de diversos temas, inclusive os mais complexos, como a gestão de recursos hídricos. Isso se dá, em parte, porque a sensibilização começa com a capacitação dos educadores e em seguida com o engajamento dos alunos, propiciado pelas novas mídias, como os *podcasts*, sob a mediação dos professores em sala de aula. Isso permite fechar um círculo necessário para ampliar a divulgação de recursos hídricos, envolvendo corpo docente, discente e, depois, passando para as famílias e amigos dos alunos impactados, completando o ciclo de sensibilização ambiental.



Referências bibliográficas

ALMEIDA, M. E. B.; VALENTE, J. A. **Tecnologias e currículo**: trajetórias convergentes ou divergentes? São Paulo: Paulus, 2011.

BRASIL. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 26 jun. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**, 2018. Disponível em: <https://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 26 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 15.100**, de 13 de janeiro de 2025. Dispõe sobre a utilização, por estudantes, de aparelhos eletrônicos portáteis pessoais nos estabelecimentos públicos e privados de ensino da educação básica. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2025/lei-15100-13-janeiro-2025-796892-publicacaooriginal-174094-pl.html>. Acesso em: 26 jun. 2025.

CASTNEWS. **No Brasil, 38,8% dos internautas escutam podcast semanalmente**. 14 mar. 2025. Disponível em: <https://www.castnews.com.br/no-brasil-388-dos-internautas-escutam-podcast-semanalmente/>. Acesso em: 5 jul. 2025.

CELARINO, A. L. D. S. et al. O uso de *podcasts* como instrumento didático na educação: abordagens nos periódicos nacionais entre 2009 e 2020. **Educação em Revista**, v. 39, p. e40882, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/sYj55jXkF5nHhXPnv5ZKZ9w/>. Acesso em: 5 jun. 2025.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Educação 2023**. 2024. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/educacao/indicadores/>. Acesso em: 22 jul. 2025.

CONSÓRCIO PCJ. **10º Fórum Mundial da Água capacita jovens na mitigação global das mudanças climáticas**. 16 maio 2024. Disponível em: <https://agua.org.br/noticias/10o-forum-mundial-da-agua-capacita-jovens-na-mitigacao-global-das-mudancas-climaticas/>. Acesso em: 10 jul. 2025

DE JESUS OLIVEIRA, D. A.; DE ALMEIDA, C. M. F. Desafios e possibilidades no uso das TDICs nas práticas de alfabetização em tempos de pandemia. **Linha Mestra**, v. 17, n. 50, p. 136-157, 2023.

FARIAS, M. S. I.; VIANA, M. A. P. A educação antes, durante e pós-pandemia: um olhar reflexivo diante da atual conjuntura. Colóquios - Geplage - PPGED - CNPq, [S. l.], v. 5, p. p.452–463, 2024. Disponível em: <https://www.anaiscpge.ufscar.br/index.php/CPGE/article/view/1171>. Acesso em: 21 jul. 2025.

FERREIRA, B. **Jornalismo e educação**: competências necessárias à prática comunicativa. Curitiba (PR): Appris, 2022.

GROSSI, M. G. R.; LEAL, D. C. C. C.; SILVA, M. F. Educação midiática, cultura digital e as fake news em tempos de pandemia. **Educação em Revista**, Marília, SP, v. 22, n. esp2, p. 179–198, 2021. DOI: 10.36311/2236-5192.2021.v22esp2.p179. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/educacaoemrevista/article/view/12130>. Acesso em: 21 jun. 2025.

- LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LANZETTA, G. **Ouvindo vozes: como criar um *podcast* de sucesso e ainda ganhar dinheiro com isso**. São Paulo: Planeta, 2021.
- LIMA, K. M. C. F. M, CAMPOS, C. S, BRITO, A. L. O *podcast* como ferramenta ao ensino: implicações e possibilidades educativas. VII Congresso Nacional de Educação (Conedu), 2020. Anais... Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2020/TRABALHO_EV140_MD4_SA19_ID5360_26092020221728.pdf. Acesso em: 26 jul. 2025.
- LUIZ, L. A história do *Podcast*. In: LUIZ, L. (org). **Reflexões sobre o *podcast***. Nova Iguaçu (RJ): Marsupial, 2014, p. 9-14.
- MAZZA, V. A.; MELO, N. S. F. O; CHIESA, A. M. O grupo focal como técnica de coleta de dados na pesquisa qualitativa: relato de experiência. **Cogitare Enfermagem**, [S. l.], v. 14, n. 1, 2009. DOI: 10.5380/ce.v14i1.14486. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/view/14486>. Acesso em: 2 dez. 2024.
- MEDITSCH, E. O *podcast* como laboratório de jornalismo educador: uma visão a partir de Paulo Freire. **Esferas**, v. 1, n. 23, p. 40-55, 4 jul. 2022.
- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.
- PIROZZI, G. P. **Educação: princípios ativos da arte de educar**. Jundiaí (SP): Paco Editorial, 2013.
- PNUMA. **Panorama Ambiental Global 6 para Jovens**. 2021. Disponível em: <https://content.yudu.com/web/2y3n2/0A2y3n3/GEO-6-forYouth/html/index.html?page=27&origin=reader>. Acesso em: 26 jul. 2025.
- SAIDELLES, T.; MARIA, L.; BARIN, C. S.; SANTOS, A. A utilização do *podcast* como uma ferramenta inovadora no contexto educacional. **Revista Educacional Interdisciplinar**, [s.l.], v. 7, n. 1, p. 1-10, 2018. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/redin/article/view/1143>. Acesso em: 14 jun. 2025.
- SOARES, I. O. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio**. São Paulo (SP): Paulinas, 2011.
- SPOTIFY. **Advertising culture**. 2024. Disponível em: https://go.pardot.com/l/52662/2024-10-04/lkvb7w/52662/1728062665yEIGhZlc/CULTURE_NEXT_REPORT_AUS.pdf. Acesso em: 12 maio 2025

ENSAIO

LITERACIA DIGITAL E COMPETÊNCIAS DIGITAIS: DO COMBATE AOS DISCURSOS
EXTREMISTAS À DEMOCRACIAUilson Santos da Silva Júnior¹²**Resumo**

Na contemporaneidade, as redes sociais e as plataformas digitais se colocam como cenários propícios para a disseminação dos discursos de ódio, da desinformação, dos acontecimentos falsos e de ataques à democracia. O presente ensaio propõe uma reflexão acerca da relação entre o desenvolvimento da literacia digital, e das competências digitais, e a manutenção dos ditames democráticos. Recorrendo à revisão bibliográfica, apresenta-se que a literacia digital é fundamental para o enfrentamento crítico da radicalização social. Propõe-se que o combate aos discursos extremistas não se dá apenas pelo controle ou pela censura dos conteúdos digitais, mas, sobretudo, pela formação de sujeitos capazes de interpretar, questionar e transformar a realidade em que vivem. A democracia precisa ser aprendida, vivida e defendida também nas redes sociais e nas plataformas digitais.

Palavras-chave: literacia digital; competências digitais; discursos extremistas; democracia; plataformas digitais.

Abstract

In contemporary times, social media and digital platforms are fertile ground for the dissemination of hate speech, disinformation, false events, and attacks on democracy. This essay proposes a reflection on the relationship between the development of digital literacy and digital skills and the maintenance of democratic principles. Using a literature review, it is shown that digital literacy is fundamental to critically confronting social radicalization. It is proposed that combating extremist discourses does not occur solely through the control or censorship of digital content, but, above all, through the development of individuals capable of interpreting, questioning, and transforming the reality in which they live. Democracy must be learned, lived, and defended on social media and digital platforms as well.

Keywords: digital literacy; digital skills; extremist discourses; democracy; digital platforms.

Introdução

Na sociedade contemporânea, deparamo-nos com os acontecimentos das tecnologias digitais, com uma “nova” sistematização dos discursos dos sujeitos e com o experimentar da “nova” interatividade com os saberes humanos. As informações disseminadas e compartilhadas nas rodas de conversas dos botequins, Brasil afora, e as “fakes” propagadas nas redes sociais e nas plataformas digitais escancaram os aspectos

¹² Mestrando em Educação Física, no Instituto Federal do Sul de Minas (IFSuldeMinas), especialista em Educomunicação e Midialogia pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo (Unisal), Instituto Piaget e bolsista Capes.



ideológicos, políticos e históricos das experiências humanas. Seria possível, de fato, delimitarmos a influência das ideologias na busca pela verdade e no encontro do erro?

Nas últimas décadas, o avanço das mídias digitais alterou intimamente o modo como os sujeitos acessam, produzem e compartilham informações. Os mecanismos de popularização da internet e das redes sociais ampliaram os espaços de participação política, de comunicação e de engajamento social. No entanto, as mídias, difundidas nas plataformas digitais e nas redes sociais, tornaram-se cenários férteis para a disseminação de discursos extremistas, campanhas de desinformação e polarização ideológica.

A delimitação do que seria ideologia, e sua oposição à verdade, perpetuada, propõem a historicidade dos modos que os discursos e os enunciados interiorizaram os efeitos produzidos entre as verdades e as falsidades. Ao experimentarmos as mudanças, advindas das tecnologias digitais e dos “novos” modos de comunicação, trazemos a ideia de história para Michel Foucault. Para Foucault (1979), a história é inteligível e deve ser analisada, em seus pormenores, de acordo com a inteligibilidade das lutas, das estratégias e das táticas.

No campo das batalhas discursivas, os aspectos morais ressaltam a pluralidade de situações em que não há respostas absolutas ou preconcebidas, conotando a importância da ética nos processos comunicacionais, na promoção das informações e nos cenários das sociedades democráticas. A insurgência dessas batalhas é incontornável nas representações sociais e a desatenção aos dilemas tende a ser ainda mais problemática do que as dúvidas por eles suscitadas, ao modo em que sugere uma condução automatizada dos afazeres cotidianos, cujo efeito prático é a negação da própria liberdade (Conti; Alves, 2019).

Na constituição das sociedades democráticas, os ideários de liberdade e de direitos constituídos convergem com a estruturação do termo “cidadania”. Ao refletirmos sobre a noção de cidadania, indicamos que se trata de um tema bastante contemporâneo, que gera interesse, curiosidade e, concomitantemente, polêmicas em decorrência da sua importância para a compreensão de diferentes aspectos da vida em comunidade (Conti; Alves, 2019). Nesse sentido, a cidadania passa a exercer um fascínio para os sujeitos que se defrontam com o sentido político, colocando-nos a essencial e difícil questão: O que significa ser parte intrínseca e indissociável de uma coletividade?



Na filosofia antiga, a cidadania formal se referia à condição legal do cidadão, não sendo colocada em primeiro plano. Ela era situada no campo da política, denotando a participação ativa e em condição de igualdade de todos os cidadãos na vida democrática. A filosofia contemporânea anseia retomar esse conceito ao estabelecer a relação da cidadania com as teorias da democracia, lembrando de que aqueles que vivem sob uma ditadura são definidos súditos, não cidadãos (Enciclopedia..., 2008, p. 173).

O conceito de democracia transmite a ideia de um regime político no qual os cidadãos participam na condução do governo de forma coletiva, seja diretamente, como em uma consulta popular sobre temáticas relevantes (plebiscito) ou por meio da representação, na qual os cidadãos elegem figuras públicas responsáveis pelas tomadas de decisões em nome da coletividade (eleições).

A participação popular explicita as origens da palavra “democracia” que, na língua grega antiga, une *demos* (povo) e *kratos* (poder), formando o poder do povo ou o governo do povo. Embora a noção de participação popular esteja vinculada ao termo “democracia” desde a Grécia Antiga até os dias atuais, outras concepções são gradativamente formuladas e adicionadas ao conceito para nos depararmos com a compreensão atual de democracia.

Corriqueiramente, em determinadas cenas sociais, encontramos-nos envolvidos em uma discussão sobre política, mesmo que involuntariamente, seja como um mecanismo de comunicação para mantermos a interação com sujeitos “desconhecidos”, em uma conversa casual na fila do supermercado ou como processos afirmatórios das nossas convicções nas redes sociais - o que julgamos mais importante nesta vida, a política é um tema recorrente em nosso dia a dia (Conti; Alves, 2019). Não distante, deparamo-nos com notícias ou declarações, inclusas aquelas construídas por nós mesmos, indicando que determinado governo adotou, ou adota, posturas incompatíveis com os ditames democráticos. Outrora, mencionamos uma prática específica que constitui afrontos à pluralidade ou às liberdades fundamentais da democracia, ou ainda, uma inclinação autoritária (Conti; Alves, 2019).

A filósofa Hannah Arendt (1906-1975) apresenta contribuições relevantes no entendimento sobre liberdade, ao trazer a relação entre o ser humano e a coletividade,



ao seu redor, impondo características específicas ao desfrute de sua liberdade e ao exercício de sua responsabilidade (Conti, Alves, 2019).

Para Arendt (2005), o conceito de liberdade, no contexto capitalista, reflete os valores e as perspectivas liberais, concentrando-se nos aspectos da vida privada dos seres humanos. Dessa maneira, o exercício da liberdade, na perspectiva privada, está vinculado à busca constante pelo acúmulo de riquezas ou ao consumo desenfreado, bem como ao usufruto do livre arbítrio e dos direitos civis específicos da esfera particular, alinhando-se ao individualismo.

A importância que a internet passou a representar nos processos comunicacionais e na construção da democracia, em meados do século XX, é, indubitavelmente, um divisor significativo no modo como construímos e experimentamos o cotidiano. Os benefícios, no que tange ao desenvolvimento do conhecimento, à ampliação das interações humanas e ao acesso à informação, são indiscutíveis. Todavia, na condição de instrumento técnico, a internet pode ser utilizada tanto para fazer o bem como para propósitos perversos (Conti; Alves, 2019).

A importância do uso e do acesso às Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) têm embasado ações governamentais que anseiam o acesso dos sujeitos ao denominado “mundo digital”. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) tem publicado estudos sobre as competências para o mundo “futuro” (OCDE, 2012).

As mídias digitais, compreendidas, de modo sucinto, como a comunicação que os sujeitos estabelecem por meio da internet, foram primordiais para os processos de democratização do acesso às informações, permitindo que as coberturas dos acontecimentos e, por conseguinte, a construção das notícias fossem desenhadas distantes dos custos elevados dos jornais impressos e da mídia televisiva, por exemplo. Contudo, a diversificação da promoção das informações abrange a difusão de conteúdos sérios e verdadeiros, mas igualmente propicia a proliferação de informações mal-intencionadas ou distantes dos acontecimentos reais.

As redes sociais e as plataformas digitais, desenvolvidas pelas *bigtechs*, consolidam-se como um ambiente propício para a divulgação de ideias extremistas, constituídas por pensamentos ou doutrinas que visam, por vezes, à ruptura radical com a realidade social existente e com os ditames democráticos, utilizando-se de táticas e



procedimentos que, não raras vezes, se mostram ilegais, violentos, inverídicos e tendenciosos.

A utilização massiva das plataformas digitais e das redes sociais eleva a capacidade de mobilização de sujeitos extremistas, aproximando virtualmente discursos que se encontram geograficamente dispersos ao redor do globo terrestre. A utilização de algoritmos pelas redes sociais e pelas plataformas digitais implica a criação do chamado “efeito bolha”, ou “câmaras de eco”, na medida em que os meios digitais são programados para reforçar o encontro com os conteúdos já procurados pelos internautas, reafirmando convicções e trazendo a impressão de que seus pontos de vista são únicos. Esse processo pode ser intensificado se os internautas se recusarem a acessarem pontos de vista ou opiniões divergentes, na chamada “autocensura”.

A respeito da reprodução e da promoção de acontecimentos falsos nas redes sociais e nas plataformas digitais, com a permissão de postagens de conteúdo de desconhecidos ou a divulgação de informações incertas, os sujeitos podem estimular os processos de desinformação. Nota-se, nesse caso, que não há obrigatoriamente o objetivo expresso de causar o mal, mas a ausência de uma reflexão acerca das consequências negativas da conduta estabelecida, aproximando-se do conceito de “banalidade do mal”, de Hannah Arendt.

Nessa concepção, Arendt apresenta que a maldade não necessariamente está ligada à uma finalidade cruel por parte do sujeito, mas a simples falta de juízo crítico sobre uma conduta, realizada de modo irrefletido, já é suficiente para caracterizar o mal (Arendt, 2006). Com o acontecimento da internet e das mídias digitais, esse comportamento imprudente pode ter alcance inédito, com consequências extremamente nocivas à democracia.

A comunicação, nas redes sociais e nas plataformas digitais, exigem dos sujeitos contemporâneos o desenvolvimento do pensamento crítico, ao acessarem às informações, ao criarem conteúdos e ao buscarem soluções para problemas do cotidiano. Foucault (1979, p. 18) reforça que:

O grande jogo da história será de quem se apoderar das regras, de quem tomar o lugar daqueles que as utilizam, de quem se disfarçar para pervertê-las, utilizá-las ao inverso e voltá-las contra aqueles que as tinham imposto; de quem, se introduzindo no aparelho complexo, o fizer funcionar de tal modo.



Diante disso, torna-se urgente discutir como a formação de sujeitos críticos e conscientes para o uso das tecnologias digitais pode fortalecer os princípios democráticos e mitigar os efeitos da desinformação e do extremismo. A literacia digital e as competências digitais são, nesse contexto, elementos essenciais para a promoção de uma cultura democrática e do estabelecimento de mecanismos de resistência à manipulação discursiva nas redes sociais e nas plataformas digitais. Assim, o presente ensaio propõe uma reflexão crítica acerca da relação entre o desenvolvimento da literacia digital, e das competências digitais, e a manutenção da democracia.

Literacia digital e competências digitais: conceitos

A palavra “literacia”, atualmente utilizada em Portugal para reportar, de modo geral, o fato de saber ler e escrever, provém do inglês “*literacy*”, difundido no final do século XIX, a partir do francês e do latim, para designar o alfabetismo, por oposição ao analfabetismo. A palavra “*literacy*” ganhou sentido no mundo globalizado, em decorrência do poder colonizador da língua inglesa. Para Moraes e Kolinsky (2016, p. 3), “adotamos, portanto, o termo ‘literacia’. No entanto, esse termo, assim como a expressão “aprender a ler e a escrever”, é subdeterminado, tal como o é “aprender a jogar”.

Ao buscarmos o significado de “literacia” nos dicionários, deparamo-nos com a ideia da capacidade de percebermos e de interpretarmos o que é lido (sinônimo de “letramento”). Dessa maneira, a “literacia” é uma competência fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional de um indivíduo. Contudo, Moraes e Kolinsky (2016, p. 3) destacam que “enquanto ‘*literacy*’, de onde provém ‘*literacia*’, não nasceu com uma intenção ideológica, letramento tem uma carga ideológica e afetiva”.

“Literacia” não é um termo cotidianamente utilizado no Brasil. No lugar dele, a palavra “letramento” é utilizada com maior frequência ao se referir às usualidades sociais e culturais dos atos de leitura e de escrita. Pinto, Boscariolli e Capelli (2021, p. 2) reforçam:

Numa perspectiva considerada mais abrangente e complexa do que o processo de decodificar o código linguístico, Jones-Kavaliar e Flanniagan (2006) definem “literacia” como a capacidade que um indivíduo tem para desempenhar, de forma efetiva, tarefas em ambientes digitais – incluindo a capacidade para ler e interpretar mídia, para reproduzir dados e imagens por meio de manipulação



digital, avaliar e aplicar novos conhecimentos adquiridos nesses ambientes. Outros estudiosos também falam sobre a necessidade de considerar a literacia digital para o enfrentamento aos desafios educacionais do século XXI, dentre eles Warschauer (2006), que afirma ser importante preparar os alunos para uma vida em que as competências de literacia digital, o pensamento criativo e a comunicação eficaz sejam mais importantes do que a memorização de nomes, datas e fatos.

Buckingham (2010) apresenta que o conceito de literacia digital converge com a ideia de 'letramento digital', sendo equiparado, em seu uso no cenário contemporâneo. Nesse sentido, o autor (2010, p. 48) propõe que a literacia digital seria “um conjunto mínimo de capacidades que habilitem o usuário a operar com eficiência os *softwares*, ou a realizar tarefas básicas de recuperação de informações.” Para Buckingham, as capacidades necessárias para o desenvolvimento da literacia digital são essencialmente funcionais e as discussões em torno do conceito são norteadas pelas informações imbricadas nos processos de buscas e visualizações.

Desse modo, trazemos quais são as capacidades e as competências necessárias para que os sujeitos tenham condições de não se restringirem ao reconhecimento e possam desenvolver a compreensão e a reflexão sobre os modos de utilização das informações digitalizadas, implicando no posicionamento sobre o lido, pesquisado e visualizado. Para Pinto, Boscariolli e Capelli (2021, p. 2-3):

Há várias terminologias associadas à literacia digital, como literacia informacional, literacia computacional, literacia da internet e literacia midiática. Em 2011, a Unesco, em uma tentativa de congregação das ideias, usou a expressão literacias midiáticas e informacionais (em inglês *media and information literacy*) ao publicar o currículo intitulado Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), que envolve disciplinas como mídia, informação, TIC, educação e desenvolvimento curricular (Wilson *et al.*, 2011). No documento, seus autores alegam que as literacias midiáticas e informacionais são um direito humano fundamental, aumentam a qualidade de vida humana e o desenvolvimento sustentável da civilização e são importantes para o desenvolvimento social, econômico e cultural.

Ao identificarmos as intersecções e as convergências da terminologia “literacia digital” com os aspectos informacionais, computacionais e midiáticos, dos processos de comunicação humana, atentamos para a emergência do desenvolvimento das competências digitais nos sujeitos contemporâneos. As interrelações entre as diversas

áreas curriculares, apresentadas pela publicação da Unesco “Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)”, destacam a eminência da compreensão das mídias e dos aspectos informacionais na produção do conhecimento para a construção de discursos democráticos e para a participação efetiva dos sujeitos nos diversos cenários sociais.

Em decorrência do constante aumento do uso das tecnologias digitais, nos diversos nichos sociais, a promoção das informações se modificou e proporcionou novas formas de representações sociais, de comunicação, de novas representações simbólicas e de novas experiências humanas. Dessa maneira, o desenvolvimento das competências digitais (CD) possibilita o entendimento, por parte dos sujeitos, das constantes mudanças na sociedade globalizada. Silva e Behar (2019, p. 2), destacam:

Os estudos sobre o conceito de CD, como da OCDE (2003), Unesco (2006) e Comissão Europeia (2012), de um modo geral, definem um rol de competências digitais para o perfil de sujeitos usuários dessas tecnologias, vinculados a um contexto internacional, na maioria europeu. De acordo com os relatórios da Unesco (2006), a competência digital é uma das oito competências essenciais para o desenvolvimento ao longo da vida. Entretanto, poucos são os estudos realizados no Brasil para a compreensão do conceito dessas competências na educação.

Ao pensarmos no desenvolvimento das CD, com o intuito de combatermos os discursos extremistas e preservamos os aspectos democráticos, enfatizamos que, os estudos acerca delas desnudam uma gama de significados e de nomenclaturas, dificultando o estabelecimento de uma definição clara e coesa. Os estudos, em sua maioria, referem-se ao modo com que os sujeitos devem interagir com as TDIC, nos diversos cenários sociais e culturais. Assim sendo, a ausência de clareza e coesão na definição das CD dificulta a compreensão e a inserção nos processos de ensino dos componentes curriculares.

O termo “competência digital” surge em 2006 no relatório do Parlamento Europeu, que abordava os aspectos contemporâneos para a educação e a formação dos sujeitos. O texto apresentado pelo relatório identificava as abordagens e as tendências do “Letramento em Mídias” nos países europeus, trazendo a essencialidade de oito competências a serem desenvolvidas ao longo da formação dos cidadãos. Nesse contexto, as CD se aproximam do uso seguro e crítico das tecnologias da informação



para as atividades laborativas, o entretenimento, a comunicação e o lazer. Ferrari (2012, p 3-4) define as CD como:

Um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, estratégias e sensibilização de que se precisa quando se utilizam as TICs e os meios digitais para realizar tarefas, resolver problemas, se comunicar, gestar informação, colaborar, criar e compartilhar conteúdo, construir conhecimento de maneira efetiva, eficiente, adequada de maneira crítica, criativa, autônoma, flexível, ética, reflexiva para o trabalho, o lazer, a participação, a aprendizagem, a socialização, o consumo e o empoderamento.

A radicalização nas redes sociais e nas plataformas digitais: os discursos extremistas e os impactos na democracia

A construção de um boato (acontecimento falso) disseminado nas redes sociais de que uma mulher estaria sequestrando crianças para a prática de magia negra promoveu a ira de alguns habitantes do litoral paulista, o que culminou com o assassinato de uma inocente, ao propagar a confusão com uma suposta e inexistente sequestradora, constituindo-se no primeiro episódio trágico de grande repercussão causado pelas *fake news* (Carpanez, 2018). Distante de ser um acontecimento isolado, os casos insistem em se repetir nos dias atuais, com desfechos semelhantes.

A desinformação tornou-se uma arma poderosa de guerra cultural e de poder. De acordo com Ribeiro *et al.* (2019), as redes sociais e as plataformas digitais foram decisivas para os processos de radicalização de usuários, especialmente por meio da recomendação automática de conteúdos cada vez mais extremos. O uso sistematizado de *bots*, de perfis falsos e de campanhas orquestradas agrava o cenário de desinformação, haja vista que esses mecanismos comprometem o debate público, espalham mentiras sobre o processo eleitoral, vacinas, direitos humanos e outras agendas fundamentais da democracia.

Em termos sociais, a prática de propagar acontecimentos falsos, voluntária ou involuntariamente, apresenta um dano coletivo extremamente grave, ao passo que fragiliza o compromisso que a comunicação estabelece com a verdade. A promoção de inúmeras informações falsas sobre um determinado acontecimento, bem como a propagação das *fake news* afetam negativamente a possibilidade do estabelecimento de processos de verificação das informações promovidas nas redes sociais e nas



plataformas digitais. Nesse contexto, os acontecimentos objetivos e concretos podem receber menos importância para a formação das opiniões individuais ou pública do que, por exemplo, apelos emocionais, boatos ou crenças pessoais. Trata-se da “pós-verdade” (Conti; Alves, 2019).

A pós-verdade proporciona a inversão do processos de formação de opiniões, na qual os acontecimentos objetivos produzem determinada percepção sobre a realidade, desencadeando que a própria vontade do sujeito de algo ser ou não uma informação verídica interfere na sua compreensão sobre os acontecimentos.

Alicerçada, frequentemente, em conversas cotidianas e cenários das redes sociais e das plataformas digitais, a pós-verdade se torna ainda mais nociva, quando inserida em contextos nos quais o encontro com a verdade é algo essencial, como na ciência. Assim, o estabelecimento de metodologias científicas, que relativizam a veracidade dos fatos investigados, nebulando os resultados de acordo com os objetivos e com os interesses específicos e tendenciosos, originam o que se denomina de *fake science*, “falsa ciência” ou “pseudociência”.

Embora as redes sociais e as plataformas digitais possam se caracterizar como instrumentos eficazes e democráticos para a promoção equitativa do conhecimento, identificamos a propagação do fanatismo e do radicalismo, em sentido inverso, opondo-se aos ditames dos métodos científicos, negando-se as evidências de que os estudos e as pesquisas éticas e sérias apresentam. Nota-se, portanto, o negacionismo, cuja a efetividade, na contemporaneidade, objetiva a contraposição das evidências sobre o aquecimento global, por exemplo.

Ebel (2013) destaca que a criação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, ou IPCC (na sigla em inglês), pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 1988, é, na atualidade, a principal fonte de estudos acerca do aquecimento global. Os alertas sobre os riscos dos efeitos do aquecimento global são emitidos de modo reiterado e o IPCC produziu, em 2018, o quinto relatório, no qual adverte a respeito da necessidade urgente de uma ação climática em âmbito global. Aprovado e aceito por 195 nações, o quinto relatório informa que os níveis atuais de emissão de gases de efeito-estufa produzirão efeitos irreversíveis e nocivos ao ambiente, afetando negativamente a saúde humana, o crescimento econômico mundial e os ecossistemas do planeta.



Contudo, identifica-se em pormenores de estudos negacionistas, financiados por companhias neoliberais, que têm interesse direto na refutação da ideia de aquecimento global, evidências dos conflitos de interesses na constituição das pesquisas e na redução da credibilidade dos resultados obtidos e dos princípios da ética (ORF, 2025).

No caso do aquecimento global, o negacionismo se faz propagar por intermédio das informações promovidas nas redes sociais e nas plataformas digitais. Todavia, identificam-se casos de ondas extremistas contemporâneas, preponderantemente interiores aos limites dos Estados soberanos, como é o caso dos movimentos xenófobos e ultranacionalistas do século XXI (Conti; Alvez, 2019).

A xenofobia, difundida pelos discursos extremistas, pode ser conceituada como um sentimento de aversão, de desprezo ou de ódio contra os sujeitos que são considerados diferentes. A formação da palavra “xenofobia” deriva da junção de “*xénos*” (estrangeiro, estranho) e “*phóbos*” (medo), ambos do grego. Contudo, a concepção na atualidade do termo “xenofobia” não se faz restritamente nos processos de repulsa aos estrangeiros, ou àqueles que são oriundos de outros países, mas também inclui os sujeitos que são considerados pelos xenófobos como diferentes e não pertencentes aos seus grupos sociais.

Os discursos ultranacionalistas e extremistas, por sua vez, compreendem a valorização exacerbada e fervorosa do sentimento de pertencimento a uma nação, apresentando, em contrapartida, o desprezo em relação aos imigrantes. Assim, as características frequentemente identificadas no ultranacionalismo e no extremismo são os discursos conservadores e a conseguinte valorização de uma homogeneidade étnica.

De acordo com Phillips e Milner (2021), o ambiente on-line favorece a criação de “câmaras de eco”, nas quais os usuários são expostos apenas a conteúdos que confirmam suas crenças e potencializam a radicalização. Além disso, algoritmos de recomendação, utilizados por plataformas como *YouTube* e *Facebook*, contribuem para a amplificação de discursos de ódio, criando bolhas ideológicas que dificultam o diálogo entre as pluralidades que constituem a vida em sociedade.

As redes sociais e as plataformas digitais oferecem um ambiente propício para a propagação de ideologias extremistas, devido à facilidade de anonimato, ao alcance global e à lógica algorítmica que privilegia conteúdos sensacionalistas e polarizadores (Phillips; Milner, 2021). Os discursos dos grupos extremistas exploram esse ambiente



para disseminarem o ódio contra minorias, contra as instituições democráticas, contra a imprensa e contra a ciência.

O discurso de ódio, por sua vez, é normalizado, e a violência simbólica é legitimada sob o disfarce da liberdade de expressão. O avanço dos discursos extremistas, nas redes sociais e nas plataformas digitais, tem consequências sérias para a democracia, em primeiro lugar ao comprometerem a veracidade da informação e o debate público plural. Em segundo, observa-se a corrosão da confiança nas instituições democráticas e nos veículos de comunicação. Além disso, a radicalização dos discursos tem sido associada a episódios de violência real, como ataques antidemocráticos.

A partir do momento em que o discurso extremista adquire legitimidade na esfera pública, cria-se um ambiente de intolerância que mina os princípios básicos do pluralismo, da diversidade e dos direitos humanos. Estudos como os de Ribeiro *et al.* (2019) demonstram que a radicalização digital segue padrões progressivos e é reforçada pelo consumo de conteúdos homogêneos. Trata-se, portanto, de um fenômeno que precisa ser enfrentado com políticas públicas, regulação de plataformas e, sobretudo, com educação e reflexão crítica.

A importância do desenvolvimento da literacia digital e das competências digitais no combate aos discursos de ódio e na manutenção da democracia

As redes sociais e as plataformas digitais se transformaram em um dos principais cenários de sociabilização, de manifestação de convicções políticas e de promoção das informações, assumindo papéis preponderantes nos processos comunicacionais da sociedade contemporânea. Contudo, as mesmas redes sociais e plataformas digitais, que possibilitam o acesso às informações e à participação cidadã, também têm sido instrumentalizadas para a disseminação de discursos de ódio, da desinformação e da radicalização. Diante disso, o desenvolvimento da literacia digital e das competências digitais se torna uma estratégia essencial para o fortalecimento da democracia e a promoção de uma cultura crítica e ética no uso das tecnologias.

A literacia digital, segundo Buckingham (2010), “não diz respeito apenas ao domínio técnico das ferramentas digitais, mas envolve a habilidade crítica de compreender, analisar, produzir e interpretar conteúdos mediados pelas tecnologias” (Buckingham, 2010, p. 48). Trata-se, portanto, de um processo formativo que vai além



do uso funcional da tecnologia, buscando promover uma consciência crítica sobre os conteúdos e os discursos veiculados nas redes sociais e nas plataformas digitais. Jones-Kavaliar e Flannigan (2006) destacam que a literacia digital “refere-se à capacidade de ler e interpretar mídia, reproduzir dados e imagens por meio de manipulação digital, além de avaliar e aplicar novos conhecimentos adquiridos nesses ambientes” (Jones-Kavaliar; Flannigan, 2006, p. 9). Isso implica que indivíduos alfabetizados digitalmente possuem melhores condições de identificar conteúdos falsos, reconhecer estratégias de manipulação discursiva e resistir à adesão aos discursos extremistas.

A disseminação de discursos de ódio na internet tem se mostrado como um dos maiores desafios às democracias no século XXI. Conforme Phillips e Milner (2021), “os extremistas digitais dominam as linguagens e os códigos da internet, adaptando suas mensagens para se tornarem atraentes, especialmente a públicos jovens, por meio de humor, memes e gamificação da ideologia” (Phillips; Milner, 2021, p. 34). Essa apropriação das ferramentas comunicacionais pelas extremas ideológicas evidencia a urgência de uma formação crítica e ética para a convivência democrática nos espaços digitais.

Nesse contexto, as CD se configuram como um conjunto de saberes, habilidades e atitudes que permitem o uso consciente, ético e criativo das tecnologias da informação e da comunicação (Ferrari, 2012). Segundo o Quadro Europeu de Competência Digital para Cidadãos (DigComp 2.1), as CD incluem: 1) a alfabetização em informação e dados; 2) a comunicação e colaboração on-line; 3) a criação de conteúdo digital; 4) a segurança digital; 5) a resolução de problemas; 6) o pensamento computacional; 7) a cidadania digital; e 8) o desenvolvimento profissional (Comissão Europeia, 2018). Tais competências são essenciais para que os sujeitos possam interagir de forma ativa, segura e democrática nas redes sociais e nas plataformas digitais.

A presença da desinformação e dos discursos de ódio nas redes sociais e nas plataformas digitais não apenas fragiliza o debate público, mas mina os fundamentos do pacto democrático. Como afirmam Ribeiro *et al.* (2019), “as plataformas digitais, ao priorizarem conteúdos altamente engajadores, favorecem a propagação de discursos polarizadores e extremistas, que corroem a confiança pública e intensificam a radicalização” (Ribeiro *et al.*, 2019, p. 2). Essa lógica algorítmica de estímulo ao



sensacionalismo e à indignação mobiliza afetos que frequentemente se manifestam em práticas de intolerância, preconceito e violência simbólica.

Diante desse panorama, a educação para a cidadania digital emerge como eixo estruturante de políticas públicas e práticas pedagógicas voltadas à formação de sujeitos autônomos e críticos. Para a Unesco (2021), “a alfabetização midiática e informacional é um direito humano fundamental, necessário para o exercício pleno da cidadania e para o enfrentamento das ameaças à democracia no século XXI” (Unesco, 2021, p. 5). Nesse sentido, o investimento em educação midiática, desde os anos iniciais da escolarização, é uma medida estratégica para a construção de sociedades mais justas, equitativas e resistentes ao autoritarismo digital.

A escola, os meios de comunicação, as plataformas digitais e o Estado possuem responsabilidades compartilhadas na promoção da literacia digital e das competências digitais. Cabe às instituições de ensino não apenas garantir o acesso à tecnologia, mas formar leitores críticos da informação e produtores conscientes de conteúdos digitais. Cabe às plataformas e às redes sociais garantirem ambientes digitais menos hostis e mais transparentes quanto às dinâmicas algorítmicas. E cabe ao Estado criar políticas públicas que protejam os direitos digitais dos cidadãos e incentivem práticas democráticas nas redes.

Em síntese, o combate aos discursos de ódio nas redes sociais e nas plataformas digitais não apresentará eficácia sem a articulação entre as políticas públicas, a regulação das plataformas e a formação crítica dos sujeitos. A literacia digital e o desenvolvimento de competências digitais são, portanto, pilares indispensáveis para a garantia da saúde do ecossistema comunicacional e da preservação da democracia em tempos de hiperconectividade.

Considerações finais

As redes sociais e as plataformas digitais são, hoje, um campo de disputa simbólica, política e ideológica. Se, por um lado, elas permitem a participação cidadã, a mobilização social e a pluralidade de vozes; por outro, podem ser instrumentalizadas para fins autoritários, discriminatórios e antidemocráticos. O combate à radicalização discursiva exige mais do que policiamento de conteúdos: requer a formação de cidadãos digitalmente competentes.



A formação digital crítica deve ser contínua, englobando a educação básica, superior e ações comunitárias e intergeracionais, especialmente em populações com menor acesso à informação qualificada. As CD, entendidas como a capacidade de acessar, avaliar, produzir e compartilhar informações de forma crítica e responsável, revelam-se fundamentais para o enfrentamento dos discursos de ódio, da desinformação e das “câmaras de eco” promovidas pelas redes sociais e pelas plataformas digitais. O desenvolvimento da literacia e das competências digitais opera como possibilidade de resistência à instrumentalização ideológica da tecnologia e como mecanismos de empoderamento social.

A perpetuação da democracia no ambiente das redes sociais e das plataformas digitais depende da formação de sujeitos que compreendam os impactos morais da promoção das informações e que saibam identificar discursos extremistas, se posicionando de forma ativa, ética e crítica nas esferas públicas.

Assim, o desenvolvimento da literacia e das CD se consolida como um dos eixos centrais da luta contra os discursos extremistas e da promoção de uma cultura democrática capaz de sustentar o pluralismo, a liberdade de expressão e os direitos humanos em tempos de hiperconectividade e disputas políticas intensificadas. A formação cidadã digital não se restringe ao domínio técnico das tecnologias, mas requer o desenvolvimento de capacidades críticas e reflexivas.

É fundamental, portanto, que políticas públicas incorporem a literacia digital e as competências digitais como dimensões transversais. Reafirma-se que o combate aos discursos extremistas não se dá apenas pelo controle ou pela censura dos conteúdos digitais, mas, sobretudo, pela formação de sujeitos capazes de interpretar, questionar e transformar a realidade em que vivem. Formar cidadãos capazes de compreender criticamente o ambiente digital, de resistir às manipulações e de agir eticamente é uma tarefa urgente das políticas públicas, dos sistemas educacionais e da sociedade civil, em geral.

A democracia, nesse contexto, exige vigilância, formação crítica e atuação consciente. A democracia precisa ser aprendida, vivida e defendida também nas redes sociais e nas plataformas digitais.



Referências bibliográficas

- ARENDT, H. **Eichmann in Jerusalem: a report on the banality of evil**. New York: Penguin Books, 2006.
- ARENDT, H. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- ARENDT, H. **Responsabilidade e julgamento**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- BUCKINGHAM, D. **Educação midiática: alfabetização para a era digital**. São Paulo: Loyola, 2010.
- BUCKINGHAM, D. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Revista Educação & Realidade**. Porto Alegre, v. 35, n. 3, 2010. p. 37-58. Disponível: <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/13077/10270>. Acesso em: 8 jun. 2025.
- ARPANEZ, J. O passo a passo do 1º caso de repercussão no Brasil em que notícias fraudulentas levaram a uma tragédia. **Uol Notícias**, 2018. Disponível em: <https://www.uol/noticias/especiais/das-fake-news-ao-linchamento-como-uma-mentira-levou-a-morte-de-uma-inocente.htm>. Acesso em: 8 jun. 2025.
- COMISSÃO EUROPEIA. **DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens**. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2018.
- CONTI, H. M.; ALVES, P. V. M. **Sociedade brasileira e cidadania**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A. 2019.
- ENCICLOPEDIA GARZANTI DI FILOSOFIA. **Cidadania**. Milano: Garzanti, 2008.
- EBEL, Ivana. **Céticos do clima são menos de 1% da comunidade científica, diz estudo**. DW Brasil, 2013. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/c%C3%A9ticos-do-clima-s%C3%A3o-menos-de-1-da-comunidade-cient%C3%ADfica-diz-estudo/a-16830445#:~:text=An%C3%Bancio-,C%C3%A9ticos%20do%20clima%20s%C3%A3o%20menos%20de,da%20comunidade%20cient%C3%ADfica%2C%20diz%20estudo&text=An%C3%A1lise%20de%20quase%201%20mil,ultrapassada%20e%20n%C3%A3o%20tem%20embasamento>. Acesso em: 29 jun. 2025.
- FERRARI, A. **Digital competence in practice: an analysis of Frameworks**. Sevilla: JRC IPTS, 2012.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- JONES-KAVALIER, B.; FLANNIGAN, S. Connecting the digital dots: literacy of the 21st century. **Educause Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 8-10, 2006.
- MORAIS, J.; KOLINSKY, R. Literacia científica: leitura e produção de textos científicos. **Educar em Revista**, Curitiba, Brasil, n. 62, p. 143-162, out./dez. 2016. (SciELO).
- OCDE. **Estudos sobre as competências para o mundo futuro**. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2012. Disponível em: <https://www.oecd.org>. Acesso em: 06 julho de 2025.
- ORF, Darren. Cientista que nega o aquecimento global era financiado por empresas de energia. **Gizmodo**, 24 fev. 2015. Disponível em: <https://goo.gl/JYwAfH>. Acesso em: 31 jan. 2019.

PHILLIPS, Whitney; MILNER, Ryan M. **You are here**: A field guide for navigating polarized speech, conspiracy theories, and our polluted media landscape. MIT Press, 2021.

PINTO, Joane Vilela; BOSCARIOLI, Clodis; CAPPELLI, Claudia. **Literacia digital: conceituação e *frameworks* no contexto de formação de professores**. Revista Brasileira de Ciência e Tecnologia, 2021. DOI: [10.3895/rbect.v14n1.8944](https://doi.org/10.3895/rbect.v14n1.8944)

RIBEIRO, Manoel Horta et al. **Auditing radicalization pathways on YouTube**. In: Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. Barcelona: ACM, 2020.

SILVA, Ketia Kellen Araújo da; BEHAR, Patrícia Alejandra. **Competências digitais na educação**: uma discussão acerca do conceito. Educação em Revista. 2019; 35:e209940 DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698209940>

UNESCO. **Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines**. Paris: UNESCO, 2021.



RELATO DE CASO / INOVAÇÃO**REFEIÇÕES NUTRITIVAS, CONGELADAS E SABOROSAS: UMA PROPOSTA DE SOLUÇÃO CORPORATIVA INOVADORA E SUSTENTÁVEL PARA O BEM-ESTAR DE COLABORADORES****Guilherme de Souza Barbieri¹³****Mario Oscar Steffen¹⁴****Resumo**

O presente trabalho apresenta a proposta de criação de programa para a oferta de refeições corporativas congeladas, nutritivas e saborosas por empresa do setor privado. O tema central envolve a inovação em alimentação saudável no ambiente de trabalho, alinhada a práticas de eficiência operacional e responsabilidade socioambiental. O objetivo principal é descrever o desenvolvimento de uma solução corporativa capaz de facilitar a rotina alimentar dos colaboradores, promovendo saúde, bem-estar e produtividade, ao mesmo tempo em que contribui para a sustentabilidade e para o fortalecimento da cultura organizacional das empresas-clientes. Para isso, o projeto se estrutura em torno de três pilares: qualidade nutricional, tecnologia de ultracongelamento e atendimento humanizado. Com essa abordagem, busca-se posicionar como solução estratégica no setor de alimentação corporativa, unindo tradição empresarial, inovação tecnológica e compromisso socioambiental para transformar a experiência alimentar no ambiente de trabalho e gerar valor sustentável para todos os envolvidos.

Palavras-chave: inovação; alimentação corporativa; sustentabilidade.

Abstract

This paper presents the proposal for creating a program to provide frozen, nutritious, and flavorful corporate meals by a private sector company. The central theme addresses innovation in healthy eating within the workplace, integrated with operational efficiency and socio-environmental responsibility practices. The main objective is to describe the development of a corporate solution capable of facilitating employees' eating routines, promoting health, well-being, and productivity, while also contributing to sustainability and strengthening client companies' organizational culture. The proposal is based on three pillars: nutritional quality, blast-freezing technology, and humanized service. This approach aims to position the service as a strategic solution in the corporate food sector, combining business tradition, technological innovation, and socio-environmental

¹³ Especialista em Administração, Finanças e Geração de Valor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e em Gestão, Cadeia de Suprimentos e Logística pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Graduado em Nutrição pela Universidade Paranaense.

¹⁴ Doutor em Administração pela Universitat Ramon Llull (Espanha), mestre e graduado na mesma área pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Professor da PUC-RS.



commitment to transform the workplace dining experience and generate sustainable value for all stakeholders.

Keywords: innovation; corporate meals; sustainability.

Introdução

O grupo Terceirize Mais atua no setor de serviço e *facilities* há 16 anos, com mais de 12 mil colaboradores. Sua presença abrange sete estados do Brasil, com 12 filiais e mais de 250 cidades atendidas. Fundadas pelos irmãos Israel, Rafael e Daniel Bogo, a trajetória desses advogados transmite modernidade, dinamismo e atualização. Esses pilares institucionais representam a essência da organização e podem ser visualizados de forma clara na Figura 1.

Figura 1 – Missão, Visão e Valores do Grupo Terceirize Mais



Fonte: Arquivos cedidos pelo grupo Terceirize Mais (2025).

A prestação de serviços de qualidade, no contexto da Terceirize Mais, é compreendida como uma atividade que vai além da execução operacional, envolvendo a oferta de soluções integradas, inovadoras que conectam eficiência, responsabilidade e agilidade. A atuação vai muito além da operação. Os cuidados com o ambiente e as pessoas representam o pilar essencial para a construção de uma experiência sólida com

soluções completas em *facilities*, limpeza urbana e predial, segurança, recepção, zeladoria e manutenção, garantindo ambientes organizados, seguros e acolhedores.

Além disso, o segmento de alimentação entrega diariamente refeições de qualidade para escolas e empresas. Esse serviço busca atender não apenas à demanda alimentar, mas também proporcionar experiências positivas e fortalecer relações de confiança com os clientes. No setor de alimentação, o foco está direcionado ao bem-estar dos estudantes e dos colaboradores nas escolas atendidas, por meio de cardápios balanceados e nutritivos.

A proposta envolve a compreensão de todas as demandas específicas de cada cliente, com o objetivo de oferecer estratégias personalizadas que otimizem sua operação, garantindo resultados consistentes e adaptados às suas necessidades.

Descrição do produto

As refeições congeladas disponíveis hoje no mercado apresentam variações significativas na qualidade nutricional e sensorial, sendo essencial o controle rigoroso durante o processo de congelamento para garantir a segurança e a aceitação do consumidor (Silva; Oliveira, 2005). Diante disso, a Terceirize Mais Foods se propõe a oferecer uma solução corporativa sustentável contendo um portfólio de refeições nutritivas, congeladas e saborosas, especialmente desenvolvidas para o consumo por colaboradores de empresas privadas, utilizando uma tecnologia atual, se destacando no segmento.

As refeições serão elaboradas em uma cozinha de inovação localizada em Cascavel, Oeste do Paraná, acompanhadas por uma equipe técnica de nutricionistas, respeitando os processos de recebimento de produtos, pré-preparo, preparo, congelamento e transporte.

O projeto da cozinha de inovação foi estruturado não só para transmitir conhecimento, mas também para estimular a criatividade na preparação de novas receitas e métodos, com a utilização de ingredientes mais naturais e até incomuns ou pouco utilizados na cozinha (Abrantes, 2022). Balanceadas nutricionalmente, as refeições preparadas respeitarão os critérios técnicos de qualidade alimentar e segurança sanitária, além de serem saudáveis, práticas para armazenamento, distribuição e consumo.



Vale destacar os principais atributos que tornam o produto e serviço relevantes, práticos e diferenciados para as empresas e seus colaboradores:

- a) Nutrição: com a composição nutritiva e balanceada de macronutrientes (proteínas, carboidratos, gorduras boas) e micronutrientes essenciais, com foco na promoção da saúde e bem-estar.
- b) Sabor: receitas saborosas, elaboradas por chefs e nutricionistas para garantir o prazer alimentar, com temperos naturais e processos que preservam textura e sabor.

Os resultados são muitos e permitiram o entendimento dos fatores que conduzem o processo inovativo dos *chefs* de cozinha, servindo como aporte gerencial para que se possam desenvolver ações que melhorem a competitividade das empresas do setor de alimentos e bebidas, por meio da geração de novas ideias e avanços tecnológicos (Santos, 2013). As principais características são:

- a) Congeladas: é empregada a tecnologia de ultracongelamento para manter a qualidade microbiológica, nutricional e sensorial dos alimentos, garantindo sabor e validade prolongada sem necessidade de conservantes artificiais. Segundo Fellows (2006, p. 245), “a ultracongelção é uma técnica que permite a formação de pequenos cristais de gelo, preservando melhor a estrutura celular dos alimentos”.
- b) Práticas: embalagens individuais, recicláveis e adequadas para aquecimento em micro-ondas e/ou fornos, proporcionando comodidade para o colaborador.
- c) Personalizadas: cardápios variados que podem ser adaptados conforme as necessidades nutricionais e preferências culturais de cada empresa-cliente.

Serão apresentadas, a seguir, as principais tecnologias que sustentam o nosso projeto, com foco em inovação, praticidade e bem-estar, se tornam os diferenciais competitivos a esta solução única e estratégica para as empresas e seus colaboradores. Cada etapa da operação, da concepção do cardápio à entrega final, segue um fluxo estruturado e validado, conforme ilustrado na Tabela 1.



Tabela 1 - Processo de Operacionalização das Refeições Congeladas

Etapa	Descrição	Responsável	Tecnologia/Normas Aplicadas
Desenvolvimento do cardápio	Elaboração de receitas balanceadas, nutritivas e saborosas, adaptadas ao perfil da empresa-cliente e às necessidades nutricionais dos colaboradores.	Nutricionistas e chefs	RDC 216/04 (Boas Práticas); Diretrizes de alimentação saudável
Produção	Preparo das refeições em cozinha industrial certificada, seguindo rigorosos padrões de higiene e segurança alimentar.	Equipe de produção e nutricionistas	BPF, POP, APPCC
Ultracongelamento	Processo rápido de congelamento que preserva a qualidade nutricional e sensorial dos alimentos, prolongando sua validade sem uso de conservantes artificiais.	Equipe técnica de produção	Ultracongeladores industriais; RDC 275/02
Embalagem	Acondicionamento em embalagens individuais, sustentáveis e adequadas para micro-ondas, com rótulos contendo informações nutricionais e orientações de preparo.	Equipe de embalagem e controle de qualidade	Rotulagem conforme RDC 429/20 e IN 75/20
Distribuição	Transporte das refeições congeladas em veículos refrigerados, assegurando a manutenção da cadeia de frio e a integridade dos produtos até o cliente.	Operadores logísticos	RDC 275/02; Boas práticas no transporte de alimentos

Armazenamento no cliente	Armazenamento das refeições pelos clientes em freezers apropriados, com orientações técnicas para garantir a qualidade até o consumo.	Cliente (responsável pelo almoxarifado/recepção)	Manual de boas práticas; Treinamento orientado
Consumo pelo colaborador	Aquecimento da refeição no micro-ondas e consumo prático e seguro no ambiente de trabalho, promovendo bem-estar, saúde e produtividade.	Colaborador da empresa-cliente	Orientações de uso e segurança no preparo
Gestão de qualidade e segurança	Monitoramento contínuo da qualidade do produto e segurança operacional, com feedback dos clientes e colaboradores para melhorias contínuas.	Equipe de qualidade e atendimento ao cliente	Sistema de rastreabilidade; NR-1 e PGR

Fonte: elaborador pelos autores (2025).

A seguir, apresentamos as definições apresentadas na Tabela 1:

- a) Ultracongelamento: processo que leva rapidamente a temperatura do alimento a 18°C negativos ou menos, preservando qualidade e segurança.
- b) Embalagens sustentáveis: utilização de materiais recicláveis ou biodegradáveis, promovendo responsabilidade ambiental, redução de desperdícios e pegada de carbono com processos logísticos otimizados.
- c) Sistema de rastreabilidade: plataforma digital para controle, desde desenvolvimento do cardápio até a logística, além de treinamento para correta armazenagem e aquecimento, garantindo segurança e transparência para o cliente.
- d) Padrões de segurança alimentar: aplicação rigorosa das Boas Práticas de Fabricação (MBPF) e Procedimentos Operacionais Padronizados (POP), em atendimento às normas regulamentadoras e legislação sanitária vigente.

e) Foco na saúde e bem-estar: Alinhamento com políticas de qualidade de vida corporativa, promovendo colaboradores mais saudáveis, motivados e produtivos.

Segmentação de clientes

No início do desenvolvimento da solução, uma das primeiras questões consideradas foi: pra quem, exatamente, está sendo criada essa proposta? Segundo Osterwalder e Pigneur (2010), é preciso entender quem são os nossos clientes, além de ser essencial para entregar algo que realmente faça sentido. Esta seção apresenta a identificação dos perfis que mais se conectam com a proposta das empresas que valorizam saúde, praticidade e cuidado com seus times.

O produto e serviço será destinado a empresas privadas que valorizam a saúde e o bem-estar de seus colaboradores, investindo em soluções inovadoras que aliam praticidade, eficiência e responsabilidade socioambiental, em consonância com políticas de ESG (Ambiental, Social e Governança).

As práticas ESG têm sido integradas por empresas como uma forma de promover a sustentabilidade corporativa, buscando o equilíbrio entre desempenho econômico com a responsabilidade ambiental e social (Neves, 2024).

A proposta irá atender às necessidades nutricionais dos colaboradores e aos interesses estratégicos das organizações, quando ao promover ambientes de trabalho mais saudáveis, acolhedores e produtivos, assim proporciona-a uma jornada alimentar prática, segura e prazerosa, que facilita a rotina e contribui para o bem-estar físico e emocional dos profissionais.

Além disso, reforça a satisfação e o engajamento das empresas, ao oferecer soluções alimentares que cuidam das pessoas e agregam valor ao dia a dia das equipes, fortalecendo uma cultura organizacional mais saudável e sustentável.

O consumo será direcionado aos colaboradores de todos os níveis hierárquicos, que atuam em ambientes corporativos, centros industriais ou operacionais, e que buscam conveniência sem abrir mão do sabor e da qualidade nutricional.

A contratação será realizada diretamente pelas empresas que desejam oferecer benefícios práticos e saudáveis aos seus colaboradores, principalmente àqueles que precisam conciliar a rotina intensa de trabalho com uma alimentação equilibrada.



Uma iniciativa que irá contribuir para melhorar indicadores de saúde organizacional, reduzir o absenteísmo e reforçar a imagem institucional de responsabilidade social e cuidado com as pessoas.

O serviço também é ideal para empresas de pequeno e médio porte, a partir de 30 colaboradores, que buscam uma relação próxima e direta, no espírito de “de dono para dono”, especialmente aquelas localizadas em regiões com oferta limitada de alimentação saudável ou com desafios logísticos que dificultem o fornecimento regular de refeições in natura.

Proposta de valor

A proposta de valor é o coração de qualquer modelo de negócio, conforme destacam Osterwalder e Pigneur (2010). É onde se encontra a razão pela qual o cliente escolhe uma empresa em vez de outra. Esta seção explora a forma como a solução proposta busca melhorar a vida das pessoas, oferecendo não apenas refeições, mas experiências de cuidado, praticidade e bem-estar no ambiente corporativo.

A proposta de valor deste produto e serviço está centrada em:

- a) Facilitar a rotina alimentar dos colaboradores,
- b) Fortalecer o compromisso das empresas com o bem-estar,
- c) Qualidade de vida no ambiente de trabalho.

Para os colaboradores, o valor percebido está na praticidade de ter à disposição refeições nutritivas, seguras e saborosas, que se adaptam à rotina intensa e ajudam a manter uma alimentação equilibrada mesmo em ambientes onde o acesso à comida saudável torna-se limitado. Além disso, o produto promove a sensação de cuidado e valorização, gerando maior satisfação, bem-estar e motivação no dia a dia.

De forma simples e prática, cada colaborador poderá acessar por meio de aplicativo exclusivo, no qual escolherá, com até sete dias de antecedência, as refeições que mais combinam com seu gosto e suas necessidades nutricionais. Dessa forma, assegura-se uma experiência personalizada, respeitando as preferências individuais e promovendo mais autonomia na alimentação diária.

Na empresa, em um espaço especialmente preparado para as refeições, a equipe treinada e capacitada para o atendimento cuidará de todo o processo: desde o



armazenamento correto das refeições, passando pelo descongelamento e aquecimento, até o atendimento final ao colaborador. Tudo pensado para que cada um possa viver uma experiência prática, confortável e, acima de tudo, saborosa nessa incrível jornada de bem-estar e saúde no ambiente de trabalho.

Para as empresas, a proposta de valor se manifesta na possibilidade de oferecer uma solução que agrega inovação, eficiência operacional e responsabilidade socioambiental ao seu pacote de benefícios.

Por meio dessa iniciativa, é possível atender a diversas necessidades estratégicas:

- a) Fomentar ambientes de trabalho mais saudáveis e produtivos, fortalecendo a cultura organizacional e demonstrando o cuidado genuíno com as pessoas.
- b) Reduzir custos indiretos com afastamentos por questões de saúde, absenteísmo e baixa produtividade;
- c) Reforçar o posicionamento institucional na aderência às melhores práticas sustentáveis e compromisso de ESG valorizando a imagem como empresa responsável.

Adicionalmente, o serviço oferece comodidade logística, por meio de um modelo que assegura a entrega regular e o armazenamento adequado das refeições, com uso de tecnologias modernas como o ultracongelamento, que preserva a qualidade e elimina a necessidade de conservantes artificiais.

Segundo Silva (2008, p. 47), “o congelamento é uma das formas mais eficazes de conservação de alimentos, sendo amplamente utilizado na indústria para prolongar a vida útil de refeições prontas, mantendo suas propriedades nutricionais e sensoriais”.

Em suma, o valor entregue está diretamente ligado à capacidade de resolver problemas como:

- a) A dificuldade de acesso a refeições saudáveis e seguras nos ambientes corporativos ou industriais, eliminando a necessidade de deslocamentos até residências ou restaurantes próximos. Dessa forma, além de garantir praticidade e bem-estar aos colaboradores, reduz-se significativamente o risco de acidentes no trajeto, contribuindo para manter a produtividade de forma mais eficiente e sustentável.



“O conceito de dietas sustentáveis vem sendo construído com o objetivo de agregar às preocupações nutricionais, culturais e econômicas, as questões ambientais que envolvem todo o sistema alimentar” (Silva *et al.*, 2020, p. 882).

b) A necessidade de praticidade e conveniência, sem abrir mão da qualidade e do sabor das refeições. Além disso, a equipe cuida da separação de todos os resíduos, orgânicos e recicláveis, garantindo assim um destino adequado e seguro. Desta forma, evita-se o acúmulo de resíduos nos refeitórios, minimizam-se desperdícios na produção e reforça-se o compromisso com a sustentabilidade e o bem-estar no ambiente corporativo.

c) Busca por soluções que promovam saúde, engajamento e bem-estar dentro das organizações, oferecendo diariamente refeições nutritivas, balanceadas e saborosas. A ingestão adequada fica garantida em seus macronutrientes e micronutrientes, essenciais para a saúde e a energia dos colaboradores, o que se reflete diretamente em mais foco, disposição e melhor performance no ambiente de trabalho.

A alimentação corporativa desempenha um papel crucial na promoção da saúde e bem-estar dos colaboradores, influenciando diretamente na produtividade e satisfação no ambiente de trabalho (Ferreira, 2019).

Este conjunto de benefícios transforma a alimentação corporativa em um instrumento estratégico, que vai além da simples oferta de refeições, gerando impacto positivo tanto na vida das pessoas quanto nos resultados das empresas.

Canais de comunicação e de distribuição

Não adianta ter uma ótima solução se ela não chega até quem precisa. Para que uma boa proposta de valor chegue até o cliente, é fundamental definir os canais certos. Por esse motivo, será detalhado como a comunicação será conduzida e como o serviço será entregue de forma eficiente e próxima. Osterwalder e Pigneur (2010) destacam que os canais são fundamentais para criar uma experiência fluida entre empresa e cliente, desta forma, cada etapa foi estruturada de maneira organizada e sistematizada.

Para que as empresas conheçam e confiem na proposta de valor, serão utilizados os canais de comunicação estratégicos e personalizados, alinhados ao perfil do público corporativo:



a) Mapeamento estratégico das empresas em formato de caracol, partindo da Cozinha de Inovação como ponto central. Esse formato permite priorizar as empresas localizadas em um raio geográfico mais próximo, otimizando a logística de distribuição, fortalecendo o relacionamento regional e garantindo agilidade no atendimento.

b) Visitas e apresentações comerciais presenciais e on-line, com degustações e explicações detalhadas sobre o funcionamento de todo o serviço;

c) Participação em eventos de RH, saúde corporativa, qualidade de vida e feiras de alimentação e sustentabilidade;

d) Campanhas em redes sociais profissionais (como *LinkedIn*), além de envio de e-mails marketing segmentados para empresas que valorizam o bem-estar e a performance dos seus times;

e) Produção de conteúdos digitais informativos e inspiradores, como vídeos de bastidores da produção, depoimentos de clientes e colaboradores, e materiais sobre alimentação saudável no ambiente de trabalho.

As empresas que demonstrarem interesse no produto e serviço poderão solicitar uma demonstração gratuita (piloto), com fornecimento de refeições durante um período curto a ser definido, para avaliação da aceitação dos colaboradores e validação da logística de armazenamento e consumo. Esse piloto incluirá:

a) Avaliação na forma de solicitar a refeição;

b) Avaliação da apresentação e sabor;

c) Avaliação na agilidade do atendimento;

d) Análise da logística interna da empresa;

e) Formulários de satisfação e feedbacks dos colaboradores e gestores.

Com a coleta destes dados, será possível realizar um ajuste fino na personalização da solução, aumentando a chance de sucesso na implementação definitiva.

A forma de contratação será direta com a empresa interessada, com apoio de nossa equipe comercial. A entrega será programada e personalizada, conforme o número de refeições e preferências alimentares dos colaboradores, todas em



embalagens individuais, seguras e sustentáveis, prontas para armazenamento em freezers da empresa-cliente, com logística refrigerada eficiente, respeitando todas as normas de cadeia fria.

Estratégias de relacionamento com o cliente

Relacionar-se com o cliente vai muito além do atendimento, consistindo na criação de laços duradouros e de confiança. O relacionamento é considerado a base fundamental para o sucesso, pois não basta apenas vender; é necessário cuidar, ouvir e acompanhar o cliente continuamente. Com base na visão de Osterwalder e Pigneur (2010), que reforçam a importância do vínculo com o cliente, descreve-se a seguir a estratégia para construir uma relação genuína, baseada na escuta ativa e evolução contínua.

Manter uma conexão próxima, humana e proativa com os clientes será um dos pilares da proposta de valor. A experiência do cliente vai muito além da entrega do produto, sendo construída em cada interação, atendimento, feedback acolhido e melhoria percebida. Por esse motivo, será investido em uma jornada de relacionamento contínua, empática e pautada com alto nível de excelência.

O compromisso não se encerra com a entrega, sendo estabelecido um canal direto e humanizado de suporte ao cliente, por meio de uma equipe de atendimento dedicada no local e também disponível por *WhatsApp*, e-mail ou telefone para resolver dúvidas, registrar *feedbacks* e acompanhar melhorias diárias, por meio do Portal on-line com painel de gestão, pelo qual o RH poderá acompanhar as solicitações e o consumo, as preferências e indicadores de satisfação dos colaboradores e abertura de chamados técnicos para resolução de eventuais problemas logísticos ou operacionais.

Para complementar essa jornada do cliente, pesquisas de satisfação periódicas com os usuários para promover ajustes e melhorias contínuas e apresentações de relatórios de desempenho trimestrais com dados sobre adesão, aceitação, redução de desperdício, entre outros indicadores.

Com o objetivo de garantir uma experiência consistente e encantadora, foi estruturada uma jornada do cliente composta por etapas bem definidas. Dessa forma, assegura-se não apenas a entrega de um produto de qualidade, mas também uma



experiência contínua de cuidado, parceria e valorização dos colaboradores. São elencados a seguir os seis pilares da jornada do cliente:

1) Atendimento humanizado e canais abertos: toda a equipe de atendimento será treinada com foco em escuta ativa, resolução ágil de problemas e cuidado com a experiência do cliente.

2) Plataforma digital de acompanhamento e *feedbacks*: essa plataforma também será um canal de cocriação, permitindo que os clientes participem ativamente na evolução do portfólio de refeições e serviços.

3) Encontros periódicos e visitas presenciais: serão realizados encontros (presenciais ou online) com os tomadores de decisão das empresas contratantes para avaliação de desempenho, apresentação de indicadores nutricionais, operacionais e de satisfação, além de abertura para sugestões e alinhamento estratégico.

4) Programas de engajamento e encantamento dos colaboradores: será implementado campanhas internas nas empresas-clientes, como “Semana do Sabor e Bem-Estar”, com degustações especiais, gamificação entre os colaboradores (como desafios saudáveis com brindes) e eventos que reforcem o vínculo emocional com a marca.

5) Estratégias de fidelização e encantamento corporativo: contratos com vantagens para renovação antecipada e personalização dos cardápios conforme eventos sazonais ou datas comemorativas da empresa, apresentação de Relatórios de impacto social e nutricional que auxiliem a empresa no cumprimento de políticas de ESG e bem-estar, além de ações de valorização como “Cliente em Destaque” para reforçar o reconhecimento da parceria.

6) Pós-venda ativa e relacionamento contínuo: após a contratação, o cliente será acompanhado por um gestor (Nutricionista) de relacionamento dedicado, que atuará como ponto focal para garantir consistência na entrega, resolver possíveis fricções e antecipar necessidades. A missão será transformar cada empresa contratante em promotora espontânea da marca. "A comunicação é fator imprescindível para o estabelecimento da humanização, assim como as condições técnicas e materiais" (Silva; Souza, 2005, p. 150).



Fontes de receita e precificação

Toda proposta de valor precisa ser economicamente viável. Nesta seção trago as fontes de receitas, algo fundamental para qualquer negócio se manter de pé. Mais do que números, é sobre construir uma proposta justa, que reflita o valor percebido por quem contrata. Como mostram Osterwalder e Pigneur (2010), o modelo de receita deve estar totalmente conectado com o valor que será entregue.

A principal fonte de receita virá da prestação do serviço especializado de alimentação saudável por meio de refeições nutritivas, congeladas e saborosas para o corporativo.

Um modelo de negócios baseado na venda recorrente, firmadas por contratos, (B2B), no qual a empresa contratante é quem arca com os custos das refeições oferecidas aos seus colaboradores, como forma de benefício institucional ou incentivo à saúde e produtividade.

A precificação levará em consideração o custo de insumos a depender do escopo de serviço contratado (opções de cardápio, frequência e número de refeições) investimentos em equipamentos e utensílios para o cliente local das refeições, logística, a tecnologia embarcada (aplicativos, plataforma de gestão e analytics), além da mão de obra dedicada e atendimento personalizado nas empresas.

“A gestão de pessoas em unidades produtoras de refeições comerciais é fundamental para garantir a segurança alimentar e a qualidade dos serviços prestados” (Silva; Oliveira, 2011, p. 123).

Além disso, será utilizada uma metodologia de formação de preços baseada em valor percebido pelo cliente, ou seja, considerando os impactos positivos que o serviço gera:

- Melhoria na produtividade e foco dos colaboradores;
- Redução de acidentes de trajeto e pausas prolongadas;
- Imagem fortalecida da marca empregadora;
- Menor rotatividade e maior engajamento.

A proposta comercial contempla diferentes formatos de receita pensados especialmente para atender à dinâmica das empresas e às rotinas dos colaboradores.



A assinatura mensal por colaborador, em que a empresa poderá contratar um plano fixo com base em pacotes pré-definidos, como por exemplo, 1 refeição por dia útil, no pacote básico. Isso garante previsibilidade financeira e uma rotina alimentar estruturada para os colaboradores.

A cobrança será por consumo efetivo por demanda, em que o colaborador agendará suas refeições diretamente no aplicativo, com painel de controle em tempo real e a criação de um programa de fidelidade e incentivo ao planejamento.

Para incentivar o planejamento alimentar e evitar desperdícios, será oferecido um programa de descontos progressivos em casos em que o consumo real atinja ou supere 95% do planejado no mês. Isso reforça o compromisso com a sustentabilidade e o uso consciente dos recursos.

Outras abordagens serão os planos personalizados, com pacotes fechados para eventos internos, campanhas de saúde, ou integração de novos colaboradores e / ou visitantes.

Recursos e capacidades necessárias

Nenhum modelo de negócio se sustenta sem os recursos certos. Para Osterwalder e Pigneur (2010), os recursos-chave são os ativos mais importantes que uma empresa precisa ter para que o modelo funcione e identificar esses elementos é essencial para garantir consistência e qualidade na entrega. Nesta seção, serão destacados os recursos físicos, humanos, tecnológicos e financeiros que viabilizam a entrega da proposta de forma segura, encantadora e consistente.

Para garantir essa entrega com excelência, é fundamental contar com uma combinação equilibrada desses recursos aliada a competências específicas e processos bem definidos:

Recursos físicos

Criação de uma cozinha de inovação e produção central equipada com tecnologia para preparo, ultracongelamento e embalagem das refeições além de equipamentos de transporte e logística térmica (câmaras frias, caixas térmicas, veículos refrigerados ou terceirizados com controle de temperatura), espaços físicos nas empresas contratantes (como refeitórios ou estações de apoio para aquecimento e serviço das refeições) e



equipamentos de apoio: freezers, micro-ondas, estações térmicas e utensílios operacionais.

As refeições coletivas congeladas requerem técnicas adequadas de conservação para manter a qualidade nutricional e sensorial, sendo o congelamento uma das mais utilizadas na indústria alimentícia (Silva, 2008).

O funcionamento de operação seguirá o seguinte passo a passo e cada etapa foi pensada para garantir a segurança, qualidade e encantamento do colaborador, sendo:

1. Produção: As refeições serão preparadas em cozinha industrial certificada, sob supervisão de nutricionistas e especialistas em segurança alimentar.

2. Congelamento: Após preparo, as refeições passam pelo ultracongelamento, garantindo qualidade e vida útil estendida.

3. Distribuição: As refeições serão transportadas em veículos refrigerados, respeitando a cadeia de frio.

4. Armazenamento: No cliente, as refeições poderão ser mantidas em freezers apropriados e, quando necessário, aquecidas no micro-ondas.

5. Consumo: O colaborador consome a refeição de maneira prática e segura, em seu ambiente de trabalho, com orientações claras sobre o modo de preparo.

Recursos humanos

A Equipe de nutrição e P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) é responsável pelo desenvolvimento dos cardápios e validação nutricional. A equipe de produção e logística estará treinada para garantir a qualidade, segurança e pontualidade na entrega das refeições, assegurando que tudo chegue com pontualidade e integridade ao destino final. O time de atendimento e relacionamento com o cliente ficará responsável por garantir o suporte às empresas e colaboradores, dando a atenção às demandas e rápida resolução de eventuais dúvidas ou ajustes.

Por fim, a equipe comercial e de marketing é encarregada pela atração, retenção e encantamento dos clientes, trabalhando para que cada empresa conheça o valor real da nossa proposta e siga conosco construindo um ambiente mais saudável e produtivo.



Recursos financeiros

A construção de um negócio sólido e sustentável começa pelo reconhecimento da importância de um capital inicial bem planejado. Investir em estrutura produtiva, tecnologia, pessoas e marketing não é apenas uma etapa operacional — é um compromisso com a excelência desde o início.

Além disso, manter um fluxo de caixa saudável é essencial para dar suporte aos ciclos naturais da operação, garantir previsibilidade e viabilizar a expansão com segurança. Para isso, contar com linhas de crédito bem estruturadas e garantias adequadas é estratégico: abre portas para melhores negociações com fornecedores, proporciona mais flexibilidade nas relações comerciais e fortalece a confiança junto aos clientes.

Recursos intelectuais e tecnológicos

A expertise da equipe interna de tecnologia e inovação é empregada no desenvolvimento um aplicativo próprio, pensado nos detalhes para facilitar a vida do usuário. Nele, o colaborador pode agendar suas refeições de forma simples e prática, acompanhar seu consumo e se comunicar diretamente com nosso time, tudo em uma única plataforma, amigável e personalizada.

Nos bastidores, a operação é impulsionada por um robusto sistema de gestão integrada (ERP), que garante a rastreabilidade completa dos alimentos, o controle inteligente de estoque, a organização da produção e a logística precisa das entregas, tendo como foco a eficiência e segurança alimentar.

Serão realizados investimentos contínuos no fortalecimento da marca registrada e da identidade visual, como forma de reforçar o posicionamento e a percepção junto ao público-alvo.

Por fim, O grupo Terceirize Mais incorpora em sua essência metodologias e know-how validados em alimentação saudável, práticas sustentáveis e excelência no atendimento, posicionando a experiência do usuário no centro de cada decisão. Alimentar representa mais do que servir uma refeição: é cuidar, conectar e transformar.



Capacidades-chave (*know-how* e processos)

Com o olhar atento e dedicado de toda equipe de nutricionistas altamente qualificada, os cardápios são desenvolvidos de modo inteligente, equilibrados e saborosos, sempre alinhados às diretrizes nutricionais atuais e às preferências reais dos colaboradores. Tudo isso com o toque especial e criativo da assinatura de um chef, que transforma cada refeição em uma experiência prazerosa e nutritiva.

Os processos logísticos são cuidadosamente otimizados, garantindo agilidade, segurança alimentar e compromisso com a sustentabilidade em cada etapa — da produção à entrega.

Além disso, um dos nossos grandes diferenciais será a capacidade de personalização e adaptação, respeitando a cultura, o ritmo e as particularidades de cada empresa. A busca em entregar mais do que apenas refeições será a marca principal com foco em encantar, fidelizar e cuidar, por meio de um modelo de atendimento humanizado, que coloca no centro de tudo a experiência e o bem-estar das pessoas.

Atividades-chave realizadas pela empresa

Toda entrega de valor depende de ações bem feitas no dia a dia. Nesta seção, serão apresentadas as atividades responsáveis por sustentar o funcionamento do modelo de negócio proposto, iniciando pelo preparo das refeições até o atendimento e jornada ao cliente, com cuidado em cada detalhe. Osterwalder e Pigneur (2010) reforçam que essas atividades são ações essenciais que movem o negócio, e é com esse foco que os processos são construídos.

As principais atividades da empresa estão estruturadas para garantir excelência em toda a jornada do serviço oferecido.

Tudo começa com o desenvolvimento dos cardápios, elaborado por uma equipe de nutricionistas e especialistas em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D). Esses cardápios são validados nutricionalmente, com foco em saúde, sabor e adequação às preferências dos colaboradores.

A produção das refeições é centralizada, o que assegura padrão de qualidade, segurança alimentar e processos eficientes. Cada etapa é cuidadosamente planejada para manter o frescor e a integridade dos alimentos.



Na sequência, entra em ação a logística dedicada, que cuida do armazenamento, transporte e entrega pontual às empresas, com total rastreabilidade e controle de temperatura, garantindo confiabilidade e agilidade.

Para facilitar o dia a dia do usuário, a empresa desenvolveu um aplicativo personalizado, que permite o agendamento das refeições, controle de consumo e uma linha direta de comunicação com o consumidor.

O relacionamento com os clientes é uma prioridade. Um time dedicado oferece suporte ativo às empresas contratantes e aos seus colaboradores, garantindo uma experiência acolhedora, eficiente e resolutive.

Por fim, a empresa atua fortemente na gestão de marca, marketing e área comercial, com estratégias voltadas à atração de novos clientes, fidelização dos atuais e fortalecimento do posicionamento no mercado como uma solução inovadora, saudável e sustentável.

Rede de parceiros estratégicos

Nenhuma empresa cresce ou inova sozinha. Osterwalder e Pigneur (2010) reconhecem que parcerias estratégicas são fundamentais para ampliar capacidades, otimizar recursos e reduzir riscos, sendo pilares que ampliam a força do modelo do negócio. Nesta seção, são apresentados os parceiros estratégicos que contribuem para a realização das atividades com maior qualidade, eficiência e de forma sustentável, promovendo conexão entre talentos, insumos e soluções.

Como garantia na entrega da nossa proposta de valor com excelência, os parceiros estratégicos e fornecedores são essenciais ao funcionamento deste modelo de negócio. As alianças com estes stakeholders são fundamentais para a operação eficiente, inovação contínua e expansão sustentável da empresa.

Entre as principais parcerias, destacam-se:

- Fornecedores de alimentos e insumos certificados: a empresa trabalha com produtores e distribuidores homologados, de preferência locais e agricultores familiares, que garantem matéria-prima de alta qualidade, rastreabilidade e conformidade com normas sanitárias. Estes parceiros são estratégicos para a padronização e segurança alimentar das refeições.



- Parceiros logísticos e de transporte especializado: os veículos são refrigerados e com sistemas de monitoramento de temperatura, operados por equipes capacitadas ou empresas parceiras com SLA (Acordos de Nível de Serviço) bem definidos. O nível de integração é alto, com processos sincronizados à nossa operação.

- Empresas de facilities e gestão de espaços corporativos: as parcerias serão firmadas para operar pontos de atendimento dentro das empresas contratantes, com acordos que envolvem uso compartilhado de espaço, energia e infraestrutura.

- Consultorias em branding e marketing estratégico: parceiros de confiança que apoiam na construção, gestão e expansão da nossa marca, garantindo coerência entre nossa proposta de valor e a percepção do mercado.

- Instituições financeiras e de fomento: parcerias com bancos e fintechs nos permitem acesso a linhas de crédito, capital de giro e garantias estratégicas para expansão, negociação com fornecedores e desenvolvimento de novos serviços.

- Redes de inovação e nutrição: a empresa participa de redes colaborativas com universidades, centros de pesquisa e *startups* de *foodtech*, promovendo cocriação de soluções, validação científica de nossos serviços e atualização constante.

Estrutura de custos da empresa

Ao final, toda estrutura precisa ser sustentável também do ponto de vista financeiro. Para Osterwalder e Pigneur (2010), compreender a estrutura de custos é essencial para garantir que o modelo de negócio seja viável e escalável. Nesta seção foi mapeado os principais custos envolvidos em nossa operação, com transparência e visão estratégica, mantendo o equilíbrio entre excelência e rentabilidade.

A entrega de valor ao cliente envolve uma estrutura de custos cuidadosamente planejada, que considera tanto os investimentos iniciais quanto os custos operacionais recorrentes. A seguir, são detalhados os principais elementos:

Investimentos Iniciais (Capex): esses recursos são fundamentais para iniciar a operação e garantir a qualidade desde o primeiro atendimento.

Infraestrutura produtiva (cozinha central, áreas de armazenamento, equipamentos industriais): custo fixo alto no início.

Aquisição de veículos refrigerados ou adaptação de frota terceirizada, via locação: pode ser via compra ou leasing.



Desenvolvimento do aplicativo e sistema de gestão (ERP): investimento inicial em horas da equipe de tecnologia, com atualizações contínuas.

Identidade visual e materiais de comunicação: incluindo site, marca, layout dos pontos de atendimento e kits promocionais.

Consultorias e registros legais: para normatização, segurança alimentar, patentes e estruturação do negócio.

Esses investimentos devem estar disponíveis antes do início das operações comerciais, geralmente em uma janela de 4 a 8 meses.

Custos Operacionais Recorrentes (Opex): podem ser divididos em fixos e variáveis. Sendo os fixos aqueles custos independentes do volume de produção, como folha de pagamento da equipe interna (nutricionistas, P&D, produção, logística, atendimento, marketing e comercial), aluguel e manutenção da estrutura física e rateio de backoffice. Já os custos variáveis são aqueles relacionados à demanda e número de refeições, sendo a compra de alimentos e insumos que variam conforme o volume de produção, as embalagens e itens de consumo, os custos logísticos por entrega (combustível, pedágios, manutenção proporcional), as comissões de vendas ou bonificações por performance e ações promocionais e campanhas específicas (lançamentos, adesão de novos clientes).

Para manter um fluxo de caixa saudável e sustentável, é fundamental que parte dos recursos operacionais esteja garantida para os primeiros 8 a 12 meses, especialmente para cobrir sazonalidades, adesões iniciais em escala e o tempo de maturação dos contratos com empresas-clientes.

Considerações finais

O projeto da Terceirize Mais Foods representa uma convergência estratégica entre inovação, qualidade nutricional, eficiência operacional e responsabilidade socioambiental. Ao unir tecnologia de ultracongelamento, cardápios personalizados e uma jornada de atendimento humanizado, a solução proposta vai além da simples oferta de refeições, posicionando-se como um instrumento corporativo para promoção da saúde, bem-estar e produtividade. Esse alinhamento com práticas ESG e com a



valorização das pessoas fortalece a competitividade das empresas e cria vínculos sólidos com colaboradores e clientes.

A proposta diferencia-se por oferecer não apenas um produto de alta qualidade, mas também uma experiência completa, pautada pela personalização, conveniência e cuidado em cada detalhe - do desenvolvimento do cardápio à entrega final. O uso de embalagens sustentáveis, o monitoramento rigoroso da cadeia de frio e a gestão integrada via plataforma digital demonstram o compromisso com a excelência, a transparência e a sustentabilidade, agregando valor tanto para o cliente corporativo quanto para o usuário final.

Referências bibliográficas

ABRANTES, G.; JUCÁ, J.; GORSKI, O. (Orgs.). **Cozinha de inovação: pesquisa e inovação na cozinha do Senac RJ**. 1. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2022.

FELLOWS, P. J. **Tecnologia de alimentos: princípios e aplicações**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FERREIRA, L. M. A importância da alimentação corporativa na saúde dos trabalhadores. **Revista Brasileira de Nutrição Funcional**, v. 12, n. 3, p. 45-50, 2019.

NEVES, G. C. **Tópicos emergentes sobre ESG e sua importância para a competitividade empresarial**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2024. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/8763/1/TCC2%20GABRIELA%20C%20NEVES.VFINAL.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2025.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: Inovação em modelos de negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

SANTOS, A. S.; SANTOS, C. M. S.; SILVA, J. C. Análise de conteúdo dos fatores que levam à inovação no setor de alimentos e bebidas. **Turismo: Visão e Ação**, v. 15, n. 3, p. 501-522, 2013.

SILVA, C. A. **Congelamento de alimentos: aspectos técnicos e práticos**. São Paulo: Varela, 2008.

SILVA, M. A.; OLIVEIRA, J. P. Avaliação da qualidade de refeições congeladas comerciais. **Revista Brasileira de Ciência dos Alimentos**, v. 25, n. 3, p. 450-456, 2005.

SILVA, M. A.; SOUZA, J. P. A humanização na assistência à saúde. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, v. 13, n. 5, p. 147-153, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rlae/a/dvLXxtBqr9dNQziN8HWR3cg/>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SILVA, M. G. *et al.* Dietas saudáveis e sustentáveis no âmbito do sistema alimentar no Brasil. **Saúde em Debate**, v. 44, n. 126, p. 881-894, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/sdeb/2020.v44n126/881-894/>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SILVA, R. A.; OLIVEIRA, M. C. Gestão de pessoas em unidades produtoras de refeições comerciais. **Revista de Nutrição**, v. 24, n. 1, p. 117-125, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rn/a/WFgLKctdMXXyHxKwQkg7TbK/>. Acesso em: 6 jun. 2025.



RESENHA

**CONSUMO DE INFORMAÇÃO E DE ALIMENTOS PARA ALÉM DO GOSTO DO
ALGORITMO: DISCUSSÕES QUE IMPACTAM NA CONSTRUÇÃO DO QUE SE ENTENDE
POR COZINHA-CULTURA BRASILEIRA**

Jane Mary Guimarães Lutti¹⁵

Resumo

A partir da leitura do livro “Diálogos Comestíveis”, de Érica Araiun (2022), o espetáculo midiático de duas décadas de análise (1999-2019) sobre o modo de se consumir e digerir informação sobre o alimento, culinária, gastronomia e “cozinha-cultura-identidade” no Brasil é descortinado, com reflexões que colocam em perspectiva o papel responsável de jornalistas, pesquisadores, cozinheiros e consumidores na propagação do que se entende por conceitos que moldam a sociedade contemporânea e seus impactos nos hábitos à mesa. O seminário FRU.TO - Diálogos do Alimento, em sua primeira edição de 2018, foi o objeto rico do estudo que deu vida ao livro de Araiun, uma vez que apresentou, em uma série de debates, toda complexidade sobre a cadeia de alimentos e a importância de se “rastrear o comestível”, incluindo a relevância da informação gerada e disseminada sobre o assunto. Entender como o gosto e a ideia de identidade gastronômica brasileira foram previamente moldados a partir do recorte de tempo histórico-social do país, somados ao advento das redes sociais e aos novos modos de produzir, propagar e consumir informação, é o objetivo deste texto para que o leitor possa formar suas próprias elucubrações acerca do assunto.

Palavras-chave: gastronomia; informação; identidade.

Abstract

From reading the book "Diálogos Comestíveis", by Érica Araiun (2022), the media spectacle of two decades of analysis (1999-2019) on the way of consuming and digesting information about food, cooking, gastronomy, and "cuisine-culture-identity" in Brazil is unveiled with reflections that put into perspective the responsible role of journalists, researchers, cooks, and consumers in propagating what is understood as concepts that shape contemporary society and their impacts on habits at the table. The seminar FRU.TO - Diálogos do Alimento, in its first edition in 2018, was the rich object of the study that gave life to Araiun's book - as it presented, in a series of debates, all the complexity about the food chain and the importance of "tracking the edible", including the relevance of the information generated and disseminated. Understanding how taste and the idea of Brazilian gastronomic identity were previously shaped based on the country's historical-social time frame, combined with the advent of social networks and new ways of producing and propagating information is the objective of this text so that the reader can form their thoughts on the subject.

Key-words: Gastronomy; information; identity.

¹⁵ Jornalista e mercadóloga pela Universidade Paulista (Unip), especialista em Cozinha Brasileira pela Faculdade Metropolitana. Fundadora do GastoLitê, Table.MKT.



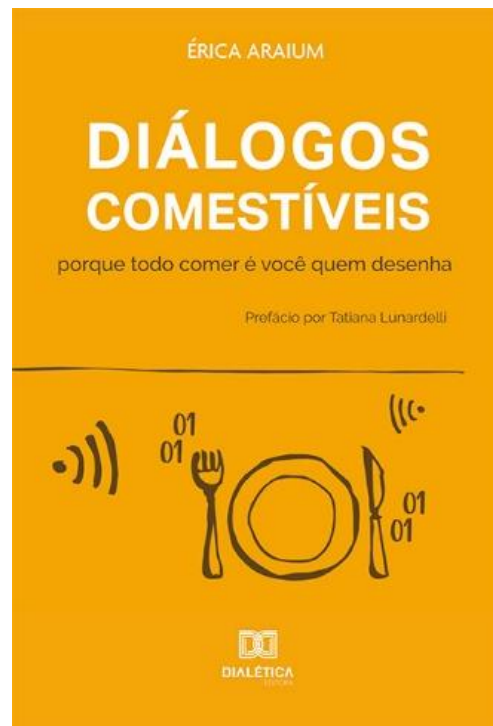
Introdução

Propor um raciocínio linear sobre como os gostos, as ideias e o senso de cultura foram construídos e como impactaram nas discussões sobre o modo de estruturação das informações acerca do alimento, culinária, gastronomia e “cozinha-cultura-identidade” no Brasil é uma tarefa bastante complexa, em especial quando se escolhe um recorte de tempo com tamanhas transformações midiáticas. A maneira de consumir, manusear, construir e espalhar a informação mudou de forma vertiginosamente acelerada nos últimos anos e o que já era tarefa

hercúlea sobre o mapeamento da cultura alimentar brasileira - dada a cacofonia de saberes e a vasta área de cobertura - tornou ainda mais latente a necessidade de debruçar-se sobre como o consumidor, leitor ou comensal são nutridos - por tudo aquilo que lhes é ofertado como cultura e como comida.

“Considerando que os produtos podem ser alterados conforme a necessidade (cultura do comensal, território do comensal e do próprio produto, tempo disponível para a receita etc), a comida tem o dom da retórica: adapta o discurso ao argumento” (Araium, 2022, p. 140). Assim, as metáforas empregadas para o consumir - seja informação, seja comida, seja informação sobre comida - abarcam a feitura dos discursos midiáticos que são consumidos com cada vez menos seletividade pela massa. Daí a necessidade de se discutir e frear abusos de construção de narrativas que visam a espetacularização da cultura alimentar e comensalidade - tais quais carboidratos vazios de informação - e aumentar os repertórios da linguagem cultural, melhorando a qualidade de informação disponível sobre o alimento e tudo acerca deste.

Desde 1999, nunca se falou tanto em gastronomia no Brasil. Não com a propriedade multidisciplinar que merece este prato cheio de jornalismo cultural. Pela força do hábito, pode-se determinar a organoléptica do amanhã. Falar em Gastronomia pressupõe legislar pelo estômago, tal postularia o pai da gastronomia Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826), cuja obra mais renomada, “Fisiologia do Gosto” (1825), que eleva a comida à categoria cultura, ecoa e conversa com a



teoria sobre o “gosto” de Pierre Bourdieu (1930-2002). Para esse último, “as diferentes classes sociais se distinguem menos pelo grau que reconhecem a cultura legítima do que pelo grau em que elas a conhecem” (BORDIEU, 1983, p. 94). Há, portanto, um sentido de luxo, de pertencimento à exclusividade, de sucesso e acesso privilegiado, de abastamento no ato de consumir algo “diferenciado” / “top” - duas expressões que já estão desgastadas já ao final de década de 2010 por serem muito *like and share* nas redes sociais. Mas traduzem o mote. (Araium, 2022, p. 19-20)

Eis aqui o paralelismo entre informação e alimento, produção e consumo, em que a responsabilidade e o aprofundamento na apuração eclodem necessários para não se pasteurizar o jornalismo e a cadeia produtiva do conteúdo. Afinal, das informações de qualidade bem apuradas oferecidas ao público de forma nutritiva se derivariam as centenas de variações de conteúdo e seus gatilhos de linguagens para alimentar uma plateia numerosa, ávida a consumir tais conteúdos por diferentes plataformas. Necessário estabelecer a integridade e a pesquisa de quem produz (informação e alimento), a fim de que o consumidor (de informação e de alimento) não seja objeto de manipulação em suas escolhas. Conforme aponta Araium, “o perigo consumista, que tem relação com a noção de estilo de vida”, baseia-se no fato desse consumidor achar que está livremente fazendo suas escolhas, uma vez que, na verdade, está sendo “atualizado” a todo momento sobre novos caminhos de compra, e induzido a olhar novamente para produtos, serviços e conceitos requalificados conforme a necessidade, a ética e a demanda do mercado e o contexto histórico-social. “Sobretudo no ambiente digital, onde a experiência do usuário dita os rumos, por exemplo, da construção de novos (e tão caros ao *Google*) micromomentos; ou estabelece relações causais entre segundos de atenção e conversão de vendas” (Araium, 2022). Para o conteúdo, exatamente o mesmo caminho se aplica, uma vez que o tempo de tela numa única publicação no campo digital irá mapear o “gosto” pela estética, pela palavra e outros pontos, que darão base ao *marketing* para o que a autora chamará de “terceirização do gosto ou sua premeditação”, para que o consumo ocorra no momento oportuno devidamente gatilhado.

O impacto das informações a serem geradas para disseminar um “gosto”, que culminará no ato de consumir e posteriormente opinar sobre e retroalimentar esse sistema de construção de conceitos, hoje pode ser observado muito mais rapidamente, à medida que vemos os modismos - sejam eles conceitos, produtos e modos de vida -

serem levantados, testados, derrubados e substituídos no vertiginoso movimento comportamental do consumidor que se engaja cada vez nesse ciclo cognitivo idiossincrático. Nesse movimento, qualquer conceito - a gastronomia brasileira, por exemplo - poderia ter sua construção e disseminação bastante nutridas por interesses convenientes ao momento e muito ligada à voz da vez na conjuntura de saberes e oportunidades.

A narrativa transmídia do Fru.to 2018 é tomada como ilustração certa no livro de Araiun nesse ponto: sendo objeto de estudo não só pelo seu conteúdo, mas por toda a descrição de estrutura de ações e o esforço comunicacional, as ações on-line e off-line e os empregos de diversos tipos de mídia de forma estratégica para potencializar a narrativa da marca foram espalhadas por múltiplas plataformas de mídia, “com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (conceito de transmídia cf. Henry Jenkins, 2006). Nessa potente capilarização da informação, entende-se uma corrente de conteúdo característica da era do hiperconsumo, apoiada pela convergência dos meios de comunicação, da cooperação entre mercados midiáticos e a cultura participativa dos consumidores.

A análise do fluxo intenso de informações, *press-releases*, entrevistas, coberturas e todo tipo de notícia relativo ao Fru.to 2018 foi materializada na Parte III, de “Diálogos Comestíveis”, intitulada “O texto jornalístico gastronômico”, e há um mapeamento extenso de verbetes, palavras-chaves e até comportamentos jornalísticos do momento, em volta do acontecimento discursivo a partir da expressão “diálogos do alimento”. O Fru.to tornou-se um acontecimento jornalístico e diferentes gestos de interpretação foram derivados a partir dali. Nesse ponto de análise, fica bastante claro que, com tamanha exposição midiática e pulverização transmídia, “à medida em que o evento Fru.to 2018 ocorre, e mesmo depois que ele termina, os sentidos sobre ele são atualizados/comentados em tempo real”. Tudo isso enquanto vão sendo acessados pelas multiplataformas disponíveis, sejam em canais oficiais ou desdobramentos de narrativas pessoais dos leitores-comensais interessados. Araiun aqui busca um acontecimento discursivo para além do conteúdo oficial distribuído e fortalecido pela memória metálica.

Para Orlandi (2006), conforme Dias em “Enciclopédia Discursiva da Cidade”, “a memória metálica é aquela produzida por um construto técnico (televisão, computador etc). Sua particularidade é horizontal (...)”



não havendo assim estratificação em seu processo, mas distribuição em série, na forma de adição, acúmulo: o que foi dito aqui e ali e mais além vai-se juntando como se formasse uma rede de filiação e não apenas uma soma. Quantidade e não historicidade. A memória metálica produz, pois, um feito de filiação”. **O que se procura é o que se repete nos textos sobre o Fru.to em relação à gastronomia, ainda que por filiação, até que fique diferente (pelo interdiscurso da gastronomia sustentável) e se inscreva na história (como acontecimento discursivo).** (Araium, 2022, p. 184, grifos no original)

Gastronomia (à) brasileira

As reflexões acerca da gastronomia brasileira na obra de Araium dimensionam a complexidade do conceito que se mantém em constante processo de descoberta e transformações. Em sua estrutura editorial, em particular a Parte II, sobre o discurso gastronômico, que discorre sobre a gastronomia à brasileira, traz à baila autores como Gilberto Freire, Luís da Câmara Cascudo, Carlos Alberto Dória e Ricardo Frota de Albuquerque Maranhão. Trata-se de abordagem essencial para se começar a entender a formação do que se apela por culinária brasileira, uma vez que tais autores exploraram profundamente o tema.

A partir desse mapeamento discursivo sobre gostos, técnicas, tempos, saberes, lugares e outros argumentos desses e outras dezenas de autores citados, chega-se ao entendimento de um comer cultural amplo, mas com o cuidado de não tentar colocar a cozinha/culinária brasileira em uma cartilha de unanimidades. Dá-se subsídio interessante para entender, com segurança e assertividade, a polissemia comestível do Brasil, a começar pela pluralidade da matéria-prima, que tangilibiza o gosto e materializa a base de ingredientes identitários. Essa exposição parte do sociólogo Carlos Alberto Dória (2009) que destaca uma distribuição de ingredientes por sua ocorrência, como explica Araium, e não geograficamente como reforçam os mapas territoriais brasileiros:

Assim, ter-se-ia, por exemplo, a **culinária amazônica** e não do Norte (caracterizada pelo uso da mandioca, peixes, frutas e insumos florestais); a **culinária de costa**, ao invés da cozinha do Nordeste (que abarcaria a extensão do Ceará ao Espírito Santo); a **culinária caipira da paulistânia** (Dória; Bastos, 2018), região fruto da união do que havia de hábitos do comer em Minas Gerais, São Paulo e Centro-Oeste, dedicada ao feijão, à abóbora e ao milho (o consórcio das “três irmãs”), ao porco, ao frango e às técnicas portuguesas etc. Passa-se a conjugar a brasilidade em três línguas a partir de 1500. Três gostos, três caldeirões. Uma tríade de influências nem tão tripartite assim, como ventilaria Cascudo na “História da Alimentação do Brasil” (1964), obra patrocinada

por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, o Chatô. (Araium, 2022, p. 130)

No enunciado **Do cru ao cozido, da natureza à cultura e à "nova gastronomia brasileira"**, o passeio de Araium chega ao *Escoffiannas Brasileiras* (2008), o ensaio literário sobre as bases da cozinha autoral de Alex Atalla. Faz-se destacar a obra do premiado cozinheiro e seu conteúdo, uma vez que não se trata de uma autobiografia contextualizada, mas de uma reflexão que reforça repetidas vezes a necessidade de pesquisa e estudo incessantes na construção do gosto, das receitas e comensalidade brasileiras. Dividida em três seções: “aprendizado”, “sonho” e “realidade”, destaca-se aqui, além das receitas, as divagações sobre os ingredientes, uma costura literária sobre suas relações internas e externas e a evidente necessidade de se falar sobre a história de um prato e sua relação com quem prepara e com quem produz. Nesse ponto em especial de “Diálogos Comestíveis”, instaura-se no “leitor-comensal” (expressão cunhada por Araium para melhor descrever os comensais em busca dos letramentos culturais e históricos do comer) a reflexão sobre como uma figura midiática e importante como Atala pode impactar de forma significativa os paradigmas da gastronomia brasileira em curso, uma vez que sua notória criatividade e perfil autoral se unem a conhecimento sobre cultura brasileira para direcionar ou educar “o gosto”. Atala seria então, nesse momento de *Escoffiannas Brasileiras*, o “inventor de uma nova cozinha nacional, capaz de surpreender - e agradar - até os mais exigentes comensais”, como definiu o filósofo italiano Nicola Perullo (2013).

Gosto e identidade passam por fatores de tempo, movimento social, cultura, hábitos e são construídos também a partir do contexto histórico, entendendo inclusive que o midiático também norteia tal construção. As elucubrações acima citadas servem para despertar o entendimento sobre a descoberta (ou a construção) de uma identidade brasileira na cozinha e considerar o papel da mídia e a voz que representa tais assuntos nessas plataformas no período contemporâneo em que são apresentados. Até 2010, segundo defendia o professor Ricardo Maranhão, doutor em História pela Universidade de São Paulo (USP) e coordenador do Centro de Pesquisa em Gastronomia Brasileira, não havia uma “identidade gastronômica brasileira pronta”. Para ele, esta continuaria



sendo construída pelo que se consideraria o melhor de cada localidade e união de tudo isso se constituiria o que seria a gastronomia nacional.

Considerações finais

De forma bastante resumida, mas efetiva, é possível finalizar esta resenha, destacando que Araiium oferece uma densa reflexão sobre como o consumo de alimentos e de informações interagem. As mais de 260 páginas de “Diálogos Comestíveis” trazem uma quantidade volumosa de referências e conteúdo base para sua análise, mostrando o repertório e a seriedade com que transita pelas metáforas de consumo sobre notícia e alimento. Embora a edição do Fru.to 2018 tenha sido a oportunidade de mapeamento de notícias e de comportamento das informações circuladas de forma transmidiática, o que de mais importante pode-se firmar desse registro é a capacidade de colocar o leitor-comensal em reflexão para rastrear o alimento e a informação consumida diariamente. Só assim, ele é capaz de assimilar melhor aquilo que “põe para dentro” e contribuir com seu próprio repertório de hábitos (de consumo e de comportamento) com esse ciclo infinito de se alimentar de notícias e de comida.

Pode-se ainda destacar de forma ainda mais direta um outro caminho reflexivo da obra: ela aponta para um consumo consciente, tanto de alimentos quanto de informações, trazendo agora para a mesa o jornalista/produtor de matérias e sua responsabilidade na feitura de informação de qualidade rastreável e substanciosa, uma vez que ele é quem potencializa vozes e conceitos do momento histórico-social do país. E, ao falar sobre o tema gastronomia - como cultura, como política, ciência ou qualquer outro viés -, este jornalista ou produtor de conteúdo pode gerar registros que impactam conceitos ainda em curso, como o conceito da gastronomia brasileira, tema que dá ainda mais corpo às discussões sobre as construções de informações.

Nesse ponto específico sobre o conceito de gastronomia brasileira, há de se destacar que “Diálogos Comestíveis” incetiva - ainda que não seja o tema central - uma reflexão que defende a formação da identidade culinária brasileira, que deve passar por uma valorização das tradições, dos saberes regionais e da diversidade cultural do país, somados à provocação do questionamento sobre a padronização dos gostos e das escolhas alimentares promovidas pela mídia (redes sociais, sites, jornais on-line ou off-



line etc.), que frequentemente invisibilizam a riqueza e a pluralidade da culinária brasileira.

Mostrar como a gastronomia e a cultura de consumo foram e continuam sendo moldadas, destacando o impacto das mídias digitais e o papel dos algoritmos na definição de tendências culinárias é uma entre tantas reflexões fundamentais para compreender a construção da “cozinha-cultura brasileira”, que vai muito além do que é ditado pelas plataformas digitais e seus interesses comerciais. Ao integrar o consumo de informação e de alimentos em um debate profundo sobre a contemporaneidade, Araium nos oferece um panorama essencial para repensar o papel do consumidor e do produtor de conteúdos e alimentos na construção de um futuro mais ético e sustentável para a cozinha-cultura brasileira.

Referência bibliográfica

ARAIUM, E. **Diálogos Comestíveis** - Porque todo comer é você quem desenha. Prefácio por Tatiana Lunardelli. São Paulo: Editora Dialética, 2022.

