



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

IMPrensa E ENVELHECIMENTO: ANÁLISE DISCURSIVA EM JORNALIS ONLINE DE PORTUGAL E DO BRASIL

Press and aging: discursive analysis in online newspapers from Portugal and Brazil

Relatório de Pós-Graduação apresentado à Universidade Fernando Pessoa (UFP) como parte dos requisitos para cumprimento do programa de pós-doutoramento em Ciências da Comunicação – Análise de Discurso.

Doutor Igor José Siquieri Savenhago

Supervisor

Doutor Jorge Pedro Sousa

Setembro 2025

Igor José Siquieri Savenhago

**Imprensa e envelhecimento: análise discursiva
em jornais online de Portugal e do Brasil**

Relatório apresentado à Universidade Fernando Pessoa (UFP) como parte dos requisitos para cumprimento do programa de pós-doutoramento em Ciências da Comunicação – Análise de Discurso, sob supervisão do Prof. Doutor Jorge Pedro Sousa.

Universidade Fernando Pessoa
Porto, 2025

“A velhice é o último tabu”

Simone de Beauvoir

RESUMO

Com uma abordagem interdisciplinar, quanti-qualitativa, inserida no campo das Ciências da Comunicação, este trabalho promove um estudo sobre a atenção dada ao processo de envelhecimento humano por dois jornais em suas versões online: um no Brasil, o A Cidade On Ribeirão Preto, e outro em Portugal, o Jornal de Notícias, no Porto. A partir do conteúdo noticioso publicado por esses veículos no período de três meses (1º de setembro a 30 de novembro de 2024) e de duas entrevistas reflexivas, realizadas com um profissional de cada jornal, busca-se avaliar como a temática do envelhecimento é abordada diante das demandas emergentes apresentadas pelos dois países diante do crescimento dos percentuais de pessoas idosas, 60+ no Brasil e 65+ em Portugal, o que obriga mudanças na estrutura social para garantir, a esses grupos, um curso de vida saudável e ativo, conforme diretrizes internacionais, nacionais e locais. As notícias e reportagens coletadas acompanham essas tendências? Discutem e aprofundam questões pertinentes à qualidade de vida na velhice ou predominam visões estereotipadas, de que as pessoas idosas são empecilhos socioeconômicos caso não se caracterizem como superidosos – aqueles extremamente ativos, praticante de esportes, com excelente memória, entre outros atributos? As velhices marginalizadas socialmente, que encontram menos espaços de expressão no cotidiano, são escanteadas também nos jornais? Um levantamento teórico sobre envelhecimento populacional, Jornalismo e envelhecimento, e importância do Jornalismo de proximidade como agente social conduz este estudo para uma análise discursiva dos dados. Espera-se, dessa forma, contribuir para subsidiar respostas que instiguem o debate sobre equidade nas condições de envelhecimento na contemporaneidade e sobre a atuação da imprensa neste contexto.

ABSTRACT

Using an interdisciplinary, quantitative-qualitative approach within the field of Communication Sciences, this study examines the attention given to the human aging process by two online newspapers: one in Brazil, A Cidade On Ribeirão Preto, and the other in Portugal, Jornal de Notícias, in Porto. Based on the news content published by

these outlets over a three-month period (September 1 to November 30, 2024) and two reflective interviews with a professional from each newspaper, the study seeks to assess how the topic of aging is addressed in light of the emerging demands presented by both countries due to the growing percentage of older adults—60+ in Brazil and 65+ in Portugal—which requires changes in social structures to ensure these groups a healthy and active life course, in accordance with international, national, and local guidelines. Do the news and reports collected reflect these trends? Do they discuss and delve into issues relevant to quality of life in old age, or are stereotypical views predominant, according to which elderly individuals are socioeconomic obstacles if they do not qualify as super-elderly individuals—those who are extremely active, play sports, have excellent memories, among other attributes? Are socially marginalized elderly individuals, who find fewer opportunities for expression in daily life, also sidelined in newspapers? A theoretical survey on population aging, journalism and aging, and the importance of proximity journalism as a social agent guides this study toward a discursive analysis of the data. The hope is to contribute to supporting responses that instigate the debate on equity in contemporary aging and the role of the press in this context.

DEDICATÓRIA

À minha esposa, Tatiana, ao Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa e ao Prof. Dr. Wilson Pedro.

AGRADECIMENTOS

À minha esposa, Tatiana, pela força e esperança que me alimentam diariamente;

Ao Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa, pelas janelas abertas e acolhida sempre carinhosa;

À Universidade Fernando Pessoa (UFP), nas pessoas das Prof^{as} Dr^{as} Ana Gabriela Nogueira e Patrícia Weber, pela receptividade e boas risadas;

Ao Prof. Dr. Wilson Pedro, pelo conhecimento e amparo solidários;

Ao Prof. Dr. Pedro Jerónimo, pelas parcerias e confiança;

À Renata Reis, pelo apoio e dicas valiosas que tornaram o período em Portugal uma experiência inesquecível;

À Letícia Luvison e toda a equipe do Agro Estadão, à Gabriela Vergani e equipe do Grupo EP, e à galera do Grupo Mídia, em Ribeirão Preto (SP), pelas oportunidades de exercício profissional;

Aos profissionais do A Cidade On Ribeirão Preto e do Jornal de Notícias, do Porto, que concederam entrevistas para esta pesquisa;

Aos familiares e amigos que torceram.

Gratidão.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO I – ENVELHECIMENTO POPULACIONAL E DEMANDAS EMERGENTES	
1.1 O cenário do envelhecimento populacional no mundo, no Brasil em Portugal.....	12
1.2 Diretrizes para uma velhice saudável e ativa.....	15
CAPÍTULO II – O JORNALISMO COMO AGENTE SOCIAL.....	
2.1 Jornalismo no contexto do envelhecimento.....	18
2.2 O Jornalismo de proximidade como agente social.....	20
CAPÍTULO III – METODOLOGIA.....	
CAPÍTULO IV – ANÁLISE DISCURSIVA.....	
4.1 Apresentação dos jornais analisados.....	28
4.2 Análise discursiva do conteúdo noticioso.....	31
4.3 Análise discursiva das entrevistas.....	48
4.4 Discussão das análises.....	56
CONCLUSÃO.....	59
REFERÊNCIAS.....	62
APÊNDICES.....	65
ANEXOS.....	70

INTRODUÇÃO

Questões ligadas ao envelhecimento compõem minha trajetória de pesquisa desde 2018, um ano antes do ingresso no Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade (PPGCTS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), no Brasil. Na tese (Savenhago, 2023), defendida em setembro de 2023, pude demonstrar que jornalistas brasileiros mais velhos enfrentam um processo de exclusão enquanto força de trabalho. Especificamente no Estado de São Paulo, eles ocupavam, em 2022, segundo o sindicato paulista da categoria, apenas 1,7% dos postos formais nos veículos jornalísticos e em assessorias de imprensa.

Após uma contextualização sobre esta problemática, propus a realização de entrevistas reflexivas (Szymanski, 2002) online síncronas com 13 profissionais, sendo seis da região de Ribeirão Preto, no interior paulista, e sete da capital do estado, São Paulo, no intuito de buscar uma análise comparativa, por meio da Teoria das Representações Sociais (TRS), sobre o que diziam a respeito das transformações ocorridas no exercício profissional, nas relações trabalhistas e no próprio processo de envelhecimento com o advento das tecnologias digitais. Agora, na Universidade Fernando Pessoa (UFP), a proposta foi dar continuidade a este universo de estudos, avaliando se os espaços às pessoas idosas são escassos também no noticiário.

Em 2010, ao analisarem como as pessoas idosas apareciam na imprensa brasileira, Campos *et al.* afirmavam que, em grandes veículos, a cobertura sobre assuntos relacionados ao envelhecimento era “ínfima” e que os idosos não tinham “a oportunidade de fazer a sua voz ser ouvida” (2010, p. 101). Isso, segundo os autores, derivava do fato de que os 60+ ainda eram vistos, apesar dos avanços científicos para aprimorar a qualidade de vida na velhice, como “inúteis”.

Os autores constataram que as temáticas abordadas, quando presentes, estavam restritas a saúde/doença. A partir disso, reivindicavam que a relação presença/ausência dos idosos na imprensa fosse mais estudada no âmbito científico. “A atuação consciente depende ainda da formação responsável, solidária e cidadã. Isso é uma tarefa de professores e da própria universidade pública, e uma obrigação dos estudantes e profissionais da comunicação, uma atividade essencial para a sustentabilidade social [...]” (p. 101).

Em outra pesquisa, Liesenberg (2019) observou reportagens-perfis de idosos de diversas fontes compartilhadas pelo Portal do Envelhecimento¹, tendo observado que as coberturas eram, geralmente, focadas nas pessoas capazes de reproduzir demandas de um envelhecimento ativo, escanteando categorias que pedem maior representatividade.

Assim há outras velhices presentes no mundo que não passaram por nossas páginas, velhices reclusas em casas de repouso, os velhos pedintes nos semáforos, aqueles esperando nas filas de hospitais lotados e, em casos particulares, velhices no seio familiar, que pedem tipos especiais de amparo. A velhice em massa existe e pede maior atenção. Pede um cuidado mais humanizado com a população. (Liesenberg, 2019, 280)

Aqui, emergem as perguntas que ajudam a nortear este trabalho: E na imprensa de proximidade, essa heterogeneidade do processo de envelhecimento é discursivizada? Os veículos jornalísticos que fazem coberturas locais/regionais levam em conta as diferentes vertentes do envelhecer e as diretrizes das principais normativas referentes à questão, discutindo possíveis intervenções em prol de uma sociedade mais participativa a esse grupo etário? Ou há predominância de abordagens estereotipadas?²

Para subsidiar respostas que possam instigar o debate sobre equidade nas condições de envelhecimento, a Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia (SBGG, 2018) condena que os idosos sejam apontados tanto como empecilhos socioeconômicos para um país quanto como superidosos, em que os protagonistas sejam apenas os que chegam a idades muito avançadas, os que praticam esportes radicais, aqueles com a mente extremamente ativa, como se houvesse uma obrigação de que 60+ adotem os mesmos tipos de atitudes ou que fiquem ocultas as velhices desiguais e com menos oportunidades.

¹ Portal brasileiro, fundado em 2004, que cobre assuntos que buscam, segundo informações contidas no próprio portal, criar uma “cultura do longeviver”. O projeto nasceu no Núcleo de Estudo e Pesquisa do Envelhecimento – NEPE -, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Em 2014, virou um negócio social, com a missão de publicar conteúdos que sejam referência no país em longevidade.

² Retomando um verbete que publiquei com o professor Wlaumir Souza (Savenhago; Souza, 2015), estereótipos foram definidos, com base em Bakhtin (1997), Burke (2000), Foucault (1999) e Bosi (2004), como concepções rígidas sobre a realidade que não aceitam ponderações, questionamentos ou contraposições. Ou, ainda, como imagens mentais reduzidas, simplificadas sobre um fato do cotidiano, pessoa, grupo, lugar, crença, instituição, manifestação, constituindo-se como um julgamento generalizado, resultado do acesso fragmentado, incompleto, a informações sobre o observado, ou que se dá mesmo anteriormente à observação. Esta forma de pensar conduz um modo de agir e ressalta algum(s) aspecto(s) específico(s), que possa(m) ser impingido(s) como característica única e determinante do todo, de modo a ser visto qualitativamente como positivo ou negativo (p. 226).

Diante do exposto, buscou-se estudar, via Análise do Discurso jornalístico, conforme Sousa (2004), a atenção dada ao processo de envelhecimento humano em dois jornais com versões online, um brasileiro e um português, observando como essa temática é abordada diante das demandas sociodemográficas desses dois países e de duas regiões específicas que eles cobrem: Ribeirão Preto, no Brasil, onde eu, proponente do estudo, construí minha carreira profissional, e Porto, em Portugal, onde está localizada a UFP, na qual ingressei para o pós-doutoramento.

Foram selecionados os jornais A Cidade On³ Ribeirão Preto e Jornal de Notícias⁴, no Porto, também para que se possa promover um efeito comparativo, o que será explicado, de forma mais detalhada, no capítulo referente à Metodologia. Além de análise discursiva do conteúdo noticioso sobre temáticas relativas ao envelhecimento publicado em um período de três meses (1º de setembro a 30 de novembro de 2024), propôs-se a realização de duas entrevistas reflexivas, com um profissional de cada veículo, como explicitado também nos procedimentos metodológicos.

Como objetivos específicos, pode-se mencionar:

1. Fazer um levantamento teórico, bem como dedicar-se ao aprofundamento de pesquisas interdisciplinares que abordem correlações entre as temáticas envolvidas no projeto: envelhecimento populacional, Jornalismo e velhice, importância do Jornalismo de proximidade em demandas locais e regionais emergentes, principalmente nas regiões de Ribeirão Preto, no Brasil, e Porto, em Portugal, e Análise do Discurso jornalístico – que, para efeito deste trabalho, foi apropriada tanto como amparo teórico quanto como método (Sousa, 2004).

2. Analisar, a partir dos aspectos teóricos apresentados, via Análise do Discurso jornalístico, o conteúdo noticioso sobre envelhecimento publicado em um período de três meses nas versões online de dois jornais: o A Cidade On na região de Ribeirão Preto, Brasil, e o Jornal de Notícias, na região do Porto, Portugal, bem como entrevistas reflexivas com um profissional de cada veículo, relacionando a presença/ausência de abordagens nas versões online desses veículos com aspectos sócio-históricos do comportamento etário no mundo, características sociodemográficas de Portugal e do

³ <https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/>

⁴ <https://www.jn.pt/>

Brasil, particularidades culturais das regiões de Ribeirão Preto e do Porto, bem como própria presença/ausência de profissionais jornalistas idosos nas redações dos referidos jornais.

3. Contribuir para que sejam possíveis estudos posteriores sobre temáticas afins e com movimentos acadêmicos e no próprio Jornalismo que se ocupem de analisar o impacto do processo do envelhecimento humano na sociedade e de discuti-lo como uma problemática social, que demanda planejamento e execução de soluções, e não apenas com a preocupação de relatar acontecimentos envolvendo pessoas idosas, sem contextualizá-los, com o intuito de garantir cliques ou atrair audiência.

Espera-se que os resultados obtidos possam se inserir, mesmo que singelamente, em uma rede de pesquisas que busquem um aprofundamento sobre questões ligadas ao envelhecimento imbricadas com novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs), com o papel do Jornalismo, com mudanças sociais em curso no planeta e com as que ainda estão por vir. É imperioso que, ao integrarem outros movimentos nessa direção, fomentem diálogos sobre a necessidade de o Jornalismo se colocar como agente social ativo entre as pessoas que precisam ter voz e aquelas que detêm as ferramentas, a responsabilidade e o poder para almejar a construção de uma sociedade com mais justiça social.

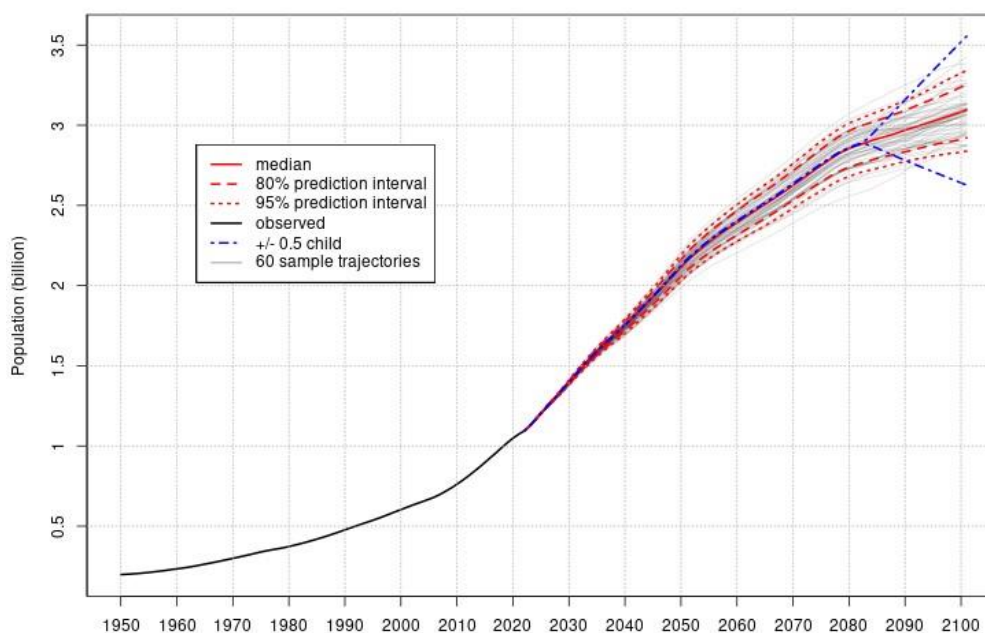
CAPÍTULO I – ENVELHECIMENTO E DEMANDAS EMERGENTES

1.1 O cenário do envelhecimento populacional no mundo, no Brasil em Portugal

A população mundial está envelhecendo. A *World Population Prospects* (United Nations, 2022a), divisão da Organização das Nações Unidas (ONU) para estudos demográficos, estima que o percentual de pessoas com 60 anos ou mais vai chegar ao ano de 2100 em 28,2%, o dobro dos 14% registrados em 2020, quando este perfil etário somava 1,1 bilhão de habitantes.

A curva a seguir mostra a expectativa de crescimento, que pode variar um pouco para mais ou para menos a depender de fatores como frequência de nascimentos nos próximos anos, crises socio sanitárias – como a ocorrência da pandemia de Covid-19 e outras epidemias –, guerras, questões migratórias e acesso de pessoas idosas ou em curso para a velhice a condições salutaras de vida – como sistemas de saúde estruturados para atendimento de suas necessidades, programas educacionais que considerem a inclusão desses grupos em projetos de alfabetização tecnológica e midiática, por exemplo; saneamento básico; transporte acessível e outros itens que favoreçam a mobilidade; e demais aspectos que possibilitem usufruir dessa fase com autonomia e independência.

Projeção de aumento da população 60+ no mundo



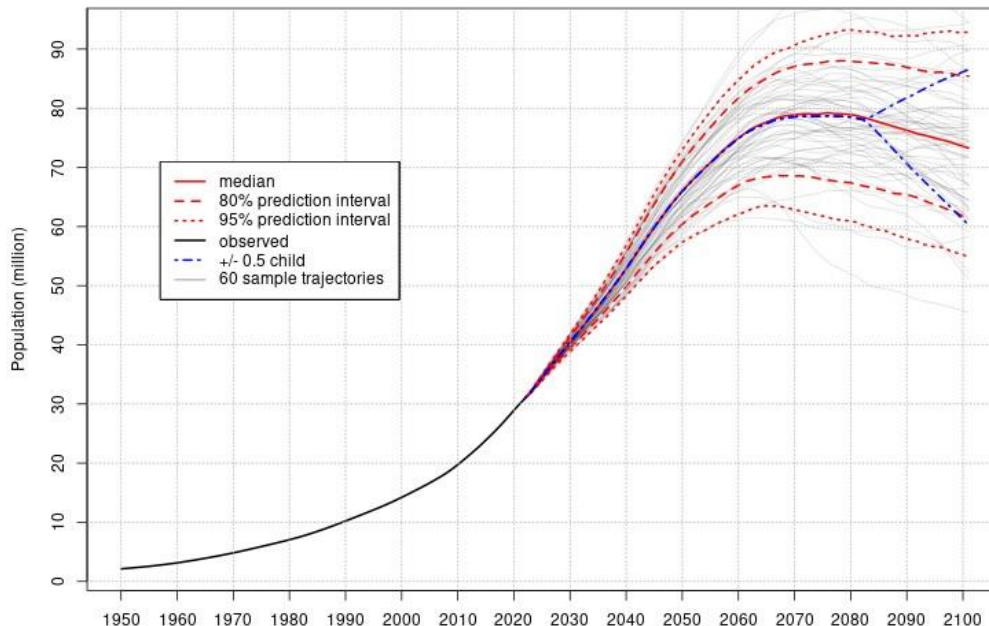
Fonte: United Nations, 2022a

Os maiores incrementos de pessoas idosas devem ser observados, ainda segundo a ONU, em regiões com predominância de países em desenvolvimento, ou emergentes, como América Latina e Ásia. No entanto, em outras, como a Europa, são observados fenômenos semelhantes.

O Brasil, que entrou em 2020 com 29,8 milhões de idosos, 14% da população, índice bem próximo à média de todo o globo, deverá ter, em 2100, 75 milhões, ou 39,4% dos habitantes, 11,2 pontos percentuais a mais que a média mundial, o que demonstra que, no país, a tendência é haver um processo acelerado de envelhecimento – tendência que tem sido apontada desde a segunda metade do século XX.

Conforme o comportamento das variáveis que influenciam esse processo, a curva etária brasileira terá um pico de crescimento e depois deverá começar a decrescer um pouco, conforme o gráfico abaixo (United Nations, 2022b), mas a previsão para uma possível queda é somente a partir da década de 2070.

Projeção de aumento da população 60+ no Brasil



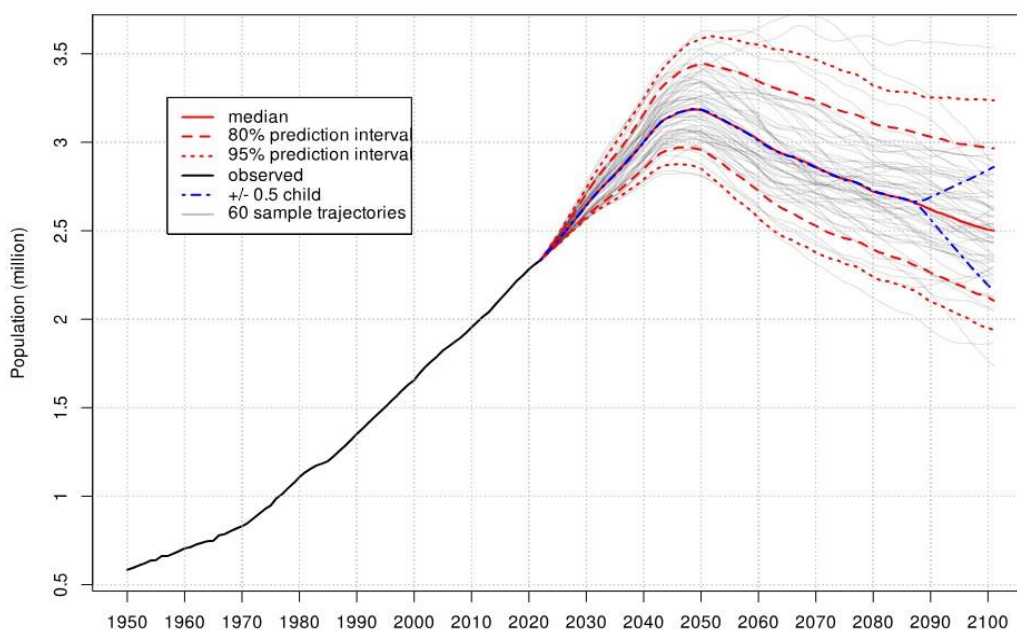
Fonte: United Nations, 2022b

Na Europa, apesar de o continente não figurar entre as duas regiões do planeta com as maiores projeções de envelhecimento, vários países, segundo a ONU, apresentam

cenários bastante representativos. Em Portugal, uma reportagem veiculada pelo jornal Público, em fevereiro de 2023⁵, amparada em dados da Eurostat⁶, demonstrou que, em um período de dez anos (2012 a 2022), a média de idade da população passou de 42,1 para 46,8 anos. Ainda segundo o periódico, os censos realizados no triênio 2020-2022 apontaram que as pessoas acima de 65 anos⁷ eram 23,4% da população total portuguesa. Com isso, Portugal é um dos países que mais envelhecem na Europa, com médias geralmente acima do restante do continente e tendo esse processo, diferente do Brasil, consolidado desde o início do século passado.

A Associação Portuguesa de Demografia (APD) afirmou, na mesma reportagem, que Portugal continuará vivenciando essas mudanças, e que o número de pessoas idosas deve começar a recuar apenas entre 2040 e 2050 – segundo a ONU, conforme ilustrado pelo gráfico a seguir, isso aconteceria entre 2050 e 2060.

Projeção de aumento da população 65+ em Portugal



Fonte: United Nations, 2022c

⁵ <https://www.publico.pt/2023/02/22/sociedade/noticia/populacao-portugal-envelhecer-ue-revela-eurostat-2039817>. Acesso em 26 de março de 2024.

⁶ Operadora de trens de alta velocidade na Europa.

⁷ Em países desenvolvidos, como Portugal, a Organização Mundial da Saúde (OMS) considera como pessoas idosas aquelas com mais de 65 anos. Já em países em desenvolvimento, como o Brasil, a idade baixa para 60 anos.

Em 2017, o país europeu aparecia em quarto lugar no mundo em número de pessoas idosas proporcionalmente à população total (FFMS, 2017). As previsões apontam que, até 2050, Portugal vai ocupar a terceira posição, atrás apenas de Japão e Espanha, com um terço da população tendo mais de 65 anos.

1.2 Diretrizes para uma velhice saudável e ativa

Para dar conta das demandas emergentes com os movimentos populacionais, são necessários, para a ONU, esforços interdisciplinares, que envolvam instituições como o Estado, na proposição de políticas públicas contínuas que incentivem a participação social dos mais velhos; a iniciativa privada, oferecendo oportunidades de trabalho às pessoas idosas como um componente que promova sentido à vida, e não apenas como sustentáculo de poder financeiro das organizações; as universidades, fomentando pesquisas que direcionem cada vez mais holofotes às transformações sociais, seus impactos às pessoas idosas e possíveis intervenções em prol de um envelhecimento saudável e ativo⁸; a imprensa, cobrando a implementação de estratégias não discriminatórias, permeadas por vozes plurais; além dos próprios idosos, reconhecendo potencialidades nas interações e reivindicando espaços para exercitá-las. (Savenhago, 2023)

No âmbito da pesquisa científica, no qual se insere este trabalho, defendido no programa de pós-doutoramento da Universidade Fernando Pessoa, em Porto, Portugal, sob supervisão do Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa, a democracia participativa depende, na visão de Dewey (1966), de buscar uma aproximação dos cidadãos, geralmente afastados do dia a dia da produção tecnocientífica, com os estudos acadêmicos e suas aplicações.

Em meados da década de 1960, quando a academia passou a questionar a concepção clássica de Ciência – de que mais atividade científica produz diretamente mais tecnologia e, conseqüentemente, maior desenvolvimento social –, para instaurar uma visão de que o tripé Ciência, Tecnologia e Sociedade é moldado a partir de ditames socioideológicos, o autor elegia dois atores sociais fundamentais, aos quais caberia esse

⁸ A OMS (2015) conceitua “envelhecimento saudável” como “processo de desenvolvimento e manutenção da capacidade funcional que permite o bem-estar em idade avançada” (p. 13). Em outro documento, a organização explica “envelhecimento ativo” como “processo de otimização das oportunidades de saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas ficam mais velhas” (WHO, 2005, p. 13).

papel: o Estado, investindo em educação científica, e a imprensa, pela capacidade de, se assumindo como propulsora de ações socioeducativas, estender e “traduzir” fenômenos complexos à compreensão popular.

Nesse sentido, nos processos relacionados ao envelhecimento, deve-se considerar as diretrizes expressas, em âmbito global, na estratégia para o envelhecimento e saúde (WHO, 2017) divulgada pela ONU em 2017 e que norteia as ações da Década do Envelhecimento Saudável, conforme foi nomeado, pela organização, o período que vai de 2021 a 2030. A estratégia é composta por cinco principais objetivos, que devem ser colocados em prática nesse intervalo de tempo: 1) Compromisso de ação para o desenvolvimento saudável em todos os países; 2) Desenvolver ambientes amigáveis aos idosos; 3) Alinhar os sistemas de saúde às necessidades das populações mais velhas; 4) Desenvolver sistemas equitativos para cuidados de longo prazo; e 5) Melhorar medição, monitoramento e pesquisa sobre envelhecimento saudável e ativo.

Em 2008, a Organização Mundial da Saúde havia divulgado um documento que antecipava diversas medidas e que foram contempladas mais tarde pela estratégia da ONU. O “Cidade Amiga” do Idoso (OMS, 2008) abarca oito principais itens para adaptar a infraestrutura urbana às demandas ligadas ao processo de envelhecimento. Entre eles, ganha relevância o acesso a comunicação e informação de qualidade, que se junta a participação cívica e emprego, respeito e inclusão social, participação social, moradia, transporte, espaços abertos e prédios, e apoio comunitário e serviços de saúde.

Essas diretrizes globais devem, segundo a ONU, ser articuladas com políticas específicas de cada país, visando à proteção de direitos, aos cuidados com a saúde integral da pessoa idosa e as iniciativas direcionadas à (res)socialização. No Brasil, elas estão previstas, principalmente, na portaria 2.528, de 19 de outubro de 2006, que instituiu a Política Nacional da Pessoa Idosa (Brasil, 2006) e estabelece, entre outros tópicos, a promoção do envelhecimento ativo e saudável, atenção integral e integrada à saúde da pessoa idosa, estímulo a ações intersetoriais e interdisciplinares, provimento de recursos para assegurar a qualidade da saúde, estímulo à participação nas comunidades, formação e educação de profissionais no Sistema Único de Saúde (SUS) em áreas voltadas à pessoa idosa, apoio ao desenvolvimento de estudos e pesquisas, cooperação internacional e nacional entre experiências de atenção à saúde da pessoa idosa, e a própria divulgação da

Política Nacional – que, por sua vez, dialoga com o Estatuto da Pessoa Idosa - Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Brasil, 2003).

Algumas das condições apresentadas pelo estatuto são as de que as pessoas idosas gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, visando à preservação de sua saúde física e mental, além de aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade. E que cabe à família, à comunidade, à sociedade e ao Estado garantir às pessoas idosas, com prioridade, a efetivação desses direitos, provendo saúde, alimentação, educação, cultura, esporte, lazer, trabalho, cidadania, liberdade, dignidade, respeito, convivência familiar e comunitária.

Já em Portugal, vigora o Plano de Ação do Envelhecimento Ativo e Saudável 2023-2026, que estabelece – por meio de intercâmbio com o Plano Nacional de Saúde 2030 (Portugal, 2023), que, por sua vez, se alinha à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU, à Ação Global para o Envelhecimento Saudável da OMS e à Ação da União Europeia para a Promoção do Envelhecimento Ativo e Saudável –, medidas para promoção da saúde e bem-estar, autonomia e vida independente, proteção de rendimentos, aprendizagem e requalificação de competências, participação no mercado de trabalho e participação ativa na sociedade

Também foi aprovado, em janeiro de 2025, pelo Parlamento Português, o Estatuto da Pessoa Idosa, que estava sendo regulamentado quando este relatório foi concluído, e visa, entre outros aspectos, garantir um envelhecimento ativo, saudável e digno, por meio da participação das pessoas idosas na vida social, econômica, cultural e cívica, do acesso a cuidados de saúde, habitação e assistência social, entre outros direitos, bem como da promoção de inclusão social e do combate à discriminação.

Quando se pensa na formulação de políticas para as pessoas idosas, não devem ser desprezadas, ainda, as especificidades locais, dadas pela constituição sócio-histórica de cada região, cidade, bairro ou situação específica – como as regiões de Ribeirão Preto, no Brasil, e do Porto, em Portugal –, permitindo que, nesta intersecção, se visualizem aspectos locais, adaptados aos diferentes tipos e percursos do envelhecer – que podem ser afetados por pobreza, desinformação, exclusão tecnológica, epidemias, conflitos, catástrofes naturais, entre outras dimensões sociais.

CAPÍTULO II – O JORNALISMO COMO AGENTE SOCIAL

2.1 Jornalismo no contexto do envelhecimento

Quando aborda a atuação dos meios de comunicação de largo alcance, como os jornais, Bourdieu (1989) atribui a eles um poder simbólico. Por permitirem falar com grandes grupos de pessoas, o que ganhou novos contornos com as tecnologias digitais, conseguem imprimir alcance e velocidade à informação, forjando um conjunto de proposições que, ao pautarem o cotidiano, podem se tornar dominantes no debate público. Não se descarta, nessa condição, que a imprensa também seja pautada pelos movimentos sociais, mas esta, quando oferece visibilidade a uma determinada temática, é capaz de suscitar compreensões, questionamentos e novos olhares sobre demandas de interesse público, exercendo influência direta nas dinâmicas da sociedade.

Para Correia (1995), a relação entre imprensa e sociedade é demarcada, também, por dificuldades de adequar a linguagem jornalística, que tende a ser homogeneizada, enquadrada em padrões de redação, a uma realidade que se mostra cada vez mais diversa. Se, de um lado, para o autor, apoiado pelos escritos de Traquina (1995) e Ferry (1995), os estudos acadêmicos reconhecem o poder do Jornalismo, por outro a tentativa de se construir teorias críticas aos meios de comunicação contemporâneos deve considerar novas abordagens sobre a própria noção de público – que transmuta segundo a época, o lugar, os interlocutores envolvidos, as tecnologias usadas, entre outros fatores –, alertando para “a necessidade de uma preparação científica sólida por parte de profissionais da Comunicação Social” (p. 2).

Ainda segundo Correia, os veículos jornalísticos almejam, ao assumir uma linguagem padronizada, dar ao mundo uma ordenação das coisas de forma a reproduzir as representações construídas e aceitas como factíveis no senso comum. O que escapa a isso, apresentando-se como desviante, incerto, caótico, é rechaçado, classificado, denunciado, o que oferece o risco de as interpretações sobre os fenômenos ficarem também herméticas, encaixotadas em estereótipos. “Assim, o jornalismo contribuiu para a ‘construção social da realidade’, para a rotinização da própria dinâmica social, estilizando-a em acontecimentos-tipo, comportamentos previsíveis e erupções controladas”. (Correia, 1995, p. 3)

No contexto do envelhecimento populacional, em que assuntos relativos a esta temática podem aparecer, com mais frequência, em jornais, revistas, emissoras de televisão e rádio, sites e redes sociais, entre outros, a observação de tais aspectos sugeridos por Correia pode nos possibilitar um entendimento sobre como a formação de consensos – ou dissensos – midiáticos sobre a realidade social potencializam a formação de uma opinião pública sobre as desigualdades às quais as pessoas idosas estão sujeitas, referentes, entre outras, às suas condições de vida, ao acesso ao conhecimento científico, a tratamentos de saúde, a políticas de proteção social, moradia digna e infraestrutura urbana adaptada às suas necessidades, bem como à informação qualificada, que se ampare, justamente, na atividade científica.

Em 2018, a SBGG apoiou a publicação do “Guia para Jornalistas na Cobertura do Envelhecimento” (SBGG, 2018), que aborda, como uma das principais questões, justamente os avanços científicos na descoberta ou no desenvolvimento de novos modelos de vida saudável, e a importância da divulgação desses avanços.

O documento reivindica, do Jornalismo, sobretudo nesse último aspecto, que explique o envelhecimento a partir da resignificação da velhice: não mais como uma fase derradeira da vida, em que prevaleçam o etarismo, a infantilização das pessoas idosas e as estereotípias mencionadas por Correia (1995), mas como continuidade do exercício de cidadania, em que possam ampliar a participação social, encontrando e aprimorando novos sentidos nas relações sociais que estabelecem.

Há muitas formas de envelhecer. Os idosos, assim como os adultos em qualquer faixa etária, têm suas preferências – no esporte, na arte, nas atividades em família, sociais e profissionais. Por isso, diz-se que o envelhecimento não é homogêneo e há muitas velhices possíveis. (SBGG, 2018, p. 7)

A partir desses pressupostos, o guia lista dez mandamentos para orientar a cobertura, pela imprensa, de situações relacionadas ao envelhecimento.

1. Evitar termos no diminutivo, como “velhinho(a)”, que contribuem justamente para a infantilização, como se pessoas idosas fossem crianças.
2. Não fazer outras analogias com o universo infantil, usando “centros-dia” em vez de “creches para idosos, por exemplo.

3. Evitar a divulgação de estudos milagrosos, que prometem curas para doenças recorrentes em pessoas idosas. Cautela com a procedência das informações.
4. Evitar termos como “melhor idade” ou “idade de ouro”. Preferir “terceira idade”.
5. Não associar velhice com degradação, mas a transformações, mudanças.
6. Não usar termos como “asilo” ou “doenças da idade”. O primeiro ficou associado a locais de abrigo de idosos abandonados. O segundo dá a impressão de que existem doenças que aparecem apenas porque o indivíduo é idoso.
7. Lembrar que as pessoas idosas também podem ser fontes para notícias e reportagens.
8. Lembrar que uma pessoa não muda de personalidade só porque envelhece, e que, como qualquer outro adulto, o idoso é um ser plural. A representação de avô/avó, por exemplo, não se estende à totalidade da população.
9. Não associar velhice a morte, já que a expectativa de vida tem crescido em todo o mundo.
10. Buscar se colocar no lugar da pessoa idosa ao escrever sobre ela. Isso porque envelhecer não é uma fantasia. Se não morrerem antes, todos vão chegar lá.

2.2 O Jornalismo de proximidade como agente social

Em cenários como estes, de desigualdades mais acentuadas, o Jornalismo local/regional, ou de proximidade, como preferem muitos autores, brasileiros e portugueses, ganha uma evidência ainda maior. Por conhecer mais a fundo as particularidades de seus nichos de cobertura, justamente pela proximidade que mantém em relação aos fatos socioeconômicos e políticos que ali se desenrolam no dia a dia, pode cobrar, de forma mais incisiva, o respeito e a aplicação de diretrizes globais, nacionais e locais para favorecer o exercício da cidadania pelas pessoas idosas.

Para Peruzzo (2005), as mídias de proximidade carregam uma importante função social. A autora afirma que, com os recentes movimentos globalizatórios da informação, sobretudo com a disseminação das tecnologias digitais em todas as esferas da vida social

– inclusive no Jornalismo –, algumas teorias chegaram a profetizar a extinção da imprensa local/regional, mas o que se observou foi, justamente, o inverso: revalorização de aspectos comunitários, que encontraram, nos novos suportes comunicacionais, possibilidades de dar vazão a seus valores socioculturais, econômicos e ambientais.

Houve, assim, a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detêm o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local. A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente. (Peruzzo, 2005, p. 74)

Amaral (2012) oferece subsídios para uma reflexão complementar, afirmando que a imprensa de proximidade contribui, na complexa relação entre Jornalismo e sociedade democrática, para o que ele chama de “regeneração” de um espaço público de características locais, que potencialize aos cidadãos racionalizar e agir nesse mesmo espaço, transformando-o conforme as necessidades coletivas.

No cenário das chamadas mídias pós-massivas, que mudam o direcionamento da comunicação, antes vertical, protagonizado pelas grandes corporações midiáticas no sentido de um público passivo, mero receptáculo de informações, para horizontal, em que cada cidadão pode se transformar em um produtor de conteúdo, a imprensa de proximidade enfrenta desafios como “corresponder às necessidades da opinião civil, no âmbito do dever de cidadania de qualquer jornal, alimentar o mercado das informações a favor do interesses das audiências e captar fatias publicitárias para garantir os negócios” (Amaral, 2012, p. 1).

Ainda conforme o autor, diante dos novos paradigmas comunicacionais, os modelos de nicho se deparam com oportunidades de propor modelos dialógicos mais descentralizados e participativos, ou seja, uma imprensa ativa e dinâmica em prol de uma cidadania também ativa – consequentemente, que não delegue às pessoas idosas posições marginais nessa conjuntura. “[...] a imprensa convencional, seja local ou nacional, já não tem o exclusivo da mediação informativa. Multiplicaram-se as vozes e as narrativas pós-jornalísticas, de que a Internet é mãe, em modelos de comunicação horizontal de muitos para muitos” (Amaral, 2012, p. 1).

A chegada da internet, aliás, reforçou o debate sobre o papel das tecnologias de informação e comunicação na construção de significados sobre a vida cotidiana. Nesse contexto, se lembra que, para Ortega Y Gasset (1963), homem e técnica não se dissociam. “Um homem sem técnica, isto é, sem reação contra o meio, não é um homem” (p. 18). Por essa abordagem, os humanos, ao fazerem emergir uma técnica, são capazes de suprir necessidades imediatas, mas não estaria aí o principal objetivo dessa interação. Segundo Ortega Y Gasset, a técnica é capaz de provocar transformações para além disso. Representa uma possibilidade de “reforma da natureza” (p. 14), ou seja, de anulação de situações incômodas. A explicação não estaria, portanto, só na satisfação gerada pela técnica, mas no enfrentamento de adversidades que ela permite.

Já Lévy (1995) afirma que a técnica exerce papel fundamental na auto-organização e na transformação das “coletividades”, e que esse processo se acentuou com as tecnologias digitais, que, para além do território, inauguram um novo tipo de espaço, caracterizado pela pluralidade de saberes.

Afunilando a discussão para o Jornalismo, as tecnologias digitais são teorizadas, na obra de Schwingel (2012), como inauguradoras de novas funções e processos nas redações, ao promover uma reconfiguração nas mídias tradicionais – por exemplo, os jornais –, fazendo surgir outros modelos de negócios e influenciando mudanças nas rotinas produtivas. Ao conceituar o Jornalismo para internet como ciberjornalismo, Schwingel afirma que esse fenômeno não deve ser identificado apenas como um novo formato jornalístico, mas “como um produto discursivo distinto em um novo suporte” (Schwingel, 2012, p. 31).

Os produtos discursivos, num jogo de causa e efeito, constituem novos tipos de público, ao mesmo tempo em que são também constituídos nessa relação, como é o caso das próprias pessoas idosas, que passam a ser adeptos de veículos jornalísticos na internet. No Brasil, a pesquisa TIC Domicílios, do Cetic-br (2020) – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, ligado à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), divulgada em maio de 2020, apontou que, no final do ano anterior, o país tinha 34% dos habitantes com mais de 60 anos conectados – pouco mais de 10 milhões de pessoas. Entre os sites mais acessados, estavam justamente os jornalísticos, além dos de instituições financeiras e dos de relacionamentos. E em Portugal, conforme levantamento da Marktest (2023), empresa de

estudos de mercado, audiência e mídias, publicado em maio de 2023 com dados de 2022, o número de portugueses com mais de 65 anos com acesso a meios online cresceu 20% nos cinco anos anteriores, alcançando a marca de 41% da população.

A observação da influência tecnológica para um envelhecimento com qualidade passa pela constatação de que as tecnologias digitais têm permeado uma série de aspectos na vida das pessoas idosas ou em curso para a velhice, como relações interpessoais, preparação para a aposentadoria, envolvimento em ações das comunidades, busca de opções de lazer, trabalho e cuidados com a saúde (Pedro, 2013; Cabral *et al.*, 2013). Por isso, o estudo dessa interação se torna pertinente na Ciência e, mais especificamente, nas Ciências da Comunicação.

A despeito de um panorama ainda excludente, com a maioria das pessoas idosas mantidas fora desse contexto, o aumento da fatia de conectados pressiona os portais jornalísticos a entregar conteúdos nos quais elas se sintam representadas, bem como contemplar pessoas que se responsabilizam por acompanhar e cuidar de idosos, além de cobrar, insistentemente, a inserção daqueles sem acesso em programas de alfabetização tecnológica e midiática.

No caso da imprensa de proximidade, Jerónimo (2017) observa que a internet deslocou o Jornalismo para um “admirável mundo novo” (p. 27). Mas, ao mesmo tempo em que novos meios de distribuição de conteúdo noticioso surgem como oportunidade para os veículos, representam um desafio para os jornalistas. Isso porque demandam adequações a diferentes linguagens e potencialidades, por meio de procedimentos cada vez mais rápidos, o que pode provocar um aproveitamento tecnológico insuficiente.

Mais do que a preocupação com rotinas de produção, o Jornalismo de proximidade, diante disso, deve assumir, para Camponéz (2011), a preocupação com as pessoas, priorizando a convivência com elas e o interesse pelas histórias que têm a contar. Uma postura cidadã, que não se dobre aos interesses de mercado, mas que posicione o profissional jornalista como um agente social, disposto a valorizar a busca pela cidadania, e não apenas de exercer o papel de mediador ou de testemunha. Nesse âmbito, para o autor, a proximidade que deveria caracterizar o Jornalismo local/regional contemporâneo se contrapõe, justamente, a um dos paradigmas que outrora sustentaram o trabalho

jornalístico: distanciar-se dos fatos – para cobri-los a partir dos preceitos míticos da objetividade, da neutralidade e da imparcialidade.

Uma proximidade que possa satisfazer, por exemplo, as necessidades do público sobre as nuances do envelhecimento humano e seus efeitos na sociedade.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa social e de caráter interdisciplinar (Minayo, 2019), quanti-qualitativa, inserida no campo das Ciências da Comunicação.

A primeira etapa para sua realização foi promover um levantamento teórico do conhecimento científico sobre a relação entre envelhecimento populacional e imprensa regional, que fundamentou a construção de uma base teórica para que fosse possível partir para a observação, via Análise do Discurso jornalístico, conforme Sousa (2004), do material noticioso publicado nas versões online dos jornais A Cidade On Ribeirão Preto, no Brasil, e Jornal de Notícias, na região do Porto, Portugal - que mantêm o conteúdo arquivado em rede, possibilitando acesso público e facilitado -, bem como das entrevistas feitas com profissionais dos veículos.

Segundo Sousa (2004), que estabeleceu uma teoria/método para análise discursiva no jornalismo impresso, o objetivo desse tipo de análise, independente se quantitativa ou qualitativa, é extrair pistas sobre as condições do contexto social que contribuem para orientar/direcionar os discursos, exercer constrangimentos ou originar os discursos envolvidos em situações comunicacionais, e também sobre as relações que são estabelecidas entre a formulação dos discursos e a realidade social a que se referem. “Em ciências sociais e humanas, em particular nas ciências da comunicação, o olhar do pesquisador sobre a realidade deve incidir não apenas no fenômeno que procura estudar, mas também no seu contexto”. (Sousa, 2004, p. 14)

A análise discursiva do conteúdo noticioso publicado nas páginas dos jornais A Cidade On e Jornal de Notícias entre 1º de setembro e 30 de novembro de 2024, perfazendo o prazo de três meses, foi dividida em duas fases: na primeira, quantitativa, foram identificadas quantas notícias ou reportagens com referências ao envelhecimento populacional apareceram, em cada veículo, no referido período.

Esses dados contribuíram para uma análise qualitativa, pela qual foi possível avaliar se a composição dos textos – incluindo títulos, subtítulos, fotografias e outros formatos midiáticos presentes, como vídeos e áudios –, abriu margens para discussões sobre a problemática do envelhecimento na sociedade contemporânea ou se a preocupação prioritária foi com os acontecimentos em si, reproduzindo estereótipos que

reduzem as pessoas idosas a empecilhos sociais ou a superidosos, escanteando outros tipos de velhices.

Apesar de ter proposto uma teoria/método para análise de produtos impressos, Sousa (2004) apresenta ferramentas que podem ser adaptadas a pesquisas de outros suportes jornalísticos, o que justifica o uso nas plataformas online dos jornais A Cidade On Ribeirão Preto e Jornal de Notícias, e pode ajudar no debate sobre a formulação de epistemologias específicas para conteúdo online.

Segundo o autor, a Análise do Discurso é, geralmente, adequada a estudos de caso, como proposto por este trabalho, e se insere no grupo das pesquisas descritivas – que consistem em observar, registrar, classificar em categorias, analisar e interpretar, e relacionar fenômenos. Sousa destaca, ainda, que a Análise do Discurso não visa render novas teorias ou maneiras de ver o mundo, mas, caso se identifique a repetição de resultados para pesquisas semelhantes, pode permitir generalizações.

A escolha de um jornal brasileiro e um português buscou a possibilidade de compreender como diferentes realidades geográficas e culturais dos lugares em que são produzidos, bem como as rotinas produtivas específicas para cada veículo, dialogam com as questões do envelhecimento populacional, apontando se e como essas diferenças são determinantes para abordagens sobre a temática em cada um dos jornais.

Já as entrevistas, cujo tipo utilizado foi a reflexiva, foram feitas mediante termo de consentimento livre e esclarecido, com o compromisso de manutenção da identidade das fontes no anonimato. O encontro entre pesquisador e pesquisados foi feito de forma remota, com o uso de um software gratuito – Google Meet -, dada a impossibilidade de contato presencial.

Os roteiros das entrevistas foram construídos após a análise do conteúdo noticioso, para que pudessem dialogar com os dados coletados e possibilitar, ao oferecerem informações e opiniões sobre a relevância de fatores como condições estruturais dos veículos, tempo, linha editorial e submissão (ou não) a valores de mercado, aprofundar o entendimento.

Segundo Szymanski (2002), a entrevista reflexiva permite aos participantes analisar o que estão dizendo e posteriormente validar o conhecimento construído no diálogo, podendo voltar às respostas e articulá-las de outras maneiras a partir das intervenções do pesquisador. Eles podem, também, ter acesso às transcrições das gravações, já que a entrevista, na visão da autora, é definida como um intercâmbio entre pesquisador e pesquisado, com as interpretações podendo decorrer da própria interação.

CAPÍTULO IV – ANÁLISE DISCURSIVA

4.1 Apresentação dos jornais analisados

Os jornais A Cidade On Ribeirão Preto e Jornal de Notícias, do Porto, escolhidos para este trabalho, guardam semelhanças e diferenças em relação ao outro. Entre as semelhanças, está sua importância histórica nas regiões onde atuam. O Jornal de Notícias foi fundado em 1888 e o A Cidade – que era denominado desta forma antes de mudanças em sua estrutura –, em 1905.

Ambos centenários, testemunharam significativas mudanças tecnológicas até a disponibilização de suas versões online, além de terem enfrentado crises financeiras – com consequente redução de tiragens impressas – no caso do A Cidade, até o ponto de extinguir o produto em papel, em 2018, para ficar apenas com a online, nomeado de A Cidade On. Outra similaridade é que as cidades-sede dos jornais – Porto e Ribeirão Preto – tem, segundo o Plano Diretor do Porto⁹ e o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹⁰, realidades demográficas parecidas: Ribeirão tem pouco mais de 700 mil habitantes e está no centro de uma região coberta pelo A Cidade On de 2,5 milhões de pessoas. Já o Porto, com cerca de 250 mil moradores, está inscrito em uma área metropolitana ao norte de Portugal, prioritária para distribuição do Jornal de Notícias impresso – apesar de o veículo de posicionar como de alcance nacional – de cerca de 2 milhões de moradores. Não bastasse isso, suas populações idosas são próximas às médias nacionais.

Entre as diferenças imediatas, estão o cenário socioeconômico dos países onde se localizam - apesar de Portugal e Brasil terem uma população que envelhece de forma parecida, Portugal é considerado uma nação desenvolvida e o Brasil está na lista dos emergentes (ou em desenvolvimento) – além dos aspectos histórico-culturais de cada um.

O Jornal A Cidade foi fundado em Ribeirão Preto por Enéas Ferreira da Silva, que, conforme Tornatore (2005), ficaria no veículo por apenas cinco anos, por causa da dificuldade de manter a linha editorial do veículo distante de interesses partidários. Na

⁹ <https://pdm.cm-porto.pt/>. Acesso em 12 de abril de 2024.

¹⁰ <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/ribeirao-preto/panorama>. Acesso em 12 de abril de 2024.

época, aliás, início do século XX, eram raros os jornais com independência, que não estavam atrelados a interesses políticos.

Em 1911, o jornal foi assumido por uma sociedade anônima, até ser comprado em 1936, por Orestes Lopes de Camargo. De acordo com Pelissari (2001), o A Cidade imprimia, no começo da gestão do novo dono, entre 250 e 300 exemplares diários. Ainda segundo o autor, Orestes era ligado à elite ribeirão-pretana e, por isso, mantinha uma política editorial conservadora, que o fez, inclusive, apoiar o golpe militar de 1964.

A Família Lopes de Camargo se manteve na liderança exclusiva do jornal até 2005, quando, por dificuldades financeiras, estabeleceu uma parceria com a EPTV Ribeirão – afiliada da Rede Globo na região –, que adquiriu 50% dos direitos acionários da empresa. O jornal passou, então, no ano seguinte, por uma grande mudança gráfica e editorial. A equipe, que era bastante reduzida, cresceu bastante, até chegar, segundo Pelissari, a 140 profissionais, sendo 44 jornalistas.

Em 2012, a EPTV adquiriu 100% do controle do veículo, que continuou circulando impresso até 2018 – tendo passado, nesse meio tempo, por mudança de formato, de *standard* para *berliner* –, quando foi extinto para dar lugar ao A Cidade On, exclusivamente online e que, além de Ribeirão Preto, foi implementado nas regiões de Araraquara, Campinas, Piracicaba e São Carlos, todas no estado de São Paulo.

Um texto coletado no próprio site afirma que o A Cidade On é “um portal de notícias que tem como objetivo produzir reportagens, promover debate de ideias e democratizar a informação sobre assuntos diretamente ligados ao cotidiano dos moradores das cidades onde está inserido – em especial, o interior de São Paulo”¹¹. O mesmo texto destaca que o veículo está atento às novidades tecnológicas e às necessidades do seu internauta, produzindo um conteúdo moderno e multimídia, com vídeos, fotos, infográficos, *hot sites* e “tudo o que auxiliar na completa divulgação e compreensão das informações”.

O Jornal de Notícias também surgiu vinculado a questões políticas. Segundo Lima (2017), era ligado ao Partido Regenerador. Porém, buscou introduzir, já nos primeiros anos de existência, um estilo popular, alcançando um público mais amplo do que o

¹¹ Disponível em <https://www.acidadeon.com/institucional/>. Acesso em 15 de maio de 2025.

constituído pelas elites políticas, sociais e intelectuais (p. 1). O cenário do Porto no final do século XIX era marcado por elevados índices de pobreza e analfabetismo, segundo a autora. No entanto, a luta por uma perspectiva editorial menos elitista encontrou resistência e levou tempo, tendo sido construída utilizando-se de certa carga de sensacionalismo e forte apelo emocional.

A tiragem inicial, da ordem de 7.500 exemplares diários, foi se expandindo, tendo chegado, no final da década de 1980 e no início da de 1990, quando os computadores ainda não estavam presentes nas redações, a 120 mil. Atualmente, gira em torno de 20 mil/dia.

No início da década de 1950, com Portugal submetido à ditadura do Estado Novo, comandada pelo presidente António de Oliveira Salazar, sofreu censura, por ser visto como oposição ao regime. Conforme texto publicado pelo portal e-Cultura, do Centro Nacional de Cultura de Portugal, o JN passou a ser controlado indiretamente pelo governo, por meio da Empresa Nacional de Publicidade (ENP).¹²

Em junho de 1976, após a Revolução dos Cravos, a ENP foi nacionalizada e o JN foi, oficialmente reintegrado à Empresa Pública dos Jornais Notícias e Capital, junto com o Diário de Notícias e o A Capital, ambos de Lisboa. Já em 1990, a empresa do JN foi novamente reprivatizada, com a maior parte do capital ficando sob o controle do grupo Lusomundo, que venceu a concorrência com uma cooperativa de trabalhadores.

O sucessor do Lusomundo, o Global Media Group, assumiu a propriedade do jornal, bem como do Diário de Notícias, da rádio TSF e do jornal O Jogo, entre outros títulos. Ainda segundo o texto, o Global Media fechou, em setembro de 2020, uma parceria que possibilitou a entrada do Grupo Bet, do empresário Marco Galinha, como acionista da empresa. Naquele ano, o JN já era o único jornal diário editado no Porto, já que os concorrentes “O Comércio do Porto” e “O Primeiro de Janeiro” haviam fechado, respectivamente, em 2005 e 2014. O JN também se mantém como o único jornal com circulação nacional produzido fora da capital, Lisboa. Em 2023, no entanto, sua sede

¹² Disponível em <https://www.e-cultura.pt/efemeride/1068#:~:text=O%20matutino%20Jornal%20de%20Not%C3%ADcias,25%20de%20abril%20de%201974>. Acesso em 18 de maio de 2025.

mudou da Rua Gonçalo Cristóvão, no centro, onde estava desde 1970, para a Rua Monte dos Burgos, no bairro de Paranhos, em instalações bem mais modestas.

Em julho de 2024, a imprensa portuguesa¹³ informou que um novo acordo foi traçado buscando resolver as dificuldades financeiras atravessadas pela empresa do JN. Títulos como o próprio Jornal de Notícias, o Jogo, entre outros, passaram a ser geridos pelo Notícias Ilimitadas, sob a liderança de Domingos de Andrade. Já o Diário de Notícias e alguns outros veículos se mantiveram com o Global Media – situações que se mantinham até conclusão deste relatório.

O estatuto do JN, publicado no site do jornal¹⁴, o define como uma “publicação periódica informativa e não doutrinária, predominantemente consagrada à informação geral, sem excluir, em limites adequados de extensão e profundidade, a informação especializada”. O periódico também se autodeclara independente de partidos políticos, governos e administração pública, bem como de grupos econômicos, sociais e religiosos, dizendo-se pluralista, isento e apartidário, e que segue a tradição de ser um porta-voz das camadas menos favorecidas da sociedade portuguesa, respeitando as leis pertinentes à atividade jornalística e os princípios éticos e deontológicos da profissão.

4.2 Análise discursiva do conteúdo noticioso

Sousa (2004) recomenda que o pesquisador deve “localizar, identificar, selecionar, recolher, descrever e analisar elementos de interesse para a sua pesquisa” (p. 63). E que, para isso, deve considerar uma amostra de textos – no caso específico desse estudo, as matérias publicadas pelos sites do A Cidade On Ribeirão Preto e Jornal de Notícias no período de 1º de setembro a 30 de novembro de 2024 –, cuja análise deve ser feita a partir das hipóteses e perguntas de investigação – essas últimas referidas, no presente relatório, como: “na imprensa de proximidade, a heterogeneidade do processo de envelhecimento é discursivizada? Os veículos jornalísticos que fazem coberturas locais/regionais levam em conta as diferentes vertentes do envelhecer e as diretrizes das principais normativas referentes à questão, discutindo possíveis intervenções em prol de

¹³ Disponível em <https://eco.sapo.pt/2024/07/30/jn-e-tsf-tem-novos-donos-galinha-retoma-controlo-da-global-media-e-estado-reforca-na-lusa/>. Acesso em 4 de junho de 2025.

¹⁴ Disponível em <https://www.jn.pt/institucional/estatuto-editorial>. Acesso em 4 de junho de 2025.

uma sociedade mais participativa a esse grupo etário? Ou há predominância de abordagens estereotipadas?”.

O A Cidade On Ribeirão Preto publica suas matérias com a data aparecendo na *home* do site, juntamente com a foto principal e o título. Por isso, foi possível visualizar, uma a uma, todas as que foram veiculadas no período de 1º de setembro a 30 de novembro de 2024. Nesse intervalo de tempo, o jornal postou 1759 notícias e reportagens, sendo que 25 delas – listadas a seguir – faziam referência a pessoas idosas ou a condições relativas ao envelhecimento.

A seleção foi feita, justamente, a partir da observação inicial dos títulos e imagens principais. Caso apresentassem alguma relação com envelhecimento, como menção, nos títulos, a pessoas ou a idades acima de 60 anos, ou então fotos mostrando pessoas que pudessem sugerir que eram desse grupo etário, eram verificadas e separadas para análise.

	Data	Título
1	02/09/2024	Idoso de 71 anos morre após ser atropelado por moto em Ribeirão https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-de-71-anos-morre-apos-ser-atropelado-por-moto-em-ribeirao/
2	24/09/2024	Idosa é obrigada a passar cartões bancários e senha em assalto no Centro de Ribeirão https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-e-obrigada-a-passar-cartoes-bancarios-e-senha-em-assalto-no-centro-de-ribeirao/
3	03/10/2024	Morre o jornalista e apresentador Cid Moreira, aos 97 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-o-jornalista-e-apresentador-cid-moreira-aos-97-anos/
4	04/10/2024	Morre vítima de acidente no Anel Viário Sul de Ribeirão; Motociclista foi preso

		https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-vitima-de-acidente-no-anel-viario-sul-de-ribeirao-motociclista-foi-presos/
5	04/10/2024	Morre em Ribeirão Preto o pecuarista Adir do Carmo Leonel https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-em-ribeirao-preto-o-pecuarista-adir-do-carmo-leonel/
6	08/10/2024	Idoso morre após ser atropelado em avenida na região de Ribeirão Preto https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-morre-apos-ser-atropelado-em-avenida-na-regiao-de-ribeirao-preto/
7	12/10/2024	Morre em São Paulo o humorista Ary Toledo, aos 87 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-em-sao-paulo-o-humorista-ary-toledo-aos-87-anos/
8	13/10/2024	Morre Washington Olivetto, criador da Democracia Corinthiana, aos 73 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-washington-olivetto-criador-da-democracia-corinthiana-73-anos/
9	15/10/2024	Idoso morre em Ribeirão Preto após se engasgar com comida https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-morre-em-ribeirao-preto-apos-se-engasgar-com-comida/
10	18/10/2024	Idoso é agredido com socos e chutes durante roubo em Ribeirão Preto https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-e-agredido-com-socos-e-chutes-durante-roubo-em-ribeirao-preto/

11	20/10/2024	Idoso agredido com chutes na região de Ribeirão morre após 2 meses internado https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-agredido-com-chutes-na-regiao-de-ribeirao-morre-apos-2-meses-internado/
12	23/10/2024	Justiça decreta prisão preventiva de engenheiro que esfaqueou filha, ex-mulher e idosa em Franca https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/justica-decretaprisao-preventiva-de-engenheiro-que-esfaqueou-filha-ex-mulher-e-idosa-em-franca/
13	23/10/2024	Idosa fica ferida após sofrer ataque de pitbull na região de Ribeirão https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idosa-fica-ferida-apos-sofrer-ataque-de-pitbull-na-regiao-de-ribeirao/
14	24/10/2024	Ex-boxeador Maguila morre aos 66 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/esportes/ex-boxeador-maguila-morre-aos-66-anos/
15	24/10/2024	Morre Tomires, ex-goleiro do Comercial, aos 79 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/esportes/morre-tomires-ex-goleiro-do-comercial-aos-79-anos/
16	27/10/2024	Morre Ruy Salgado Ribeiro, ex-secretário da Prefeitura de Ribeirão Preto https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/morre-ruy-salgado-ribeiro-ex-secretario-da-prefeitura-de-ribeirao-preto/
17	29/10/2024	Ricardo Silva anuncia juiz aposentado como coordenador da transição em Ribeirão Preto

		http://acidadeon.com/ribeiraopreto/politica/nevio-archibald/ricardo-silva-anuncia-juiz-aposentado-como-coordenador-da-transicao-em-ribeirao-preto/
18	31/10/2024	Idoso é resgatado de condições análogas à escravidão na região de Ribeirão https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-eresgatado-de-condicoes-analogas-a-escravidao-na-regiao-de-ribeirao/
19	04/11/2024	Cantor Agnaldo Rayol morre aos 86 anos em São Paulo https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/lazer-e-cultura/cantor-agnaldo-rayol-morre-aos-86-anos-em-sao-paulo/
20	05/11/2024	Morre João Motoca, ex-atacante e ídolo do Botafogo, aos 73 anos https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/esportes/morre-joao-motoca-ex-atacante-e-idolo-do-botafogo-aos-73-anos/
21	07/11/2024	Idoso é morto após briga por causa de vaca e manga em Ribeirão Preto https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-e-morto-apos-briga-por-causa-de-vaca-e-manga-em-ribeirao-preto/
22	08/11/2024	Idoso morre após ser atropelado no Anel Viário Sul de Ribeirão Preto https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-morre-apos-ser-atropelado-no-anel-viario-sul-de-ribeirao-preto/
23	14/11/2024	Produtora rural é encontrada carbonizada dentro de casa na região de Ribeirão

		https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/produtora-rural-e-encontrada-carbonizada-dentro-de-casa-na-regiao-de-ribeirao/
24	22/11/2024	Lar de idosos promove campanha solidária de Natal; Saiba como participar https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/lar-de-idosos-promove-campanha-solidaria-de-natal-saiba-como-participar/
25	28/11/2024	Idoso com deficiência visual fica ferido após cair em calçada no Centro de Ribeirão https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/idoso-com-deficiencia-visual-fica-ferido-apos-cair-em-calcada-no-centro-de-ribeirao/

Já no caso do Jornal de Notícias, a data das matérias não aparece na *home*. Apenas título e foto principal. Mas o veículo concentra suas publicações por tópicos – incluindo um destinado, exclusivamente, a “idosos” –, que são localizados por meio de buscas com o uso de palavras-chaves. Mesmo não sendo possível fazer a contagem total exata de publicações realizadas no período analisado – já que são mais de 100 por dia, distribuídas em editorias e seções variadas do site –, foram recuperadas todas as que tinham alguma relação com envelhecimento por meio da filtragem pelo tópico.

Foram listadas 30 matérias¹⁵, conforme mostra o quadro a seguir:

	Data	Título
1	03/09/2024	Cúmulo jurídico salva avô de pena de 1654 anos por abusos sexuais de duas netas

¹⁵ O Jornal de Notícias utiliza um sistema híbrido: parte das notícias é liberada a todos os leitores e parte é restrita a assinantes. Essas 30 matérias não tinham conteúdo limitado e, por isso, puderam ser visualizadas na íntegra.

		https://www.jn.pt/justica/artigo/cumulo-juridico-salva-avo-abusador-de-pena-de-1654-anos/17821618
2	05/09/2024	Estudo sobre perda de força muscular coloca idosos a ouvirem músculos enquanto treinam https://www.jn.pt/nacional/artigo/estudo-sobre-perda-de-forca-muscular-coloca-idosos-a-ouvirem-musculos-enquanto-treinam/17836963
3	12/09/2024	Buscas em Lousada terminam com a identificação de seis suspeitos de maus-tratos a idosos https://www.jn.pt/justica/artigo/buscas-em-lousada-terminam-com-a-identificacao-de-seis-suspeitos-de-maus-tratos-a-idosos/17833627
4	13/09/2024	Família lucra milhares de euros com idosos maltratados https://www.jn.pt/justica/artigo/familia-lucra-milhares-de-euros-com-idosos-maltratados/17833024
5	18/09/2024	Retirar vacinação dos mais idosos das farmácias deve-se a "questões de logística" https://www.jn.pt/nacional/artigo/retirar-vacinacao-dos-mais-idosos-das-farmacias-deve-se-a-questoes-de-logistica/17830372
6	21/09/2024	Reformados querem aumento mínimo de 70 euros para todas as pensões https://www.jn.pt/nacional/artigo/reformados-querem-aumento-minimo-de-70-euros-para-todas-as-pensoes-em-2025/17828613
7	29/09/2024	Idosa entalada nas portas de shopping recebe 20 mil euros https://www.jn.pt/justica/artigo/idosa-entalada-nas-portas-de-shopping-recebe-20-mil-euros/17826106

8	1º/10/2024	PSP sinaliza 326 idosos em risco social em dois meses https://www.jn.pt/nacional/artigo/psp-sinaliza-326-idosos-em-risco-social-em-dois-meses/17825421
9	02/10/2024	Montenegro anuncia reforço extraordinário de 3,5% para o setor social https://www.jn.pt/nacional/artigo/montenegro-anuncia-reforco-extraordinario-de-35-para-o-setor-social/17824492
10	02/10/2024	Montenegro diz contar muito com idosos e a sua alegria https://www.jn.pt/nacional/artigo/montenegro-diz-contar-muito-com-idosos-e-a-sua-alegria/17824576
11	08/10/2024	Reformados da Segurança Social recebem hoje pensão com bónus e acerto do IRS https://www.jn.pt/nacional/artigo/reformados-da-seguranca-social-recebem-hoje-pensao-com-bonus-e-acerto-do-irs/17821572
12	09/10/2024	Jovem cadastrado que roubou idoso parapléxico fica em prisão preventiva https://www.jn.pt/justica/artigo/jovem-cadastrado-que-roubou-idoso-paraplegico-fica-em-prisao-preventiva/17820937
13	10/10/2024	Mais 30 euros de Complemento Solidário para Idosos, serão 820 euros em 2028 https://www.jn.pt/nacional/artigo/mais-30-euros-de-complemento-solidario-para-idosos-serao-820-euros-em-2028/17820458

14	11/10/2024	Esclarecimento do Governo sobre rendas antigas contradiz Orçamento do Estado https://www.jn.pt/nacional/artigo/esclarecimento-do-governo-sobre-rendas-antigas-contradiz-orcamento-do-estado/17820069
15	13/10/2024	Confederação de reformados quer aumento de 5% das pensões https://www.jn.pt/nacional/artigo/confederacao-de-reformados-quer-aumento-de-5-das-pensoes/17818998
16	16/10/2024	Instaurados 219 inquéritos-crimes contra lares de idosos em oito meses https://www.jn.pt/justica/artigo/instaurados-219-inqueritos-crimes-contralares-de-idosos-em-oito-meses/17817536
17	18/10/2024	Gondomar passa a ter serviço gratuito de teleassistência para apoiar população sénior https://www.jn.pt/pais/artigo/gondomar-passa-a-ter-servico-gratuito-de-teleassistencia-para-apoiar-populacao-senior/17815821
18	26/10/2024	Famalicão vai ter mais 500 lugares em creches e estruturas de apoio a idosos https://www.jn.pt/pais/artigo/famalicao-vai-ter-mais-500-lugares-em-creches-e-estruturas-de-apoio-a-idosos/17843628
19	30/10/2024	Misericórdias ficam com parte do bónus entregue aos idosos https://www.jn.pt/nacional/artigo/misericordias-ficam-com-parte-do-bonus-entregue-aos-idosos/17841673

20	30/10/2024	Mais de 62% dos maiores de 85 anos estão vacinados contra gripe e covid-19 https://www.jn.pt/nacional/artigo/mais-de-62-dos-maiores-de-85-anos-estao-vacinados-contr-gripe-e-covid-19/17841581
21	31/10/2024	PS quer saber se o Governo vai impedir Misericórdias de ficar com bónus dos idosos https://www.jn.pt/nacional/artigo/ps-quer-saber-se-o-governo-vai-impedir-misericordias-de-ficar-com-bonus-dos-idosos/17840508
22	06/11/2024	Segurança Social esclarece que bónus nas pensões não pode ser retido pelos lares https://www.jn.pt/nacional/artigo/seguranca-social-esclarece-que-bonus-nas-pensoes-nao-pode-ser-retido-pelos-lares/17837797
23	13/11/2024	Detida mulher suspeita de assaltar 17 casas de idosos vulneráveis https://www.jn.pt/justica/artigo/detida-mulher-suspeita-de-assaltar-17-casas-de-idosos-vulneraveis/17833209
24	16/11/2024	São Bernardo precisa de ajuda para manter lar e creche https://www.jn.pt/pais/artigo/sao-bernardo-precisa-de-ajuda-para-manter-lar-e-creche/17831134
25	21/11/2024	Em Braga, ainda há idosos sem água quente em casa https://www.jn.pt/pais/artigo/em-braga-ainda-ha-idosos-sem-agua-quente-em-casa/17828384
26	22/11/2024	Mais de 42.800 idosos vivem sozinhos ou isolados https://www.jn.pt/nacional/artigo/mais-de-42800-idosos-vivem-sozinhos-ou-isolados/17847989

27	27/11/2024	Morreu o homem mais velho do Mundo aos 112 anos https://www.jn.pt/mundo/artigo/morreu-o-homem-mais-velho-do-mundo-aos-112-anos/17826638
28	27/11/2024	Operação Censos Sénior: "Vieram cá conversar comigo e alertar-me para as burlas" https://www.jn.pt/nacional/artigo/operacao-censos-senior-vieram-ca-conversar-comigo-e-alertar-me-para-as-burlas/17847534
29	28/11/2024	Corte de 16,9% nas pensões antecipadas em 2025 https://www.jn.pt/nacional/artigo/corte-de-169-nas-pensoes-antecipadas-em-2025/17825850
30	28/11/2024	Idade da reforma sobe para 66 anos e nove meses em 2026 https://www.jn.pt/nacional/artigo/idade-da-reforma-sobe-para-66-anos-e-nove-meses-em-2026/17825891

Fotografias

A análise discursiva de material jornalístico ficaria incompleta, segundo Sousa (2004), se não fossem consideradas as fotografias que acompanham as notícias e reportagens. Por isso, elas foram o primeiro item observado nos sites do A Cidade On Ribeirão Preto e do Jornal de Notícias.

Para o autor, “as fotografias contribuem para informar, para enfatizar matérias e para a atribuição de sentido e enquadramento de um acontecimento, podendo ter igualmente funções estéticas” (p. 113). Sousa afirma, ainda, que o sentido das imagens depende do contexto discursivo em que a foto é inserida e de indicadores de linguagem verbal e não verbal contidos nelas, como inscrições, objetos, personagens, gestuais, olhares, entre outros elementos que as associam ao contexto.

A análise das fotografias nas 25 matérias relacionadas a envelhecimento publicadas pelo A Cidade On Ribeirão Preto, no período de 1º de setembro a 30 de novembro de 2024, evidencia que elas foram utilizadas com um intuito meramente

ilustrativo, já que se tratam de fotos de arquivo do próprio jornal, de redes sociais de fontes citadas nos textos, cedidas por familiares ou, quando se referem ao falecimento de algum artista ou outra figura conhecida do grande público, de bancos de divulgação.

Percebe-se, também, que não há uma preocupação estética com as fotografias, fator que encontra uma justificativa no fato de que a equipe do jornal não dispõe de fotógrafos profissionais em seu quadro de colaboradores, conforme informado na entrevista com o editor do veículo (anexo 1) – o que compromete o planejamento de uma produção que seja condizente com as histórias a serem contadas nas matérias, fazendo com que, na grande maioria dos casos, as fotografias apenas cumpram uma função de preenchimento de espaço, para evitar que as narrativas sejam publicadas sem elementos imagéticos.

Igualmente, as legendas das fotos são um requisito estritamente protocolar, já que se restringem a descrever, de maneira sucinta, o que está sendo apresentado nas imagens ou a repetir alguma informação dos títulos ou do corpo das matérias, limitando as possibilidades de avançar para uma compreensão mais aprofundada da narrativa.

No caso do Jornal de Notícias, o cenário não é muito distinto. Apesar de dispor de fotógrafos profissionais na equipe, que são responsáveis pela produção de algumas fotografias associadas às matérias listadas no período de 1º de setembro a 30 de novembro de 2024, elas também assumem mais uma função ilustrativa do que provocativa, em que a atribuição de sentidos pelo leitor poderia exigir um processo de reflexão mais contemplativo, mas não é o caso, já que as informações são meramente descritivas ou, em muitos casos, há, até mesmo, ausência de legenda.

Nota-se que, das 30 matérias analisadas, em nove as fotografias associadas têm um elemento recorrente: mãos de pessoas com pele flácida e rugas. Inclusive, usa-se uma mesma imagem em três das matérias (Confederação de reformados quer aumento de 5% das pensões; Misericórdias ficam com parte do bônus entregue aos idosos; Idade da reforma sobe para 66 anos e nove meses em 2026). Isso acontece, também, com outras duas matérias (Segurança Social esclarece que bônus nas pensões não pode ser retido pelos lares; Detida mulher suspeita de assaltar 17 casas de idosos vulneráveis), o que reitera o caráter apenas ilustrativo das imagens, sem relação direta com os temas trabalhados.

Material escrito e conteúdo multimídia

Nas publicações do A Cidade On Ribeirão Preto, o envelhecimento aparece intimamente relacionado a uma condição de vulnerabilidade, seja de saúde individual ou de participação social, que flerta com a morte. À exceção de duas publicações, todas mencionam pessoas idosas que sofreram acidentes e/ou faleceram – fogem a esta regra somente as que foram publicadas nos dias 29 de outubro de 2024 (Ricardo Silva anuncia juiz aposentado como coordenador da transição em Ribeirão Preto) e 22 de novembro de 2024 (Lar de idosos promove campanha solidária de Natal; Saiba como participar).

Nenhuma das matérias publicadas no período selecionado para esta pesquisa, portanto, aborda o envelhecimento como uma etapa da vida em que é possível manter-se ativo, buscando bem-estar, qualidade de vida, ou, então, em que pessoas idosas sejam apresentadas como sujeitos ativos nas dinâmicas da sociedade, nas engrenagens das construções coletivas de saberes ou na implementação e manutenção de direitos fundamentais à dignidade humana, ou, ainda, que há diferentes formas de envelhecer e que existem velhices que são escanteadas do debate público. A visão sobre o contexto do envelhecimento, com isso, fica limitada à percepção de que os 60+ compõem um cenário atravessado por uma linha tênue que separa a vitalidade da fragilidade, ou a vida da morte.

A análise permitiu segmentar os textos de acordo com os seguintes tópicos:

1. Violência contra pessoas idosas e segurança vulnerável

- Assaltos e agressões físicas são recorrentes, evidenciando a vulnerabilidade da segurança desse grupo etário e destacando a necessidade de proteção e políticas públicas que sejam eficazes nesses aspectos.

2. Acidentes e cuidados com mobilidade

- Pessoas idosas envolvidas em acidentes de trânsito, como atropelamentos e colisões, demonstram a relevância de cuidados com a mobilidade e de uma infraestrutura urbana que promova acessibilidade.
- A falta de adaptação do ambiente urbano às necessidades de pessoas idosas contribui para a recorrência de acidentes.

3. Saúde e comorbidades em pessoas idosas

- Pessoas idosas com múltiplas comorbidades enfrentam desafios cotidianos, como no caso do jornalista Cid Moreira, que faleceu aos 97 anos devido a complicações relacionadas à insuficiência renal crônica.
- A necessidade de cuidados médicos contínuos e acompanhamento especializado é essencial para a qualidade de vida na velhice.

4. Solidariedade e apoio comunitário

- Iniciativas comunitárias, como campanhas solidárias de Natal promovidas por lares de idosos, reforçam a necessidade de apoio social e de integração de pessoas idosas na comunidade.
- Atividades que promovem interação social podem contribuir para o bem-estar emocional de pessoas idosas.

5. Morte de personalidades idosas

- O falecimento de figuras públicas idosas, como o jornalista Cid Moreira e o humorista Ary Toledo, dá destaque para a longevidade e os desafios enfrentados por indivíduos na velhice, sobretudo em questões ligadas à saúde.
- A partir desses eventos, o jornal levanta discussões sobre cuidados paliativos na velhice.

No Jornal de Notícias, a cobertura sobre processos de envelhecimento é mais abrangente. Inclusive, apenas uma matéria associa pessoas idosas à morte (Morreu o homem mais velho do Mundo aos 112 anos). Elas são, também, discursivizadas nas matérias a partir de aspectos relacionados a situações de vulnerabilidade, como acontece com o A Cidade On Ribeirão Preto, mas que, nesse caso, vêm acompanhadas de discussões sobre diversidade nas formas de envelhecer e por ações que visam minimizá-las ou revertê-las (PSP sinaliza 326 idosos em risco social em dois meses; Montenegro anuncia reforço extraordinário de 3,5% para o setor social; Montenegro diz contar muito

com idosos e a sua alegria; Mais 30 euros de Complemento Solidário para Idosos, serão 820 euros em 2028; São Bernardo precisa de ajuda para manter lar e creche; Em Braga, ainda há idosos sem água quente em casa; Mais de 42.800 idosos vivem sozinhos ou isolados; Operação Censos Sénior: "Vieram cá conversar comigo e alertar-me para as burlas").

Também é possível listar aspectos como:

1. Violência e maus-tratos a pessoas idosas

- Casos de abuso físico, sexual e financeiro envolvendo idosos são recorrentes, incluindo exploração por familiares ou terceiros.
- Operações policiais e inquéritos contra lares de idosos indicam vulnerabilidade e necessidade de fiscalização mais rigorosa.
- Notícia sobre idosa entalada em shopping e assaltos a pessoas idosas paraplégicas lançam luz aos riscos de acidentes e crimes contra esse grupo etário.

2. Saúde e bem-estar

- Estudos sobre perda de força muscular mostram iniciativas para melhorar a saúde física e funcional das pessoas idosas, como exercícios com *feedback* auditivo.
- Vacinação contra gripe e covid-19 é enfatizada, especialmente entre maiores de 85 anos, apontando para a questão da prevenção.
- Serviços de teleassistência e estruturas de apoio a idosos (como em Gondomar e Famalicão) destacam políticas públicas voltadas a promover qualidade de vida.

3. Condições sociais e isolamento

- Mais de 42.800 idosos vivem sozinhos ou isolados, o que denota risco social e necessidade de programas de integração e apoio.
- Problemas como falta de água quente em residências de idosos expõem carências básicas ainda presentes.

4. Rendimento e segurança financeira

- Debates sobre pensões e complementos solidários indicam preocupação com poder aquisitivo e sustentabilidade da aposentadoria.
- Questões como retenção indevida de bônus por lares ou corte de pensões antecipadas denunciam fragilidades no sistema de proteção financeira.
- Reformas na idade da aposentadoria e cortes futuros geram impacto direto no planejamento de vida das pessoas idosas.

5. Reconhecimento e longevidade

- Morte de indivíduo de idade avançada, e menção a alegria e participação dos idosos em sociedade destacam valorização da longevidade.
- Alguns eventos mostram o envolvimento ativo de pessoas idosas na sociedade, mesmo diante de limitações físicas ou sociais.

6. Fiscalização e intervenção governamental

- Operações como “Censos Sénior” alertam para fraudes e burlas contra idosos, chamando a atenção para a necessidade de monitoramento e educação voltados à prevenção.
- Reforços extraordinários no setor social e investimentos em creches e lares remetem à aplicação de políticas públicas voltadas à proteção e bem-estar das pessoas idosas.

Com base em tais observações, estabeleceu-se o seguinte quadro comparativo:

Tópico	Primeiro grupo (25 links, A Cidade On)	Segundo grupo (30 links, Jornal de Notícias)	Observações
Violência contra pessoas idosas	Casos de roubos, agressões físicas e atropelamentos	Maus-tratos, abusos sexuais e financeiros, roubos	Ambos destacam vulnerabilidade na segurança, mas o segundo grupo tem um enfoque maior

			em abusos e crimes sistemáticos.
Acidentes e mobilidade urbana	Idosos envolvidos em acidentes de trânsito, quedas e engasgos	Idosa entalada em shopping, acidentes domésticos e quedas	Primeiro grupo foca mais em acidentes de trânsito; segundo inclui, com mais recorrência, acidentes em locais fechados, urbanos e residências.
Saúde e cuidados médicos	Falecimentos por idade avançada ou doenças, cuidados paliativos	Estudos sobre força muscular, vacinação, teleassistência	Segundo grupo traz mais iniciativas preventivas e científicas
Solidariedade e apoio comunitário	Campanhas natalinas, integração social em lares de idosos	Expansão de lares e serviços de apoio, teleassistência	Ambos mostram importância do apoio social, mas o segundo grupo destaca políticas públicas e serviços governamentais, o que não acontece no primeiro grupo.
Morte de personalidades idosas / longevidade	Falecimento de figuras públicas (Cid Moreira, Ary Toledo, entre outras)	Falecimento de indivíduo com idade extrema (112 anos), menções à participação social	Primeiro grupo foca na notoriedade; segundo grupo destaca longevidade extrema e reconhecimento de pessoas idosas, independente da fama.
Rendimento e segurança financeira	Não muito presente	Pensões, complementos solidários, cortes e retenção de bônus	Exclusivo do segundo grupo; mostra preocupações econômicas e proteção social.
Isolamento e condições de vida	Não presente	Idosos vivendo sozinhos, falta de infraestrutura básica (água quente)	Exclusivo do segundo grupo; evidencia fragilidade social e necessidade de atenção domiciliar.

Fiscalização e prevenção de fraudes	Não presente	Operações contra burlas e maus-tratos, fiscalização de lares	Exclusivo do segundo grupo; demonstra atuação governamental e proteção jurídica.
--	--------------	--	--

Fonte: elaboração do autor

Observações gerais

- O primeiro grupo (A Cidade On) cobre acidentes, violência física e mortes de pessoas idosas, com foco em notícias locais e casos individuais, abordando, de forma predominante, os acontecimentos em si, com pouca contextualização.
- Já o segundo grupo (Jornal de Notícias) abre espaço, de maneira mais frequente, a discussões sobre políticas públicas, segurança social, saúde preventiva, abuso financeiro e isolamento, além de alguns casos de violência e longevidade extrema.
- Tópicos recorrentes em ambos os grupos: violência e agressão, morte de idosos e apoio social/solidariedade, ainda que com ênfases diferentes.
- Tópicos exclusivos do segundo grupo indicam preocupações estruturais e sociais mais amplas, como pensões, assistência governamental e prevenção de fraudes.

Tais observações serão consideradas adiante, em discussão que prevê incrementar as análises de entrevistas feitas com dois profissionais – um do A Cidade On Ribeirão Preto e outro do Jornal de Notícias –, para possibilitar o cruzamento dos dados recolhidos nos sites com percepções de jornalistas que atuam nesses veículos.

4.3 Análise discursiva das entrevistas

Como mencionado, foram realizadas duas entrevistas, com um profissional de cada veículo de comunicação analisado. Uma delas foi com um editor do A Cidade On Ribeirão Preto, que foi nomeada como Entrevista 1, e outra com um editor de online do Jornal de Notícias, nomeada com Entrevista 2 (apresentadas, respectivamente, nos anexos I e II, ao final deste relatório).

A Cidade On Ribeirão Preto

A entrevista com o editor do A Cidade On foi feita no dia 16 de maio de 2025, com duração de 1h, 02 minutos e 15 segundos. Já a com o editor de online do JN foi realizada em 17 de abril de 2025, com duração de 50 minutos e 15 segundos. Em ambas, foi utilizado o software Google Meet, preferido pelos dois profissionais, que tem permissão para gravação.

A transcrição foi feita com auxílio do Pinpoint, ferramenta disponibilizada pelo Google, também gratuitamente, a jornalistas e professores mediante cadastro. Após transcritas, as entrevistas passaram por revisão, já que o Pinpoint, eventualmente, troca palavras ou faz emendas não pertinentes. Para isso, eu, proponente deste trabalho, fui assistindo às entrevistas gravadas e, concomitantemente, fazendo uma releitura das entrevistas transcritas, para fazer os ajustes necessários.

A Entrevista 1, com o editor do A Cidade On, foi baseada em cinco tópicos principais, a saber.

- **História e transformação**

- O A Cidade é um jornal centenário de Ribeirão Preto, que se consolidou por suas edições impressas.
- Há alguns anos, passou por um processo de digitalização, com o lançamento do portal A Cidade On.
- Em 2018, o impresso deixou de circular para que fosse priorizado o conteúdo digital.

- **Identidade editorial**

- Foco em notícias locais e regionais, cobrindo política municipal, economia regional, cultura, cotidiano e esportes, entre outros temas.

- **Modelo de negócios**

- Baseado principalmente em publicidade digital e parcerias com marcas e eventos regionais.
- O *paywall* não é central. O acesso é majoritariamente gratuito, o que ajuda a manter grande alcance regional.
- Investimento em redes sociais e conteúdo multimídia (vídeos, lives, transmissões de eventos).

- **Público**

- Audiência ampla, composta por diferentes grupos, mas com foco em mulheres de 38 a 48 anos de classe B, religiosas, católicas e com ensino superior.
- Penetração entre jovens e adultos de 20 a 50 anos.
- O jornal ainda é reconhecido por pessoas idosas que se habituaram ao impresso, mas a transição desse público para o digital tem sido difícil.

- **Desafios principais**

- Manter a relevância local em meio à concorrência de redes sociais e portais nacionais.
- Fidelizar a audiência digital sem depender apenas de tráfego orgânico das redes.
- Incluir públicos mais velhos que ainda se identificam com o jornal, mas não se adaptaram plenamente ao online.
- Não há pessoas idosas na equipe de profissionais.

Quando abordadas questões específicas relacionadas às pessoas idosas, foi possível extrair que, durante décadas, o A Cidade impresso foi muito requisitado por famílias, entre elas de pessoas idosas, o que possibilitou se tornar tradicional e ultrapassar

cem anos de existência. Esse público mantém, conforme o entrevistado, a imagem do jornal como referência, mas não tem migrado em grande número para a versão digital, seja pela falta de familiaridade com aplicativos e sites de notícias, seja pelo modelo adotado no online (mais voltado a redes sociais, sobretudo o TikTok, *push notifications* e consumo rápido), o que pode distanciar pessoas adeptas de uma leitura mais pausada e aprofundada.

Apesar do grande valor histórico e comunitário para Ribeirão Preto, o A Cidade On, como foi possível inferir a partir da entrevista, corre o risco de perder um público que foi fiel aos exemplares impressos caso não invista em conteúdos direcionados e acessíveis a esse grupo etário.

Por outro lado, percebe-se que o público idoso ainda é importante para o jornal, principalmente como um capital simbólico, o que ajuda a reforçar a credibilidade histórica da marca. Parte desses leitores continua ativa, social e economicamente, o que abre espaço para produtos adaptados. Ao transformar sua tradição em um diferencial competitivo e criar pontes digitais para esse segmento, o veículo pode se tornar também uma referência intergeracional, unindo leitores jovens e seniores em torno da informação regional.

Jornal de Notícias

Já a entrevista com o editor de online do Jornal de Notícias amparou-se nesses tópicos:

- **História e posicionamento**
 - O JN está entre os mais lidos de Portugal, tanto na versão impressa quanto na digital.
 - Foi um dos pioneiros em presença digital no país: segundo jornal a ter site e o primeiro a atualizar informação online (desde 1995).

- **Edição impressa**

- Vendas do impresso em declínio, acompanhando tendência global.
- Em 2008, vendia cerca de 90 mil exemplares diários; atualmente, cerca de 20 mil.
- As edições de fim de semana, sobretudo aos domingos, são consideradas as mais fortes.
- Público do impresso predominantemente: mais idoso e com maior tradição de leitura por meio de assinaturas e em estabelecimentos comerciais, como cafés.

- **Edição digital**

- É o jornal com maior audiência online em Portugal, com cerca de 2,8 milhões de leitores mensais.
- Contudo, enfrenta dificuldades em converter a audiência em assinaturas pagas.
- A edição impressa tinha distribuição mais centrada no norte do país, onde está sua cidade-sede, o Porto. Com o online, houve expansão geográfica e etária. Inclusive, há jovens que nunca compraram o impresso e conhecem o JN apenas pela internet.
- Público online é mais transversal, com predominância entre 35 e 60 anos, ligeiramente mais masculino.

- **Modelo de negócios**

- O JN utiliza sistema híbrido: parte do conteúdo é aberta, parte fechada para assinantes.
- Considerado um jornal mais popular e, por isso, enfrenta desafios para competir no online com os jornais Público e Expresso, que conseguem mais assinantes por causa do perfil de leitores, com poder aquisitivo maior.

- O JN fechou parceria com a PressReader justamente visando fortalecer as vendas de assinaturas digitais.

- **Redação e trabalho jornalístico**
 - Cerca de 70 a 80 jornalistas, com mistura geracional (dos 20 aos 60 anos).
 - Equipe de produção para o online e de gestão do site é de oito pessoas, mas todos os jornalistas do impresso, inclusive os mais velhos, contribuem com conteúdos para o online.
 - Há integração entre as versões impressa e digital, embora cada uma tenha especificidades de conteúdo.

- **Desafios principais**
 - Dificuldade em monetizar informação online dado o domínio publicitário do Google e do Facebook.
 - Concorrência com conteúdos de redes sociais e influenciadores digitais.
 - Falta de literacia mediática de consumidores de informação online, que muitas vezes não distinguem jornalismo de marketing de conteúdo.
 - Ameaças e oportunidades trazidas pela Inteligência Artificial.

Na abordagem sobre questões específicas relacionadas às pessoas idosas, soube-se que a pandemia de Covid-19, que teve seu auge nos anos de 2020 e 2021, acelerou a queda do consumo em papel. Entre outros fatores, pelas incertezas sobre as possibilidades de contágio pelo manuseio do impresso.

A direção do jornal reconhece que há pessoas idosas conectadas, por meio do uso de celulares ou *tablets*, mas que não houve uma migração massiva desse grupo do impresso para o online – que construiu um público novo, mais jovem e geograficamente mais diverso. E que não há uma estratégia editorial ou produto voltado, prioritariamente, à faixa etária dos 65+.

O *e-paper* (versão digital que simula um jornal impresso, com hierarquia de páginas) é visto como uma ferramenta que pode facilitar a transição de leitores idosos habituados ao papel. No entanto, apesar de Portugal ser um país envelhecido e de haver potencial para pensar um Jornalismo digital voltado a esse público, o JN não aponta uma preocupação estratégica central com isso.

Observações gerais

A partir dessas observações, foi possível encontrar pontos em comum:

- **Tradição centenária:** ambos são jornais históricos, com mais de um século de existência, mantendo forte vínculo comunitário e sendo reconhecidos como relevantes para a construção da memória coletiva.
- **Impresso e pessoas idosas:** em ambos, o impresso está associado ao público idoso e à credibilidade jornalística.
- **Transição digital complexa:** pessoas idosas têm dificuldades para acompanhar a digitalização.
- **Desafio estratégico:** risco de perder parte da base fiel de leitores se não houver produtos e formatos adaptados às pessoas idosas.
- **Ausência de políticas específicas:** nem o A Cidade On nem o JN desenvolveram soluções digitais desenhadas para o público idoso.

Esses pontos foram detalhados no seguinte quadro comparativo:

Aspecto	A Cidade On Ribeirão Preto (Brasil)	Jornal de Notícias (Portugal)	Pontos em comum
História e tradição	Fundado em 1905 (A Cidade), referência centenária em Ribeirão Preto, símbolo da imprensa regional.	Fundado em 1888, um dos jornais mais tradicionais de Portugal, com identidade popular.	Ambos têm longa tradição e forte vínculo comunitário, reconhecidos por gerações mais velhas.

Presença impressa	Edição impressa deixou de circular diariamente; desde 2018, foco exclusivo no digital (A Cidade On).	Mantém edição impressa diária, com público fiel mais velho.	Nos dois casos, o impresso é associado ao público idoso, visto como símbolo de credibilidade.
Transição para o digital	Tornou-se totalmente digital, mas a transição afastou parte dos leitores idosos acostumados ao papel.	Adotou o digital mantendo um grande número de leitores, mas enfrenta dificuldades para migrar parte do público idoso para o online.	Em ambos, as pessoas idosas representam desafio na adaptação digital, por uma série de fatores – entre eles, barreiras tecnológicas e superficialidade das informações disponibilizadas nas matérias.
Perfil do público idoso	Reconhecido como público histórico, mas menos presentes no digital; ainda valoriza a tradição do jornal.	Importante base de leitores no impressos, idosos ainda garantem relevância da edição em papel.	Em ambos, as pessoas idosas são vistas como herdeiras da tradição e guardiãs da memória dos jornais.
Modelo de negócios	Base em publicidade digital e parcerias locais; pouco foco em <i>paywall</i> .	Equilibrado: assinaturas digitais + impressas; impresso ainda rentável por causa do público mais velho; parte do conteúdo digital liberada e parte restrita a assinantes.	Ambos precisam conciliar audiência jovem-digital e fidelidade dos mais velhos.
Estratégias para pessoas idosas (atuais)	Não há produto específico para esse grupo etário; transição digital não foi acompanhada de adaptação de formato.	Mantém a edição impressa como ponte com as pessoas idosas.	Ambos carecem de estratégias digitais específicas para inclusão do público idoso.
Profissionais idosos nas redações	Ausentes	Estão concentrados no impresso e, eventualmente,	Falta de valorização da mão

		colaboram no online	de obra de pessoas idosas
Desafios centrais	Incluir os idosos no ambiente digital e ampliar a valorização da ligação histórica dos 60+ com o jornal.	Não perder as pessoas idosas que são fiéis ao impresso e, ao mesmo tempo, incluí-las no digital.	O desafio é semelhante: integrar o público idoso no ecossistema digital sem romper com a tradição.

Fonte: elaboração do autor

4.4 Discussão das análises

Segundo Sousa (2004), a pesquisa científica implica a capacidade do pesquisador de descomplicar o objeto de estudo: primeiro, parcelando-o, para que a análise seja possível. Depois, num movimento inverso, juntando os fragmentos, mas com poder de síntese. “A síntese é a operação contrária à análise. Sem análise, o conhecimento científico seria superficial; sem síntese, seria necessariamente incompleto. Ambas coexistem no campo da análise do discurso” (p. 34). Até este momento do trabalho, pudemos testar, experimentar a análise. A partir de agora, as partes começam a se recompor em síntese, de forma a preparar a conclusão.

A teoria trazida para a discussão nos ajuda a entender que o envelhecimento é uma etapa da vida marcada por múltiplas dimensões: biológicas, sociais, culturais e econômicas. A maneira como os meios de comunicação retratam esse processo exerce papel central na construção social das percepções, influenciando o reforço de modelos discriminatórios, hábitos de consumo de informação e políticas públicas.

Partindo desses pressupostos, este estudo teve, como objetivo, analisar, de forma comparativa, como duas publicações jornalísticas — A Cidade On Ribeirão Preto (Brasil) e Jornal de Notícias (Portugal) — abordam o envelhecimento e o público idoso em seus conteúdos digitais, questionando se as notícias e reportagens aprofundam questões pertinentes à qualidade de vida na velhice ou se predominam visões estereotipadas, conforme exposto ao longo do texto. Para isso, foram examinadas publicações entre 1º de setembro e 30 de novembro de 2024, incluindo fotografias, textos escritos e conteúdo multimídia, complementadas por entrevistas com editores de cada veículo.

O recorte comparativo permitiu avaliar aspectos locais e regionais do jornalismo brasileiro e português, investigando como a transição do impresso para o digital impacta a inclusão de pessoas idosas na abordagem dos veículos e como a relação delas com fatores como representação, vulnerabilidade e longevidade é discursivamente construída. Há uma restrição para as temáticas saúde/doença, a exemplo do que nos apontou Campos *et. al* (2010)? Os jornais consideram orientações como as da SBBG (2018), de que pessoas idosas podem ser fontes para as matérias, que são seres plurais, que há diferentes maneiras de envelhecer e de abordar o envelhecimento no Jornalismo, e, ainda, que não se deve restringir a associação da velhice a superidosos, a empecilhos econômicos e, até mesmo, à vulnerabilidade e à morte? Os jornais aproveitam as oportunidades de propor modelos dialógicos mais descentralizados e participativos, que não marginalizem pessoas idosas? Entregam conteúdos nos quais elas se sintam representadas?

São muitas as perguntas que surgem a partir da problemática central de pesquisa e que, claro, não serão todas respondidas neste trabalho. Mas é possível tecer algumas considerações neste sentido a partir da observação das publicações dos referidos veículos, o que pode embasar novos estudos que se juntem a este e, dessa forma, contribuam para estender a compreensão acerca da temática.

Começando pelas fotografias, elas se inserem, nos dois veículos jornalísticos observados, na concepção de uma representação de velhice pautada na vulnerabilidade e na fragilidade, limitando a possibilidade de um olhar diversificado sobre envelhecimento, como etapa ativa e multifacetada da vida. Um dos elementos que compõem essa perspectiva, por exemplo, é a repetição de imagens de mãos enrugadas e envelhecidas em matérias do Jornal de Notícias, conforme citado, o que desconsidera outras possibilidades para o aspecto físico de pessoas 65+, caindo, portanto, no lugar-comum.

Já no caso dos textos escritos e do conteúdo multimídia, pode-se inferir que o A Cidade On mantém a narrativa centrada na vulnerabilidade e no risco, com pouca atenção à autonomia, à participação social ou a estratégias para o envelhecimento ativo. O Jornal de Notícias, por sua vez, apesar de propor uma cobertura mais abrangente, no que concerne a dimensões estruturais e sociais, apresenta as pessoas idosas – como também é percebido no A Cidade On – a partir de um ponto de vista uniforme, principalmente nos títulos, utilizando, predominantemente, as terminologias “idosa” e “idoso” para se referir, respectivamente, a pessoas dos sexos feminino e masculino 60+ (para o Brasil) e 65+

(para Portugal) – o que pressupõe que atingir essas faixas etárias já defina, por si só, uma característica específica. Mesmo em matérias em que a idade das pessoas reportadas não se relaciona, necessariamente, ao foco da matéria, como na publicação “Idoso é morto após briga por causa de vaca e manga em Ribeirão Preto”. Aqui, a pessoa foi assassinada não por ser idosa, mas porque se envolveu em uma briga. A condição de ter mais de 60 anos, porém, parece, em uma leitura restrita ao título, ser determinante para o crime.

Em linhas gerais, ambos os jornais reconhecem a importância histórica do público idoso, mas carecem de estratégias digitais específicas para abranger esse grupo, que permanece como um desafio na transição do impresso para o digital.

Tais pontos favorecem a elaboração de um novo quadro comparativo, que, dessa vez, contempla uma análise integrada entre elementos visuais, escritos, as percepções dos editores entrevistados e aspectos econômicos e sociais que norteiam as publicações.

Aspecto	A Cidade On Ribeirão Preto	Jornal de Notícias
Enfoque principal	Vulnerabilidade, acidentes, mortes, violência física	Vulnerabilidade, mas inclui políticas públicas, prevenção, diversidade e participação
Representação visual	Fotos meramente ilustrativas, estereotipadas, reforçando fragilidade	Fotos meramente ilustrativas, estereotipadas, reforçando fragilidade
Público idoso	Histórico; pouco presente no digital; capital simbólico	Mantido no impresso; no digital, público mais diverso; ausência de estratégia para 65+
Dimensões sociais	Locais e episódicas	Estruturais, com enfoque em políticas públicas, assistência e prevenção

Fonte: elaboração do autor

CONCLUSÃO

O envelhecimento populacional é um fenômeno global, mas assume contornos particulares em diferentes países, influenciado por fatores socioeconômicos, históricos e geográficos. No Brasil e em Portugal, embora as trajetórias de desenvolvimento sejam distintas, ambos vivenciam o desafio de adaptar políticas públicas, serviços sociais e práticas comunicacionais a populações que caminham rumo ao envelhecimento. Nesse contexto, a imprensa local e regional desempenha um papel estratégico: ao mesmo tempo em que deve refletir as transformações demográficas, também precisa reinventar-se para atender a um público cada vez mais idoso, garantindo sua função social de mediação e de produção de sentidos no espaço público – o que é desafiador, tendo em vista que uma sociedade com essas características é um fenômeno inédito no planeta.

Em termos socio-históricos, o Brasil vive um processo de envelhecimento relativamente recente, acelerado pela queda das taxas de fecundidade a partir da segunda metade do século XX e pelo aumento da expectativa de vida proporcionado por avanços médicos e políticas sociais. A veloz transição demográfica brasileira pressiona a sociedade a encontrar respostas em curto espaço de tempo. Em Portugal, por outro lado, o envelhecimento é um fenômeno de longa duração, consolidado desde a segunda metade do século XX e intensificado pelo fenômeno da emigração de jovens para outros países europeus. O resultado é um país com elevada proporção de idosos, sobretudo em áreas rurais e interiores, marcadas pela baixa densidade populacional.

Do ponto de vista geográfico, as diferenças internas nos dois países condicionam tanto as dinâmicas do envelhecimento quanto as respostas da imprensa. No Brasil, a diversidade territorial acentua disparidades: em grandes metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, onde há maior acesso a serviços de saúde e informação, enquanto regiões interioranas enfrentam carências de infraestrutura e menor presença da mídia profissional. Isso implica que veículos regionais/locais muitas vezes se tornam as principais, e por vezes únicas, fontes de informação para a população idosa. Apesar de estar no interior, Ribeirão Preto experimenta um forte desenvolvimento econômico, impulsionado pelo agronegócio, pela construção civil e pelos serviços, destacando-se como polo regional, que influencia os municípios do entorno.

Já em Portugal, a forte concentração demográfica no litoral, como o Porto, em contraste com a desertificação do interior, inclusive em áreas da própria região norte do país, acentua a relevância dos meios de comunicação regionais como espaços de representação e coesão comunitária. Para idosos que vivem em vilas ou aldeias, jornais constituem vínculos simbólicos e afetivos, funcionando não apenas como fontes de notícias, mas também como instrumentos de preservação de identidades culturais.

Essas especificidades revelam alguns dos principais desafios da imprensa local/regional diante do envelhecimento. Em primeiro lugar, há a necessidade de produzir conteúdos acessíveis e relevantes para um público que, em grande parte, não acompanha a mesma velocidade das transformações digitais. Tanto no Brasil quanto em Portugal, a migração da informação para plataformas digitais exclui parte significativa da população idosa, sobretudo em áreas com menor infraestrutura tecnológica. Isso coloca a mídia local diante de um dilema: investir em formatos digitais para garantir sustentabilidade econômica ou manter-se em suportes tradicionais, como o impresso, que ainda alcançam de forma mais efetiva esse segmento populacional?

Outro desafio está relacionado à representação social da velhice. A imprensa local tem o potencial de valorizar trajetórias de vida, experiências comunitárias e iniciativas culturais de pessoas idosas, combatendo estereótipos que frequentemente as reduzem à condição de fragilidade ou dependência. No Brasil, onde a sociedade historicamente valoriza a juventude, a mídia regional pode desempenhar um papel de ressignificação da velhice, trazendo à tona a importância da participação cidadã dos idosos em associações, conselhos municipais e atividades culturais. Em Portugal, onde a figura do idoso já ocupa lugar central nas dinâmicas comunitárias, a imprensa local pode reforçar narrativas de pertencimento e resistência cultural, sobretudo em regiões marcadas pela perda de população jovem.

Há, ainda, questões estruturais que dificultam a atuação da imprensa de proximidade nos dois países. A crise econômica dos meios regionais, decorrente da concentração de investimentos publicitários em plataformas digitais globais, fragiliza a capacidade de manter redações, apurar informações e diversificar pautas. Esse cenário é particularmente crítico porque, em contextos de envelhecimento, a imprensa local é um dos poucos instrumentos capazes de dar visibilidade a políticas públicas de saúde,

previdência, mobilidade urbana e assistência social. A ausência ou fragilidade desses veículos compromete o direito à informação e aprofunda desigualdades comunicacionais.

Por outro lado, o envelhecimento também abre oportunidades. O público idoso tende a valorizar a informação de proximidade, que trata de acontecimentos da comunidade, tradições culturais e serviços de interesse imediato, como saúde e lazer. Ao investir em pautas específicas, como envelhecimento ativo, inclusão digital, voluntariado e histórias de vida, os veículos regionais podem consolidar um vínculo de confiança com essa audiência. Além disso, iniciativas de educação midiática voltadas a idosos, promovidas por universidades, associações comunitárias ou pelas próprias redações, podem ampliar a inclusão digital e garantir a permanência dos veículos no ecossistema comunicacional contemporâneo.

Especificamente nas análises do A Cidade On Ribeirão Preto e do Jornal de Notícias, observou-se que existem essas oportunidades: de promover a diversificação de representações visuais, evitando o reforço de estereótipos de fragilidade; de ampliar os enfoques editoriais, para incluir envelhecimento ativo, qualidade de vida e participação social; e de criar políticas jornalísticas que promovam representatividade das pessoas idosas. No entanto, para além das dificuldades estruturais, é ausente, no caso do A Cidade, e esporádica, no Jornal de Notícias, a presença da mão de obra de profissionais idosos que poderia contribuir para uma mudança nesse quadro.

Em síntese, o envelhecimento populacional no Brasil e em Portugal coloca a imprensa local e regional diante de um duplo desafio: sobreviver em um ambiente de crise estrutural e, ao mesmo tempo, reinventar-se para dialogar com um público crescente, diverso e ativo. A compreensão dos contextos socio-históricos e geográficos de cada país evidencia que, enquanto no Brasil o desafio maior é responder rapidamente a um processo de envelhecimento acelerado em meio a profundas desigualdades regionais, em Portugal a questão central reside na valorização da memória e da identidade em territórios marcados pela desertificação demográfica.

Em ambos os casos, a imprensa local, se fortalecida, pode atuar como mediadora essencial entre o poder público, a sociedade civil e os idosos, garantindo que o processo de envelhecimento seja acompanhado de inclusão informacional e cidadania plena.

REFERÊNCIAS

- Amaral, V. (2012). A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa. In Correia, J. C. (Ed.). *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 1-16). LabCom Books.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. Bertrand do Brasil.
- Brasil (2006). *Portaria n. 2528, de 19 de outubro de 2006*.
http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2006/prt2528_19_10_2006.html.
- Bakhtin, M (Volochinov, V. N.). (1997). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 8. ed. Hucitec.
- Bosi, E. (2004). *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. Companhia das Letras, 2004.
- Brasil (2003). *Estatuto da Pessoa Idosa, de 1º out. 2003*.
<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/98301/estatuto-do-idoso-lei-10741-03>.
- Burke, P. (2000). *Escola dos Annales (1929-1989): a revolução francesa da historiografia*. Editora da Unesp.
- Cabral, Manuel Villaverde (coord.); Ferreira, Pedro Moura; Silva, Pedro Alcântara da; Jerónimo, Paula; Marques, Tatiana (2013). *Processos de envelhecimento em Portugal: usos do tempo, redes sociais e condições de vida*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In Correia, João Carlos (Ed.). *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 35-47). LabCom Books.
- Campos, P. C.; Fontes, C. S. K.; Meassi, C. G.; Monteiro, D. P.; Morais, C. F.; Nascimento, G. F.; Piola, B. C. T.; Sei, M. N. Jornalismo e Sociedade: Cobertura sobre Terceira Idade na imprensa brasileira. *Kairós Gerontologia*, 13 (1), páginas 73-103.
- Cetic.br – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação sob os auspícios da Unesco. (2019). *TIC Domicílios 2019: principais resultados*. https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf.
- Correia, J. C. (1995). O Poder do Jornalismo e a Mediatização do Espaço Público. *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, páginas 1-16.
<https://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf>.
- Dewey, J. (1966). *Democracy and Education*. Free Press.

Ferry, J. (1995). *Quelle Théorie critique des médias aujourd'hui in Lisboa, Boris et Haarscher, Les Médias entre Droit et pouvoir*. Ed. Université de Bruxelles.

FFMS – Fundação Francisco Manuel dos Santos. (2017). *Portugal, um país a envelhecer*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Foucault, M. (1999). *Microfísica do Poder*. 14. ed. Graal.

Jerónimo, P. (2017). A chegada da imprensa regional a um “admirável mundo novo”. In Jerónimo, P. (Ed.). *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital* (pp. 27-46). LabCom.

Lévy, P. (1995). *As tecnologias da inteligência*. Editora 34.

Liesenber, C. (2019). *Sob o signo do tempo: velhice e envelhecimento em perfis de idosos nas mídias*. [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP.

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-16052019-165919/pt-br.php>

Lima, Helena. (2017). *A evolução editorial do Jornal de Notícias e a inclusão de elementos de jornalismo popular*.

<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/110514/2/233089.pdf>

Marktest. (2023). *Acesso de idosos portugueses à internet duplica em cinco anos*. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~29bc.aspx>;

Minayo, M. C. de S. (2019). O desafio da pesquisa social. In Minayo, M. C. de S.; Deslandes, S. F.; Gomes, R. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-28). Vozes.

OMS – Organização Mundial da Saúde. (2008). *Guia Global: Cidade Amiga do Idoso*. Publicações da OMS.

OMS – Organização Mundial da Saúde. (2015). *Relatório mundial de envelhecimento e saúde*. Publicações da OMS.

Ortega Y Gasset, J. (1963). *Meditação da técnica*. Livro Ibero-Americano.

Pedro, W. J. A. (2013). Reflexões sobre a promoção do envelhecimento ativo. *Kairós Gerontologia*, 16 (3), páginas 9-32.

Pelissari, H. (2001). Orestes Lopes de Camargo. In Amorim, Galeno (org.). *Os Desbravadores: personalidades que fizeram história no interior paulista*. Palavra Mágica.

Peruzzo, C. M. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 26(43) páginas 67-84.

<https://pdfs.semanticscholar.org/b85f/f21fe1af68936a0333f96599b612f30edca5.pdf>

Portugal. (2023). *Plano de Ação de Envelhecimento Ativo e Saudável*.
https://cceativo.pt/wp-content/uploads/2024/03/Plano-Acao-Envelhecimento-Ativo-e-Saudavel-2023_2026-1.pdf.

Schwingel, C. (2012). *Ciberjornalismo*. Paulinas.

Savenhago, I. J. S. *Transformações tecnológicas no trabalho de jornalistas 60+ no Estado de São Paulo: um estudo na perspectiva CTS*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal de São Carlos]. Repositório Institucional UFSCar.
<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/19025>

Savenhago, I. J.; Souza, W. D. (2015). Estereótipo. In Colling, A. M.; Tedeschi, L. A. (Org.). *Dicionário crítico de gênero*. Editora UFGD.

SBGG – Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia. (2018). *Guia para Jornalistas na Cobertura do Envelhecimento*. Dínamo Editora

Sousa, J. P. (2004). *Introdução à Análise do Discurso Jornalístico Impresso: um guia para estudantes de graduação*. Letras Contemporâneas.

Szymanski, H. (2002). Entrevista reflexiva: um olhar psicológico para a entrevista em pesquisa. In Szymanski, H. (Ed.). *A entrevista reflexiva em educação: a prática reflexiva* (pp. 9-61). Plano.

Tornatore, N. (2005). *A Cidade 100 anos: Fazendo História*. Gráfica São Francisco.

Traquina, N. (1995). O Paradigma do Agenda Setting, Redescoberta do Poder do Jornalismo. 1995. *Revista de Comunicação e Linguagens – Comunicação e Política*, n. 21-22.

United Nations (2022a). *World Population Prospects 2022 - World*.
<https://population.un.org/wpp/Graphs/Probabilistic/POP/60plus/900>.

United Nations (2022b). *World Population Prospects 2022 - Brazil*.
<https://population.un.org/wpp/Graphs/Probabilistic/POP/60plus/76>

United Nations (2022c). *World Population Prospects 2019 - Portugal*.
<https://population.un.org/wpp/Graphs/Probabilistic/POP/65plus/620>.

WHO – World Health Organization. (2017). *Global strategy and action plan on ageing and health*. Publicações da OMS.

WHO – World Health Organization. (2005). *Envelhecimento ativo: uma política de saúde*. Trad. Suzana Gontijo. Organização Pan-Americana de Saúde.

APÊNDICES

Apêndice I – Produção bibliográfica no âmbito do programa:

Produção de artigo científico

O presente relatório deve dar origem a um artigo científico, a ser publicado em coautoria com o Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa e submetido à apreciação de uma revista publicada preferencialmente em Portugal, onde está a Universidade Fernando Pessoa. A previsão de envio é até o mês de dezembro de 2025.

Participação em congressos

Este trabalho deverá ser apresentado em dois eventos científicos relacionados a Jornalismo e/ou envelhecimento, sendo um no Brasil e um em Portugal, com o intuito de compartilhar seus resultados com a comunidade acadêmica de ambos os países, já que se trata de um estudo comparativo entre um veículo brasileiro e um português. A presença física em tais eventos estaria atrelada à disponibilidade financeira, inclusive com pedido de apoio a agências de fomento do Brasil.

Apêndice II – Descrição das atividades realizadas junto à Universidade Fernando Pessoa (UFP) entre setembro de 2024 e agosto de 2025.

Atividades realizadas presencialmente (Agosto/Setembro de 2024)

A primeira etapa do pós-doutoramento foi presencial, com atividades voltadas à integração com docentes e outros acadêmicos portugueses, especialmente da Universidade Fernando Pessoa (UFP), no Porto, e da Universidade de Beira Interior (UBI), em Covilhã, onde participei de conversas sobre questões relacionadas à temática deste relatório e ministrei aulas/palestras. Também fiz visitas a veículos de comunicação no Porto e no entorno (Vila Nova de Gaia).

21 de agosto 2024

Chegada ao Porto e contato com o docente supervisor, Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa.

2 de setembro 2024

Visita à Universidade Fernando Pessoa e primeira reunião com o docente supervisor, Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa, sobre etapas do desenvolvimento do trabalho. Integração com outros acadêmicos, entre mestrandos, doutorandos, pós-doutorandos e professores da UFP. Entrega de projeto de pesquisa e documentação na secretaria.

15 de setembro 2024

Visita à exposição “Act the thought, uma luz de verdade contra a desinformação”, no mosteiro de Leça de Balio, em Matosinhos, que destacou a força do jornal impresso no combate à mentira deliberada nos meios digitais. Edições impressas com rostos e frases de 20 personalidades mundiais ativistas pelos direitos humanos foram distribuídas aos visitantes. Entre elas, Malala, Nelson Mandela, o escritor português José Saramago e o músico brasileiro Gilberto Gil.

16 de setembro 2024

Visita ao Jornal O Gaiense, em Vila Nova de Gaia, com o objetivo de ampliar a base de conhecimento sobre a imprensa local/regional portuguesa e recolher informações que pudessem ser úteis ao desenvolvimento deste relatório.

19 de setembro 2024

Convidado para ministrar a aula aberta “Impactos das transformações tecnológicas no Jornalismo em profissionais 60+” para estudantes do primeiro ano de graduação do curso de Ciências da Comunicação da Universidade de Beira Interior - UBI (Covilhã), sob coordenação do Prof. Dr. Pedro Jerónimo, além de ter concedido entrevista ao estudante Thomas Quaresma, do jornal universitário UrbietOrbi, da própria UBI, sobre possibilidades de integração entre Ciência, Jornalismo e profissionais jornalistas brasileiros e portugueses.

20 de setembro 2024

Visita à redação do Jornal de Notícias (JN), no Porto, com o objetivo de estreitar contatos com os profissionais, já que o JN foi um dos veículos analisados no presente relatório, além de conhecer a redação e recolher informações sobre a dinâmica do jornal, as rotinas produtivas, o perfil dos jornalistas e do público-alvo, e as rotas de distribuição.

23 de setembro 2024

Participação em aula da disciplina de Jornalismo Político Aplicado, ministrada pelo Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa a estudantes de graduação em Ciência Política e Relações Internacionais da UFP. Abordei impressões sobre Portugal, o cenário político-econômico brasileiro e português, e a atuação dos veículos de comunicação no contexto político brasileiro. A experiência foi compartilhada com a historiadora espanhola Noemi Diaz, pesquisadora sobre fotografia documental jornalística e que, durante a aula, abordou as relações socioeconômicas e políticas entre Portugal e Espanha.

Atividades realizadas remotamente (Outubro 2024 a Agosto 2025)

A segunda etapa do pós-doutoramento, realizada a distância, consistiu em levantamento bibliográfico de referências relacionadas à temática investigada, de dados nos portais do A Cidade On Ribeirão Preto e do Jornal de Notícias, entrevistas com profissionais dos dois veículos, participação em outras atividades acadêmicas e divulgação de questões pertinentes à relação imprensa-tecnologia-envelhecimento, além de redação do presente relatório.

Setembro 2024 a Agosto 2025

Pesquisa teórica sobre envelhecimento populacional, Jornalismo e envelhecimento, importância do Jornalismo de proximidade como agente social e Análise do Discurso jornalístico, bem como estruturação e redação deste relatório.

Outubro e Novembro 2024

Levantamento de matérias publicadas nos portais do A Cidade On Ribeirão Preto e do Jornal de Notícias, do Porto, no período de 1º de setembro a 30 de novembro de 2024.

29 de outubro 2024

Homenageado com moção de congratulações na Câmara Municipal de Pontal-SP pelos estudos sobre envelhecimento em alusão ao Dia Internacional da Pessoa Idosa, celebrado mundialmente no dia 1º de outubro, conforme estabelecido pela Organização das Nações Unidas (ONU).

7 de dezembro 2024

Participação, de forma remota, em encontro do Programa de Preparação para a Aposentadoria, coordenado pelo Prof. Dr. Wilson Pedro, na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), no qual abordei a influência da desinformação no envelhecimento e na preparação para a aposentadoria.

17 de abril 2025

Realização de entrevista remota com editor de online do Jornal de Notícias, com duração de 50 minutos e 15 segundos.

16 de maio 2025

Realização de entrevista remota com editor do Jornal A Cidade On, com duração de 1 hora, 2 minutos e 15 segundos.

10 de julho 2025

Entrevista concedida à Revista Revide Ancienne, especializada em pessoas idosas e com sede em Ribeirão Preto, sobre Jornalismo e impacto nas tecnologias de comunicação nos

profissionais de imprensa 60+. A reportagem, elaborada pela jornalista Yara Racy, ocupou três páginas e foi publicada com o título de “Acompanhando os novos tempos”.

Agosto 2025

O livro “Jornalistas 60+: perspectivas sobre tecnologias de comunicação, trabalho e envelhecimento”, derivado da minha tese de Doutorado – que teve o Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa como participante da banca de defesa e que deu origem ao presente trabalho apresentado à UFP – foi classificado como semifinalista do Prêmio Jabuti Acadêmico no Brasil, como um dos dez melhores do país na categoria “Informação e Comunicação”.

Setembro 2025

Depósito do presente relatório na secretaria da Universidade Fernando Pessoa (UFP), demarcando a conclusão do período de pós-doutoramento.

ANEXOS

ANEXO I

ENTREVISTA 1

Editor do Jornal A Cidade On Ribeirão Preto

Data da realização: 16 de maio de 2025

Duração: 1h, 02min e 15seg

Para a gente começar, gostaria que você me falasse do A Cidade On, como ele tá estruturado, quantos repórteres, fotógrafos, editores, etc.

Um editor, que, no caso, sou eu. Três repórteres. E mais uma estagiária.

Não tem fotógrafo?

Não. O [nome do fotógrafo] ficou com a gente até 2021. Aí, em 2021, ele foi desligado.

E como é que vocês fazem com a imagem? É tudo banco de imagem, fotos enviadas por fontes? Como funciona?

É, banco de imagem, imagem enviada por fonte e imagem produzida por nós mesmos, né? Eles fizeram até um investimento no ano passado com um kit de imagem, multimídia. Tem uma mochilona que tem tudo. Tem desde o tripé até o microfone, luz, tripé automático. É tipo pau de selfie, só que automático. Então, para compensar essa falta do profissional, eles investiram nisso. É o que nós usamos para produzir imagem, porque, embora eu ache necessário ter fotógrafo, já não é possível. Esse material vai para além, né? Porque hoje o nosso trabalho não é mais só o site, a foto para o site. A gente tem que produzir vídeo para o Instagram, a gente tem que produzir vídeo para o TikTok. É uma multiplataforma. Não é nem multiplataforma, é Social First, um termo que eles gostam de usar. Então, é Instagram, TikTok, Facebook.

Tem YouTube?

Tem. Tanto é que o ano passado, nas eleições, nós transmitimos os debates por lá, no YouTube. As entrevistas com os candidatos também. Entrevistamos todos os candidatos de Ribeirão e de Franca. E a gente publicou no YouTube também. A maioria dos candidatos foi ao vivo. Só os candidatos que não tinha representação, a gente fez gravado. Mas, com o YouTube, a gente usou a estrutura da EPTV, cinegrafista, mesa, o controle e tudo. Foi com a estrutura da EPTV, já que a gente tem essa possibilidade.

Vocês conseguem sair para fazer reportagem ou produzem mais dentro da redação?

Conseguimos. Hoje mesmo, teve um lançamento do circo. Teve aqui em Ribeirão Preto. Aí tava lá o Diego Hipólito, Dedé Santana, e a gente foi lá. A gente foi cobrir com esse nosso material que a gente tem para produzir vídeo, imagem. E isso daí é frequente, né? Assim, eu tô tentando fazer tornar isso mais frequente. Com a pandemia, a gente perdeu um pouco desse costume, com home office e tal, e com essas limitações que o site tem, mas esse ano a gente já cobriu, por exemplo, a Agrishow e outros eventos. Semana passada, teve um atleta olímpico que veio para Ribeirão Preto para lançar um projeto de natação. A gente também acompanhou, a gente foi lá. Sempre com essas pautas que dá para se planejar, a gente consegue marcar presença. E até uma ideia minha também desde que eu assumi essa função, ir mais para a rua, que antes..., a gente tem uma meta de matérias publicadas, de quantidade de views para o site. Antes, essa meta a gente acabava

alcançando através do volume. Mas agora, com o nosso planejamento, eu consigo, por exemplo, abrir mão de ter um repórter uma tarde, uma manhã, para ele poder sair, produzir essa pauta fora, conseguir produzir esse material de vídeo também. Essencial o nosso Instagram. Tanto é que, até financeiramente o Instagram é a nossa principal ferramenta.

Ah, é?

É. O Instagram é o que mais dá dinheiro.

Fala um pouquinho mais sobre isso.

É que o Instagram já tem esse perfil, de ser uma rede social que muitas empresas utilizam para vender. Muita gente que tem loja utiliza, para abrir o seu e-commerce para monetizar. Então, já é um perfil que a gente identifica, do Instagram é esse. E também até pelo perfil social que a nossa página alcança. Entende? Tem até um estudo sobre isso e é uma classe mais alta, é classe B que a gente atinge pelo Instagram. Que acaba sendo até o mesmo perfil do Facebook também. Só que o Instagram, por ter esse perfil de ser uma rede social mais voltada para esse tipo de negócio, para aumentar esse negócio, para vender, então acaba sendo a principal fonte de receita do On. É por conta de ter imagens melhores, de ter um vídeo mais interessante, tem um alcance bom. No On, a gente tem 221.000 seguidores no Instagram. Então, ele dá mais receita até que o próprio site. No Instagram, a gente pode fazer mais ações com os stories, com o publipost...

E essas estratégias pelo Instagram, isso fica com vocês também? Com essa equipe?

Não, tem o departamento comercial que é o mesmo a EPTV. Unificou o departamento comercial de todos os produtos da EPTV. O On, a própria EPTV, CBN, está tudo concentrado no mesmo departamento. Antes, tinha até uma segmentação: "Ah, aqui só vai ser CBN e tal". Agora não, é concentrado tudo com a EPTV. É um departamento só.

Você estava falando que, no começo, conseguiam atingir a meta pelo volume de publicações, né? E agora têm conseguido atingir pelo planejamento, ou seja, de buscar informação mais exclusiva. O que mudou?

Olha, eu acho que é perfil das pessoas. Eu, por exemplo, sempre fui muito ativo. Não paro para almoçar, porque eu não consigo. É questão minha. Então, eu consigo produzir, dar suporte. Se hoje eu não vou ter um repórter, eu consigo cobrir esse repórter. O editor antigo não. Era cada um no seu quadrado. Eu consigo fazer essa cobertura, correr atrás. O perfil da equipe, por exemplo, tem um repórter que se destaca muito nessa questão de fazer um material um pouco diferente. Então, eu consigo deixar, sei que, com o [nome do repórter], eu posso pedir para ele ir em determinado lugar, marcar com determinada fonte, que ele vai trazer um material legal. Ou mesmo com a [nome da repórter]. É outra menina que a gente trouxe ano passado. Ela era estagiária da TV. Só que, assim, ela tem uma idade, até mais velha do que eu. E ela já tinha um histórico antes, ela já tinha trabalhado com televisão, com rádio, com rede social também. Então, é uma é uma pessoa que tem essa plasticidade de poder fazer várias coisas. Então, com eles, por exemplo, eu consigo dar determinada demanda para eles que eu sei que eles vão conseguir entregar dentro do que a gente precisa, do conteúdo para o site e para a rede social.

Conteúdo que você fala mais inéditos em relação ao que se produzia antes? Ou mais aprofundados?

Olha, eu acho que explorando mais. Não digo que é só a questão de ter o conteúdo mais exclusivo, acho que não. Eu acho que tem essa possibilidade de ter o Social First, ter a rede social também, ter o conteúdo para a rede social. E antes a gente não tinha essa preocupação, eu acredito. Agora, a gente tem uma preocupação. A gente sabe que o Instagram é nossa principal fonte de receita. Então, a gente tem que ter um cuidado legal para o Instagram. Do mesmo jeito que a gente sabe que não pode ficar para trás com a questão do TikTok. Que acho que o TikTok foi uma ferramenta que a gente demorou muito para começar a utilizar, porque é outra rede social que também é muito rentável. Eu ainda não sei quanto que a gente tá no On, mas talvez seja a rede social que paga aí melhor, é o TikTok. E a gente entrou muito tarde. Não só o On. Acho que, no Brasil, os grandes veículos entraram muito tarde nessa. Mas, para isso, a gente também precisa produzir conteúdo. Não é qualquer coisa que a gente vai jogar lá que vai funcionar.

Que tipo de conteúdo, por exemplo, que vai para o TikTok?

O que funciona no TikTok ou é o vídeo muito exclusivo... Por exemplo, semana passada, esse caso que tá acontecendo em Ribeirão, do médico que foi preso suspeito de ter matado a professora. O vídeo da prisão dele... Foi um vídeo que o pessoal conseguiu com a polícia. Os caras são lá de Pontal, né? Por ser um fato que chama muita atenção, acho que até um caso fora da curva, a gente tem que ficar muito em cima dele. No nosso TikTok, a gente tem dez mil seguidores, agora onze mil. Só esse vídeo teve quase um milhão de views. Foi um negócio assustador. A gente teve mais views no TikTok do que Instagram, que a gente teve no Instagram 800 mil. Foi muito bom também. No TikTok teve quase um milhão. A nossa estagiária, que eu comentei, tem muita habilidade com isso, é de uma geração que, ela mesma, tem 20 anos agora, tá na faculdade. Ela já tem o perfil dela no Instagram, dedicada, ela gosta muito de música, de trap, desse funk mais moderno. E ela vai em evento, vai por conta dela, sabe? Até para criar o portfólio dela. Eu falo portfólio na nossa visão. Eu acho que, na visão dela, ela tá fazendo o trabalho dela. E de vídeos explicando. A gente fez um vídeo sobre esse caso, por exemplo, explicando o que já se sabia sobre esse caso. Essa semana, teve a questão do INSS, que o governo ia começar a notificar as pessoas que tiveram o dinheiro retirado sem autorização, explicando como ia ser essa notificação. Ou mesmo sobre como foi a questão lá da escala seis por um, quando o projeto tava em alta. É, esse tipo de material que a gente gosta e eu acho que a gente faz até bem-feito por conta dessa equipe, que é o perfil dessa equipe. E acaba sendo um material que a gente utiliza nos dois, o TikTok e o Instagram. Eu acho que é um material muito bem-feito, sabe? As redes sociais permitem um alcance aí que extrapola o regional, porque o Jornal A Cidade sempre se caracterizou por ser um jornal até mais que regional, local. Até mais localizado, inclusive.

Ele era distribuído na região, quando impresso, mas em pequena quantidade. Era mais Ribeirão mesmo. E, com as redes sociais, há uma mudança de perfil, não? Ou seja, se passa a explorar mais assuntos que tenham potencial de alcance nacional. Por exemplo, essa questão do crime, o seus por um, as mudanças no INSS?

Eu acho que ainda não. Esses conteúdos são os que estouram a bolha. Mas não é todo conteúdo que vai estourar a bolha. A gente diz que tem um perfil muito definido, de quem que é o nosso leitor. No caso, a nossa leitora. Geralmente, é mulher, de classe B, com ensino superior, religiosa, geralmente católica. Esse é o nosso perfil, é o que um estudo da empresa mostra. Que, por acaso, é o mesmo perfil da televisão. É muito curioso.

Essa mulher tem uma faixa etária?

Entre 38 e 48 anos. É uma mulher de meia-idade.

E vocês produzem com esse perfil na cabeça, bem definido?

É o que seria ideal. Nem sempre a gente vai conseguir fazer isso. Até porque mais coisas acontecem na cidade. Mas a gente tem que trabalhar com isso. Dentro da EPTV, tem um núcleo de inteligência, que monitora o perfil. E, por exemplo, esporte, que até é um negócio que a gente foi premiado duas vezes..., acaba não dando tanta audiência porque não entra nesse perfil. É curioso isso.

Ou seja, vocês falam com esse público, mas não falam só com esse público?

Não, até porque tem uma questão de cidade muito maior. E é interessante a gente trazer um mix de opções de informação. Pela nossa proposta de ainda manter a marca do principal veículo, o mais conhecido portal de notícias do interior de São Paulo. Então, temos esse mix de informações. Você pode ter a informação desse caso fabuloso que tá rolando..., hoje mesmo a gente publicou a matéria do caso dos bebês reborn, que tá em alta, que tá para esse público também, mas a gente também tá em agenda cultural, que um pouco tá para esse público..., também tem informação de política, tem informação de esportes, tem informação de economia, do dia a dia.

Mas até que ponto esse público define o conteúdo? Existe uma predominância de assuntos direcionados a esse público feminino 38 a 48, ou seja, você acha que esse público ajuda a direcionar um pouco o conteúdo?

Ajuda a gente pensar em coisas que podem performar bem. Mas eu acho que não é o que limita. Por exemplo, a gente pode pensar até por uma pauta mais elaborada de negócios. Uma notícia, por exemplo, sobre um investimento num shopping que vai fazer uma expansão. E a gente sabe porque, com esse público, é uma matéria interessante. Talvez, por exemplo, uma página mais popular, mais policial como um..., aqui, no caso, Ribeirão XTudo, talvez para eles, hum, não seria tão interessante. Porque não é o perfil do público deles. Mas pro nosso público faz sentido. Mas eu acho que só isso não vai direcionar, nem vai, não vai ser o que vai direcionar. O que a gente tem..., a gente tem uma ferramenta que chama, que é o Marfeel. É até a ferramenta que a gente utiliza para medir a audiência. E esse Marfeel, ele aponta para a gente, por exemplo... Sabe quando você tá no celular e tem aquela aqueles cards de notícias, aquelas notícias sugeridas? Ele aponta quais são as notícias sugeridas na nossa região. É, na nossa região, e mais específico em Ribeirão Preto, aí coloca lá, essa notícia foi impressa, quando aparece, né, foi impressa, por exemplo, quarenta mil vezes em celulares de pessoas de Ribeirão Preto. Ou seja, às vezes, é uma notícia nacional, que você comentou, que você vê bastante coisa de notícia nacional. Às vezes, ou muitas vezes, é por causa disso. Isso, inclusive, funcionou conosco agora, por exemplo, na Agrishow. Teve o caso que veio o secretário de segurança aqui para Agrishow, o Derrite. Ele falou lá que, em São Paulo, não vai ter mais o Abril Vermelho, Carnaval Vermelho. Beleza. Aí, a gente..., nessa ferramenta, tava disparada a notícia que mais estava impressa nos celulares em Ribeirão Preto. No outro dia, veio o Tarcísio, o governador. E ele falou a mesma coisa. Então, que tal a gente puxar a matéria a partir da fala dele? Beleza, puxa a matéria a partir dessa fala dele. Ó, o governador falou isso. Ah, por que o governador falou isso? Ah, porque ele tava no Agrishow. Por que ele tava no Agrishow? Porque ele tava visitando em Ribeirão Preto, isso aí. A gente conta, contextualiza a partir desse ponto. É o ponto de partida para chamar atenção para o

peçoal ir até a matéria e também contar, ó, tá acontecendo em Ribeirão Preto, Agrishow, o governador veio visitar, anunciou financiamento de seiscentos milhões lá para os produtores rurais. E só que o ponto de partida foi aquela questão que não vai ter mais Carnaval Vermelho em Ribeirão Preto, por exemplo. Essa, por exemplo, é a nossa matéria mais lida do mês. Tudo porque a gente partiu..., teve um ponto de partida bem definido que poderia dar audiência para a gente. Mas, de qualquer forma, a gente ia cobrir o governador, a gente ia estar na Agrishow. E só muda a forma que a gente abordou o assunto, resolveu puxar o assunto, né? A gente poderia..., ou seja, esse ambiente digital acaba definindo o conteúdo também. Não é só olhar jornalístico como antigamente. Precisa olhar o que pode dar audiência. Acaba definindo a abordagem. Isso define. Tem mapeado. Talvez seja diferente do que a gente foi formado para fazer. Mas acaba sendo a nossa ferramenta. O esporte já tem isso. Talvez nunca se falou tanto no esporte quanto os scouts, os analistas de desempenho. É praticamente a mesma coisa que a gente tem.

Em relação ao texto, existe alguma orientação de como se constrói o texto para o A Cidade On? Se eu entrasse hoje como repórter, teria algum direcionamento para escrever de determinada maneira ou de outra?

É essencial, não só no A Cidade On, qualquer um, até mesmo o G1, que não precisa tanto disso, eles também cobram bastante. Inclusive, essa a ferramenta que a gente usa para publicar matéria no WordPress, ele tem até um esqueminha de semáforo. Não é bem o semáforo, mas é de cores. O quanto que o texto que foi publicado tá de acordo com as regras de SEO. Quando o texto tá perfeito, tá verdinho. Quando tá mais ou menos, tá laranja. Quando tá ruim, tá vermelho. Então, o ideal é nunca estar vermelho, é tentar alcançar o máximo, estar verde. A técnica do texto acaba sendo moldada por isso.

Quando o A Cidade passou a ser só online, se falava muito: "Ah, mas o Grupo EPTV já tem um suporte online, que é o G1. Como é o lance em relação ao G1 para que não tenha conflito? Ou a linha editorial você diria que é completamente diferente?"

É bem diferente, é bem independente. Até porque o G1 tem a questão que também é um produto Globo. Não é só da EPTV. Amanhã, depois, se a Globo quiser, tchau EPTV, a Globo continua com o G1. EPTV vai ter o A Cidade. O A Cidade tem um pouco mais de liberdade..., não é que é mais liberdade, mas da linha editorial. Por exemplo, no A Cidade, faz mais sentido cobrir todas as sessões da Câmara, falar: "Ó, vereador falou isso, aconteceu isso, foi aprovado isso", do que o G1, que só vai fazer uma cobertura dessas na Câmara Municipal quando o projeto chama muita atenção ou é muito polêmico. Como agora tem essa história da lei Anti-Oruam, que é uma questão nacional que também aconteceu aqui em Ribeirão Preto. O G1 entrou nessa porque é nacional. Mas uma pauta do dia a dia, por exemplo, esse ano foi aprovada uma lei em Ribeirão Preto que a tampa do bueiro tem que ser nivelada com a rua para não ter risco do carro cair dentro e tal. Para o A Cidade, isso faz sentido noticiar. Para o G1, já não faz sentido. Agora, pegando o exemplo da vinda do governador do Paraná, o Ratinho Júnior. No A Cidade, eu posso perguntar "aí, Ratinho Júnior, você é candidato a presidente?". Eu tenho essa liberdade. O G1, por ser o governador do Paraná em Ribeirão Preto, não faz sentido perguntar isso para ele. Isso daí faria sentido para o G1 Paraná, porque é de onde ele é. Ou para uma editoria nacional e política do G1. Para o G1 Ribeirão Preto o que faz sentido é "ó, tá rolando a Agrishow e, inclusive, veio até o governador do Paraná. Do mesmo jeito que, para o A Cidade On, faz muito mais sentido falar do buraco na rua, da tampa do bueiro

que não tá nivelada, que agora vai ter que ser, até falar com candidato a presidente, falando de política nacional. Eu posso transitar nas duas pontas. O G1 não consegue.

Você tem alguma informação se o perfil do G1 é essa mulher também de 38 a 48 ou é um público diferente?

Eu acredito que o perfil do G1 é outro. O perfil do G1 é o tipo de matéria que vai furar a bolha toda hora, entendeu? Até porque eles têm uma home nacional, que, se o editor da home quiser colocar primeira matéria do negócio que aconteceu em Ribeirão, ele pode colocar. Coisa que o A Cidade não tem essa possibilidade. Hoje, é sempre pensando em emplacar a rede. A Cidade não tem essa preocupação.

Essa mulher que é público do A Cidade é uma mulher que tá em processo de envelhecimento. Tem espaço para falar de envelhecimento no jornal?

Não cheguei a pensar nisso, mas, por exemplo, a gente tem um intuito de falar cada vez mais de questões de saúde, por exemplo. O que um médico tem a dizer, formas de se prevenir, o que pode ser a nova doença que tá na cidade. Até da temporada, né? Agora a gente tá entrando numa época que começa a esfriar. Então, faz todo o sentido conversar com um médico sobre doenças respiratórias. Ou mesmo com o tempo seco, com queimada. Ou, já no verão, faz sentido a gente conversar com um dermatologista sobre questões de pele, por causa do sol mais forte. E isso acaba sendo direcionado a essa questão de saúde. Assim, a questão em si do envelhecimento ainda não passou pra gente. Talvez pode ser um ponto interessante que a gente pode pensar em abordar mais.

Você falou que fala com público B. Isso gera algum impeditivo de você falar, por exemplo, e trazer uma abordagem mais social, da mulher mais pobre?

Não. Até porque, se a gente for fazer uma matéria um pouco mais profunda, é uma história. Uma história bem contada, todo mundo vai querer ver. Mas, por exemplo, um serviço de Bolsa Família essa semana, por exemplo, o que aconteceu? O governo mudou algumas regras do Bolsa Família, por questão de transição e tal. É um assunto que chama a atenção. Então, é um assunto que acaba repercutindo bem para a gente. Não tem nada a ver com a mulher B, classe B. Mas é um assunto que, por ser serviço, atinge outros públicos. E a gente já notou isso com o Bolsa Família. O G1 mesmo faz muita coisa do Bolsa Família porque é um assunto que rende também bastante para eles. Acaba sendo um assunto que fura a bolha.

Nós estamos caminhando para uma época de alta tecnologia, inteligência artificial. Isso está presente no A Cidade? De que forma?

Essa ferramenta que eu comentei, o Marfeel, que a gente usa para medir audiência, tem uma inteligência artificial. Ele dá sugestões, por exemplo, de palavra-chave, até de título de texto. Lógico que a gente não vai simplesmente copiar, colar, porque não faz sentido, mas dá para a gente ter um direcionamento, dá para ter uma ideia. Isso facilita muito. E depois que eu comecei a usar, achei que é essencial, não dá para abrir mão. Ajuda, dá para expandir mais coisas, de título, porque, às vezes, quando você só tá assim, seguindo..., "Ah, eu preciso seguir as regras de SEO"... às vezes, você vai no automático. "Ah, ontem deu certo desse jeito, então hoje eu vou repetir". Uma fórmula parecida. Com essa ferramenta de inteligência artificial, a gente consegue fazer um texto com um título completamente diferente para um assunto parecido com o auxílio de IA. Então, eu mesmo percebi que ajudou mais a expandir do que se não tivesse.

Como que é a rotina de produção? Vocês têm uma reunião de pauta? Chega de manhã, levanta, faz os assuntos que ficaram no dia anterior? São conversas informais ou chega a ter uma reunião para estabelecer os assuntos do dia?

Não, a gente nunca teve esse costume de fazer reunião de pauta. Eu acabo distribuindo para os repórteres porque conheço o perfil de cada um. Eu entendo o que cada um..., se esse daqui que fizer um assunto de determinada área, vai ser melhor do que o outro, por exemplo. Aí, quando chega demanda, chega coisa de rede social, alguma reclamação de alguém ou até uma sugestão de leitor, eu direciono para determinado repórter essa matéria. Só que aí a outra repórter se dá bem com um determinado assunto, por exemplo, saúde..., aí, eu já pedi: "Ó, você vai abordar uma questão de saúde e tal". No caso dessa semana, a gente tá indo atrás de doenças respiratórias, por exemplo. Ela foi lá, beleza, conversou com o médico e tal, uma facilidade que ela tem. Então, acaba sendo esse direcionamento que nós fazemos. Até de alguma coisa vir da rua e o repórter "posso ir atrás?". Ele tem essa liberdade de fazer. Até porque pela dinâmica que nós temos hoje, talvez a reunião de pauta não seja tão eficaz como foi para uma época que tinha o jornal, que você ia ter o dia inteiro para produzir o jornal para publicar no dia seguinte. Quando eu entrei no A Cidade, ainda tinha. Mas, depois da pandemia, eu não lembro de ver. Eu não se foi a pandemia que meio selou isso. O G1 eu vejo que ainda tem. O G1, toda semana eles fazem reunião. Mas eu acho que também é uma característica da equipe. O que a gente tem é a reunião da chefia.

Para a gente encerrar, o que você pensa do futuro do jornalismo? Para onde você acha que vai a profissão?

Eu penso muito..., a gente, às vezes..., somos muito catastróficos, né? "Ah, vai acabar o mundo e tal". E não só para nossa profissão, para tudo. Mas, às vezes, a gente só tá no meio do processo de tudo. Só é mais uma fase, depois vai ter outra fase e tal. A gente não vai estar, mas vai ter outra pessoa. Eu acho que o jornalismo vai continuar sendo relevante. O que tá mudando são as plataformas. Por exemplo, voltando à questão da estagiária que eu comentei, que tem o perfil na rede social, que ela fala de música, da música que ela gosta. Aí ela criou o público dela e ela tá seguindo. Eu acho que, daqui a dois anos, ela vai se formar, ela vai ser jornalista e ela vai continuar com isso. Eu acho que ela tem total condição de sobreviver assim. E mesmo não sendo o principal fator de renda dela, mesmo que aí talvez ela tenha que prestar um concurso público ou fazer uma assessoria de imprensa, trabalhar numa agência, trabalhar para uma empresa ou trabalhar até para um site, eu acho que isso é a forma que vai mudar. Eu acho que o jornalismo vai estar lá. Eu até achei interessante, tava conversando com um professor da Unaerp, que tem 34 alunos de jornalismo..., eu acho bastante. Mas assim, eu acho que todo mundo que tá entrando..., eu, quando eu entrei na faculdade de jornalismo, eu queria escrever para jornal. Para esse pessoal que tá na faculdade, nem passa na cabeça que quer escrever para jornal. Eles já entram pensando nisso: "Ah, vou ter meu perfil no Instagram bombado, vou ter meu perfil no TikTok". E, tipo, eu não acho justo falar: "Não, vocês não são jornalistas. Não. Vocês também são jornalistas, né?". Se vocês seguirem os nossos princípios, a nossa ética e fazer correto, por que você não é jornalista? Você também é jornalista. Então, eu acho que o jornalismo ainda tem um futuro grande pela frente. Talvez não vai ter tantos veículos grandes de referência. Mas ainda vai ter o local. Eu acho que o local, não só pro online, mas pra tudo, pra televisão, pra rádio, vai ser o que vai acabar se fortalecendo. Tem um departamento, que é o mesmo departamento de inteligência que

mostra esse perfil do nosso público, que caça edital. Aí tem muito essa questão de deserto de notícias. Descobrir esses desertos de notícia. Temos um projeto que tem a ver com isso. De financiar a informação dos desertos de notícias.

ANEXO 2

ENTREVISTA 2

Editor online do Jornal de Notícias

Data da realização: 17 de abril de 2025

Duração: 50min e 15seg

Você pode me dar um panorama sobre o Jornal de Notícias? Tem a versão impressa, mas parece que, de uns tempos para cá, deu uma reduzida, né? Enfim, você pode me passar esse panorama?

Eu faço aqui uma pequena resenha, uma súmula daqui da história do JN, mais da versão digital do que da impressa. O JN continua a ser hoje ainda um dos jornais mais lidos em Portugal, seja online, seja na edição impressa. Nós, na edição, nós continuamos a ter edição impressa, diariamente. As vendas, como em todo o mundo..., as vendas da edição impressa estão em números públicos. Eu entrei no jornal em 2008, eu julgo que vendia exemplares, cerca de 90 mil. Hoje em dia, vendemos cerca de 20 mil, uns dias mais, uns dias menos. Edições mais fortes são sempre sábado e domingo, principalmente domingo. Mas o JN posicionou-se bem também na era digital. Nós fomos o segundo jornal em Portugal a ter um site, fomos os primeiros, faz agora cerca de 30 anos, foi 95, se não me engano, os primeiros a ter atualização de informação online. Neste momento, em termos de audiência online, segundo os dados mais recentes que correspondem ao mês passado, que os divulgamos esta semana, nós temos uma audiência online de 2.800.000 pessoas. É o jornal com a maior audiência em Portugal. Eu não sei se esta medição é feita também noutros países, mas, em Portugal, a Marktest, através do netAudience, faz esta medição, que é de alcance de audiência. Isto é, eles pegam no universo da população portuguesa, que será cerca de 10 milhões pessoas, da população portuguesa adulta ou acima dos 16 anos. Exatamente para perceber qual é o nível. Mas é, se do universo de 10 milhões pessoas em Portugal, 2.800.000 passaram durante o mês de março pelo site do Jornal de Notícias, em termos de jornais, isto é, exclusivamente informação, somos o jornal mais lido em Portugal. Nesse ranking, se vir depois a lista do ranking, à frente está sempre a SIC e a TVI, as televisões, mas não as consideramos neste para nós, porque eles não separam a informação do entretenimento. Isto é, a SIC, a TV, está à frente no ranking. Logo a seguir, tá a SIC, com cerca de 3 milhões. Mas as visualizações incluem a parte de informação, mas também a parte de entretenimento e, no caso da SIC, até a plataforma tipo Netflix que eles têm, que é o Opto. As visualizações da Opto também estão nesse ranking. Por isso, nós consideramos que, em termos de jornais, não há dúvida. Consideramos que, em termos de informação, nós somos os líderes neste momento.

Isso é uma amostra de que as pessoas estão buscando notícia?

Sim. A questão aqui não conta se é pago ou se não é pago. Se formos a número de assinantes, aí já não somos o maior jornal em Portugal. Neste momento, em termos de assinantes, julgo que é o Público, e a seguir o Expresso. Número de assinantes que pagam assinatura digital. Mas, em termos de alcance, seremos o mais lido. Há aqui mais uma nuance que me estou agora a lembrar, que é: o Público não entra neste ranking. O Público retirou-se deste ranking por considerar que o objetivo deles são assinaturas, todos os textos são fechados. Por isso, neste ranking, qualquer medição feita por este ranking ao alcance deles..., só trabalham quase só para assinantes. Por isso, não está.

Como é que funciona no caso do Jornal de Notícias? Vocês têm uma quantidade de notícias abertas e outras fechadas?

Exatamente, é isso Claro, vai sendo decidido, pronto, nós temos orientações gerais sobre o que fechar e o que deixar aberto. E quando há dúvidas, conversamos e fazemos uma ponderação de, neste caso, se vale a pena deixar a notícia aberta ou não, ou deixar apenas para assinantes. Nós, neste momento, acabamos de trocar até o sistema de assinaturas ainda no âmbito onde estávamos inseridos. Neste momento, o novo..., a nossa empresa está numa parceria com a PressReader. E pronto. E consideramos que será um bom princípio para começar a alavancar a engrenagem de novos leitores assinantes pagos. Público e Expresso são os que têm mais. Isto é, por exemplo, que ganharam muito durante a pandemia. Na pandemia, quando a distribuição em papel foi muito afetada, subiram em termos de assinantes digitais. Eles estavam prontos, tinham as armas certas e já os métodos de trabalho certos. Por isso, conseguiram obter vantagem nessa altura, com todo mérito.

Se o Jornal de Notícias tem a maior a maior audiência, por que você acha que não se converte em assinantes?

Eu acho que é um conjunto de itens. Eu acho que o perfil do jornal, à partida, somos um jornal mais popular. Provavelmente para os nossos leitores, a maioria dos nossos leitores não terá o poder de compra. Tem os leitores do Expresso, do Público, que são considerados jornais de referência lidos pelas elites. Nós somos um jornal mais popular. Nós temos uma, se calhar também, temos uma abrangência de público que eles não têm. Isto aí. Nós conseguimos chegar a mais gente porque de tanto temos notícias de crime e de cor-de-rosa, como temos política e sociedade, e eles estão mais focados só nessa área de mais política e sociedade. Isto é, atraem um tipo de público que, se calhar, com maior poder de compra e que, se calhar, está mais habituado a pagar ou que já foi educado a pagar por informação. No outro caso, é um trabalho que nós ainda temos que fazer. Acho que, se calhar, tivemos algumas, podemos ter tido algumas estratégias comerciais até não tão conseguidas. E, se calhar, até algumas opções técnicas, uma das queixas que temos, algumas opções técnicas não tão conseguidas que nos deixaram ficar para trás. E, por isso, agora nós temos esta nova plataforma, que nos vai permitir alavancar melhor, uma nova campanha de angariação de assinaturas digitais. Nós nascemos, se calhar, cedo, muito cedo. Nascemos ainda no online, nascemos muito cedo, ainda naquela de não pagar por conteúdo na internet. Essa foi a ideia que depois quase matou a indústria da música e até o cinema, e que agora é preciso ainda..., nós estamos no caminho de conseguir que as pessoas paguem por informação online e, obviamente que eu acho que o nosso perfil enquanto jornal nos dificulta essa tarefa.

Vocês teriam informações de perfil de público predominante no online?

Não sei se lhe consigo dar esse dado, até porque nós, neste momento, não sei se soube, há pouco mais de 15 dias, tivemos um ataque informático bastante grave. Perdemos muita informação, perdemos alguns sistemas fulcrais do jornal. A nossa sorte foi que estávamos já a preparar novos sistemas que iriam substituir os que foram atacados e conseguimos sobreviver, digamos. Mas eu não sei se lhe consigo, neste momento, lhe dar um perfil geográfico, por exemplo. O Jornal de Notícias, em papel, é claramente de Coimbra para cima, no norte do país. Online, nós temos um público mais transversal Mas mais concentrado no grande Porto, Braga, isto é, norte do país, na mesma. Obviamente, a cidade com mais leitores é o Porto. Eu julgo que a segunda ou a terceira é Lisboa. Mas

depois a dispersão, à volta de Porto e Lisboa, é muito diferente. Nós temos muita gente no grande Porto e depois Viana do Castelo, Braga, a região norte. Não temos tanto essa dispersão na região da grande Lisboa. Ainda assim, é muito mais transversal online do que no papel, edição impressa. Temos um público, a maior predominância, eu julgo que será ali em termos etários, ali entre os 35, 55, 60, no online. Ah, temos um público ligeiramente mais masculino do que feminino, mas não é uma diferença relevante. Dados mais concretos, posso tentar ver se temos algo, se nos resta algo dos sistemas de rastreio que foram atacados. Posso tentar ver se se temos. Alguns dados que possam ajudar.

No caso do impresso, é um público mais idoso?

Sim, é um público mais envelhecido. Sim, sim. E ainda temos, por exemplo, muitos assinantes na edição impressa que são, por exemplo, cafés. Aqui, é muito normal alguns cafés, principalmente cafés mais antigos, terem o jornal disponível para os clientes. E o JN, nesta região, sempre foi o jornal que os cafés tinham. Isso já não é tanto assim, não é? E até com a pandemia, houve uma altura em que se dizia que se transmitia o vírus pelo papel. Houve alguma quebra na também nesse tipo de assinaturas e nesse tipo de consumo da informação impressa. Nós notamos aquela coisa, que o jornal em papel está paulatinamente em declínio, nós notamos esse declínio. Já estamos um bocado preparados e estamos a tentar reforçar as nossas armas na área digital para suprir a quebra na leitura no jornal impresso. Veremos se somos bem-sucedidos.

Vocês percebem uma migração do público do impresso, que é um público mais idoso, para o online? Ou o online está construindo um novo tipo de público?

Isso é uma coisa que nós notamos há anos, que o público do online não bate. Obviamente, há uma parte que se cruza, não é? Haverá uma parte que se cruza, mas nós conseguimos criar um novo público online que não tínhamos, porque tá relacionado com aquilo que eu estava a dizer, a distribuição geográfica. É que a distribuição geográfica é muito importante, porque nós, neste momento, somos o único jornal de âmbito nacional com sede fora de Lisboa. E sempre tivemos muita força a norte, no norte do país. Com o online, conseguimos chegar a públicos que nunca pegaram numa edição no papel do JN. Inicialmente, mais pela questão geográfica, mas também pela uma questão etária, já apercebi de pessoas que conhecem o JN, miúdos mais novos, não é? Conhecem o JN, já foram ao site JN e nunca tinham apercebido que havia um jornal em papel físico. Por isso, a edição online abriu horizontes em termos de leitores. A marca conseguiu chegar a sítios onde a edição impressa não chegava.

Mas no caso do online, esse público idoso que tava no impresso, por exemplo, ele acaba não migrando, ou seja, vocês não têm uma audiência grande entre idosos na internet?

Nós apercebemos-nos que já pessoas de 60 e muito, de 70, que já têm alguma destreza no telemóvel ou no num tablet, temos leitores dessa idade no online, alguns até assinantes. Obviamente, não são a massa, não são o grosso dos nossos leitores online. Mas temos.

Eu pergunto isso porque, no começo dos anos 2000, lembro que se falava muito que o jornal impresso teria que tomar uma atitude para buscar mais um público jovem, Porque as gerações idosas iam passar e, provavelmente, o jornal impresso, se não atendesse as novas gerações, não ficaria, não sobreviveria. Hoje em dia, já se fala muito que a população está envelhecendo. Os idosos estão vivendo mais e vão

precisar de informação para buscar uma qualidade de vida. O Brasil tem caminhado para isso e Portugal também é um país que envelhece muito. Tem-se pensado em produtos específicos ou em olhar mais para essa faixa etária dos idosos no online?

Não me parece que tenha essa preocupação específica, que haja essa preocupação específica. Nós tentamos ter conteúdo de abordar temas que deem conta de um leque variado do público. Em questão de acesso, assim, aquilo que nós podemos fazer e que estamos a fazer é tornar mais simples e mais fácil para qualquer pessoa que tenha o mínimo de destreza num dispositivo, num computador, num telemóvel ou num tablet, consiga ler o jornal, isto é, a versão e-paper, por exemplo. Para além do dos conteúdos fechados, nós temos uma edição e-paper para aquelas pessoas que ainda valorizam uma experiência que não é o papel, mas semelhante ao papel, mas tem a hierarquização, por exemplo, de uma página, não é? Que é uma coisa que muitas vezes no online se perde, porque as pessoas nem sequer vão a uma homepage, vão e entram diretamente num artigo que viram numa que lhes apareceu um link numa rede social. E essa hierarquização de uma secção ainda é importante para algumas pessoas, mesmo que já não queiram comprar a edição impressa. Por isso, nós temos a edição e-paper, que, para mim, terá como público-alvo essa população que está a envelhecer, mas que já não é completamente, já não está completamente afastada. Nós temos telemóveis há 30 anos. Uma pessoa que tinha 50 anos quando teve o primeiro telemóvel sabe trabalhar com ele. Por isso, eu acho que a edição e-paper, sem ser pensada exatamente para os idosos, será aquela que poderá ajudar a fazer uma transição.

No impresso, vocês têm um perfil de público e no online outro perfil, mais vasto, mais transversal. Isso influencia o conteúdo ou procuram trabalhar nos dois suportes de uma maneira parecida?

Não, influencia. É assim, porque nós temos, na edição impressa, um constrangimento de espaço que no online não temos. Há muitos temas, isto é, há temas que, provavelmente, não vão chegar à edição impressa, como, por exemplo, tendências de internet, coisas de informação até mais tecnológica. Nós damos muita ciência no site que na edição impressa não tem visibilidade. Vai à edição impressa quando é alguma coisa, tipo, olhe, se disserem: "Descobrimos o marciano e está aqui o extraterrestre. Este é o extraterrestre". Isto é, tem que ser uma coisa mesmo muito, muito importante, mas, na edição online, nós, quase todos os dias, temos informação de ciência, por exemplo. Porque tá-me a lembrar, não sei se a moda chegou aí ao Brasil, que era durante..., houve aí uma loucura da internet há uns dias sobre o chocolate Dubai. Não sei se chegou aí. Nós obviamente que falamos sobre isso no online, mas confesso que não me lembro se foi à edição em papel, mas, se foi, foi uma breve, uma pequena referência a dizer "isto existe". Por isso, há temas, até muitos temas até relacionados com feminismo que têm o seu espaço na edição impressa, mas que no online podem ser explorados de outra forma. Há muitos temas..., há um critério muito mais apertado e, se calhar também, pensado para o público para que se está a falar na edição impressa. No online, tentamos ter a maior abrangência possível, tentar falar, por exemplo, notícias sobre..., não estou a dizer tendências TikTok, mas notícias sobre TikTok, redes sociais. Coisas que acontecem nas redes também são notícias online, mas provavelmente na edição impressa não, não tanto. Muitas vezes, há muitos temas que até começam na edição online e só ao fim de alguns dias é que chegam à edição em papel, que é quando se percebe que aquilo é social, aquele tema já extravasou a questão, aquela coisa de ser um tema das redes, um tema da internet, quando já tem um impacto social

diferente. Mas muitas vezes começa online e, só passados uns dias, é que chega a isso sem pressa e nunca com o mesmo destaque, se calhar.

O jornal hoje ele tem redações específicas para o online e para o impresso ou é uma só e o pessoal produz para os dois suportes?

O jornal tem uma secção online com oito pessoas neste momento. Está mais..., que faz a gestão do site e produz conteúdos mais online. Não quer dizer que não produza para o papel, toda a redação trabalha para o online, na medida em que tudo o que é feito no Jornal de Notícias entra na edição online também. Se entra no dia, no dia anterior, se entra aberto, se entra fechado, isso é outra questão. Mas toda a gente tem acesso a backoffice. Neste momento, estamos já a tentar que todos os textos, ainda não é bem assim, mas todos os textos nascem já no backoffice do site e depois passem para a edição impressa. Por isso, temos uma equipe pequena, que é quem vai..., quem controla a publicação online e que está em permanente diálogo, é quase ali um pivô, em permanente diálogo com as outras secções todas. Imagina... Agora, vou lhe dar um caso, exatamente agora. Morreu um músico há poucos minutos, há cerca de meia hora, morreu um músico famoso cá em Portugal. Nós vamos a reação à última hora, imediata, começamos a escrever coisas e depois temos que estar em contacto com a secção de cultura para perceber o que é que eles estão a planear a fazer, o que é que eles podem aproveitar daquilo que já nós fizemos, o que é que vão eles pegar que nós não pegamos e haver aqui uma coordenação sem haver duplicação de trabalho. Mas sim, há um pequeno grupo que está mais vocacionado para o site, principalmente ataca a última hora basicamente. E faz trabalhos como multimídia, por exemplo.

O pessoal do impresso são quantas pessoas?

Sem contar com os correspondentes, neste momento a redação do JN terá 70, 80 jornalistas, ao todo. Se calhar, um bocadinho mais, pouco mais. Acaba por ser do online também, mas obviamente tem outras preocupações, de principalmente, ao final do dia, fechar a edição impressa. Se isto não acontecesse, se não houvesse esta integração e um trabalho que também passa pelo online, nunca poderíamos ter os números de audiência que temos, porque oito pessoas não conseguem fazer turnos das 7h da manhã à 1h da manhã, 7 dias por semana. Não conseguiriam abranger tudo o que conseguimos abranger.

E o perfil desses profissionais? São mais jovens, mais velhos?

Temos uma mistura. Temos jornalistas seniores na edição impressa, por exemplo. Temos jornalistas com mais de 40 anos de casa. Já não são muitos. Mas temos jornalistas que, quando eu nasci, já cá estavam. Também tem a ver com o facto de estarmos no Porto. O mercado de trabalho no Porto é muito pequeno e cada vez mais pequeno. Havia três grandes jornais na cidade do Porto, que era o Comércio do Porto, 1º de Janeiro, JN, mas o mercado de trabalho é curto. Por isso, as pessoas, muitas vezes, vão ficando, não é? Até havia uma certa tradição quase familiar. Ainda há pessoas aqui que os pais também trabalharam no JN. Aliás, neste momento, temos na redação uma mãe e um filho. Havia até quase essa tradição. Mas também temos muita gente nova ali na casa dos 20 anos. Nós tivemos alguns jornalistas seniores que já saíram. Temos muita gente ali na casa dos 20 e tal anos. Se calhar, na casa dos 30, que é onde eu me encontro, quase a chegar ao fim dos 30, se calhar é a geração que há menos. Ah, e depois temos uma dispersão ali dos 40 e muitos, 50 e alguns, 60. Não são muitos, mas alguns 60.

De uma forma geral, quais são as suas perspectivas para o jornal? Você acha que vai caminhar para o digital mesmo? E em relação ao jornalismo como um todo? O que você pensa para o jornalismo para os próximos anos?

É quase um chavão que se pode utilizar nos últimos 20 anos, que é “o meio está em crise”, não é? Essa frase era verdade quando eu estava na faculdade, e ainda é verdade. O jornalismo está em crise. Os desafios, se calhar, não são exatamente os mesmos, mas porque estão indo por partes. Edição impressa, eu não sei se vai acabar, mas já perdeu a preponderância que tinha. Num topo histórico, nós chegamos a vender 120 mil. Já não é do meu tempo, chegamos a vender 120 mil jornais por dia. Para o mercado português, é estratosférico. Eu não sei se vai acabar, mas vai perder ainda mais relevância. Eu acho que só não perdeu mais neste momento nem é porque os leitores querem muito edição impressa. Eu acho que é porque os jornais precisam da edição impressa ainda. Porque os jornais não sabem ainda, ainda não encontraram o modelo, mesmo os que têm muitas assinaturas, ainda não encontraram forma de rentabilizar a informação online. Quer pela falta de vontade dos leitores pagarem por informação online... Então, há vários pontos, há leitores que não gostam, não querem pagar por informação online, ou pelo menos já ainda não querem como no nível que deveriam. As assinaturas online não dão o mesmo retorno que uma assinatura em papel e depois temos a questão da publicidade dominada pela Google e pelo Facebook. Quem está a produzir conteúdos, quem está a gastar dinheiro para produzir informação, para fazer jornalismo, é quem recebe menos do bolo publicitário. Fica tudo nas grandes plataformas. E há cada vez menos contratos de publicidade diretos com os meios. Nós ainda vamos tendo alguns, todos os meios ainda vão tendo alguns, que, imagino eu..., isso é uma área que me ultrapassa, imagino eu que serão esses os contratos mais rentáveis, mas a maior parte da publicidade é lá colocada pela Google. E nós vamos ficando com pequenas migalhas. Há algumas iniciativas do Google, por exemplo, para apoio aos meios de comunicação, mas fomos a fazer as contas, se calhar, digo eu, não sei se isto é verdade ou não, mas parece-me que, se fizéssemos as contas, os jornais ficariam a ganhar se eles pagassem o valor justo a quem produz os conteúdos onde eles anunciam do que estar a receber de vez em quando umas bolsas ou uns apoios extra. Por isso, nesta área, só na vertente económica aqui, temos estes desafios. Depois, teremos outros desafios, de estarmos a concorrer pela atenção do público, por exemplo, nas redes sociais e no Google Discover, nessas plataformas onde estamos ao mesmo nível que blogs, às vezes já até sites de empresas que tem textos, tem o chamado marketing de conteúdo, não é? E o texto que nós fazemos jornalístico está que, na verdade, é publicidade, é marketing. As pessoas não percebem, porque não percebem que não estão a ler informação jornalística, mas estão a ler algum produto de marketing. Isto cria uma utilização do nosso trabalho. Pois temos ainda mais desafios. Isto é, só desafios. De inteligência artificial, da substituição de jornalistas por máquinas de inteligência artificial, do uso dos conteúdos jornalísticos para alimentar sistemas de inteligência artificial. Tudo isto é um campo minado. Então, como é que nós vamos contornar isto? Eu não gosto de visões apocalípticas sobre nada, mas vejo que há muitos desafios e nós e temos que ser cuidadosos naquilo que fazemos, porque um passo em falso nesta fase é complicado. Não acho, por exemplo, que a inteligência artificial vá substituir o jornalista. O jornalista tem que saber utilizar a inteligência artificial de forma construtiva. Sem nunca lhe tirar o poder de decisão e de nunca relegar para uma máquina o poder de decisão editorial. Por exemplo, um bom uso de inteligência artificial e que poupa muito trabalho a um jornalista é, por exemplo, os sistemas que fazem a transcrição de entrevistas. Para mim, é a maior loucura que há neste momento, que pode fazer seis entrevistas de rajada

e, quando chega o final da sexta entrevista, já tenho que..., mas pronto. Mas, em termos de desafio, acho que temos muitos desafios para o jornalista, mas também para as empresas jornalísticas. Saber como vão navegar e por onde é que passa o futuro disto, porque assim, o jornalista teoricamente não teria que se preocupar com o dinheiro e com o financiamento do seu trabalho, mas temos que ser realistas e é uma questão. É, me parece que, assim, as pessoas querem informação, as pessoas buscam informação, né? Sim. Ah, mas outras questões, como a questão financeira, a questão da tecnologia, elas acabam se sobrepondo, né, ao movimento do jornalista de entregar essa informação para as pessoas. Não que não exista a demanda. Sim, sim, mas a questão é que parece-me que o público às vezes não é exigente. Ah, leu alguma coisa, leu um parágrafo numa rede social qualquer e, para muita gente, já está informado. Não, parece-me estranho. Nós aqui em Portugal, há uns anos, já há muitos anos, tivemos uma coisa que surpreendeu muito os nossos investigadores, nossos acadêmicos da área de jornalismo, que foi o surgimento dos jornais gratuitos. E um dos jornais que perderam mais leitores com os jornais gratuitos, que eram jornais com conteúdos muito pela rama, muito simples, seria uma súmula de informação, não num trabalho jornalístico profundos, mas um jornalístico que perdeu público foi o Público, que é um jornal de referência. Isto pôs as pessoas a pensar o que é que na verdade os leitores querem ou o que é que eles necessitam, ou sobre a noção que eles têm sobre a informação que consomem. Como é que um jornal gratuito de 10 páginas ou 12 páginas ou o que for consegue tirar leitores a um jornal de referência com trabalhos profundos, pensados, com opinião qualificada? Isso surpreendeu. E acho que é um bocado isso, se calhar, não sei se falta alguma literacia mediática ou se é simplesmente desinteresse. Voltando ao tempo da pandemia, nós notamos que as pessoas precisavam de informação, queriam informação. E ainda há pelo menos um certo grupo de pessoas que, quando precisam de informação a sério, vem ler-nos, o que é bom. Mas isso foi há quatro, cinco anos. Não sei se, nestes cinco anos, se acontecesse agora uma pandemia, se teríamos essa mesma procura. Não achariam que estavam mais bem informadas com dois parágrafos ou um youtuber qualquer que diz uma informação qualquer que dá por aquilo que diz? Que é aquilo que as pessoas não percebem, que o nosso meio é altamente fiscalizado e regulado. Nós podemos enganar-nos. Eu também dou aula aqui numa universidade do Porto. Quando eles me falam de youtubers que também dão informação, não, é diferente. Basta isso, enganamo-nos. Primeiro, em teoria, estamos de boa fé, não é? E explicamos aos leitores porque é que corrigimos e explicamos, o que é que aconteceu. Se nós não fizermos isso de livre e espontânea vontade, temos um meio legal que é haver um direito de resposta. Isto é, a pessoa que acha que foi vítima de alguma coisa, porque demos uma informação errada, tem direito a responder e a processar-nos. Isso já é outra coisa. E se nós não publicamos o direito de resposta, a entidade reguladora para a comunicação social, que é mais uma camada por cima da disto tudo, tem o poder de nos sancionar e nos obrigar a fazer alguma coisa. E as pessoas não sei se tem noção disto. Que não é os jornais enganarem-se. Os jornais vão se enganar sempre, é da vida, vai sempre haver erros. A questão é se nós enganamos e somos honestos, que é uma coisa que depois um youtuber ou um tiktokker que dá umas informações, deu aquilo e, no dia seguinte, já está noutra, não quero saber se deu a informação errada, se era mentira, se avançou. E isto faz toda a diferença, mas eu não sei se as pessoas, se o público na generalidade, enquanto uma massa, um bolo, que não é uniforme, consegue perceber esta diferença sobre o que é jornalismo e o que não é jornalismo. Não sei se o público consegue perceber que, se ler uma notícia sobre ambiente no site de uma petrolífera, consegue até ver que ali está uma notícia que não é inocente.

Quer transmitir alguma coisa que a empresa nos quer dizer. Sim. Enquanto um jornalista teoricamente tenta fazer..., não imparcial, porque isso de ser imparcial para mim é um mito, mas pelo menos honesto naquilo que faz. Explicar de onde vem a informação e, se estiver errado, corrigir.

Acredito que é pequeno o número de pessoas que consegue distinguir, porque recentemente teve uma pesquisa aqui no Brasil que mostrou que as pessoas não sabem realmente diferenciar o que é uma informação, uma desinformação, uma informação de um veículo jornalístico, uma postagem na rede social, né?

Não, não tem. Para as pessoas, isso aparece na mesma hierarquia, no mesmo feed. A notícia de um jornal que demorou dias, horas a fazer e que teve confirmação e que teve contacto, aparece ao mesmo que de um senhor qualquer que está a passar na rua e que disse qualquer coisa porque achou que sim. O nível hierárquico da informação para o leitor é o mesmo. Aparece o mesmo feed. Essa é desvantagem de estar nas redes sociais. Mas é impossível não estarmos, porque senão também não temos leitores.