

Jornalismo de Soluções

uma introdução
para jornalistas
e redações



**European
Journalism
Centre**

“Fazer a cobertura jornalística de problemas é importante, mas é igualmente crucial apresentar soluções que já existem para esses problemas. Isso demonstra que as pessoas estão conscientes e se esforçam ativamente para resolvê-los, inspirando e dando ferramentas a jovens leitores que pensam que o mundo está condenado.”

Juliette Gerbais,
assistente de projetos
European Journalism Centre



Uma introdução ao Jornalismo de Soluções para jornalistas e redações

Estudos mostram que muitas pessoas evitam as notícias porque se cansam de ser informadas apenas sobre catástrofes naturais, guerras, crime, sofrimento, etc. Esta avalanche de notícias negativas tem um impacto no seu humor, no seu bem-estar e na confiança que depositam no jornalismo. As pessoas que evitam notícias (“news-avoiders”) estão mais interessadas no jornalismo construtivo e orientado para soluções do que nas notícias de última hora.

Por isso, os órgãos de comunicação social devem ter o papel de contrariar a

tendência de as pessoas evitarem ativamente as notícias. As redações podem mudar a sua estratégia editorial, privilegiando conteúdos menos negativos e mais construtivos, menos opinativos e mais transparentes, baseado em evidências.

O objetivo desta abordagem mais equilibrada do jornalismo é sublinhar que os consumidores não são simplesmente vítimas passivas das notícias, mas que podem envolver-se nas soluções e contribuir coletivamente para um mundo no qual há esperança. Substitui sentimentos de

impotência e tensão por uma sensação de pertença e crença na diferença que é possível fazer na sociedade.

O jornalismo de soluções também fortalece as comunidades, ajuda-as a enfrentar os seus desafios, promove a equidade, cria confiança, aumenta o envolvimento cívico, despolariza o discurso público e fomenta novas fontes de receitas.

- Marjan Tillmans,
gestora de projetos
European Journalism Centre

O que é o jornalismo de soluções?

O jornalismo de soluções investiga e explica, de forma crítica e clara, como é que as pessoas tentam resolver problemas amplamente partilhados. Enquanto, tradicionalmente, os jornalistas definem notícias como “o que correu mal”,

o jornalismo de soluções esforça-se por expandir esta definição: respostas a problemas também são valores-notícia. Ao adicionar uma cobertura das soluções rigorosa e baseada em evidências, os jornalistas podem contar

toda a história. De forma a evitar notícias “fofinhas” e excessivamente positivas, simplificando as questões abordadas, a [Solutions Journalism Network \(SJN\)](#) recomenda o uso de **QUATRO PILARES** para assegurar uma cobertura equilibrada das soluções:

1. RESPOSTAS

Foca-se não apenas numa pessoa ou organização, mas na resposta a um problema e em como tudo aconteceu

2. INSIGHTS

Procura fornecer insights que possam ajudar outros na resolução dos mesmos problemas – não apenas inspiração

3. EVIDÊNCIA

Fornece evidências disponíveis – dados ou resultados qualitativos, analisando a eficácia da resposta (ou a falta dela) – não apenas intenções

4. LIMITAÇÕES

Apresenta as limitações ou fragilidades de uma resposta e evita exageros

Por que motivos importa?

1.

Quando bem feito, o jornalismo de soluções fornece, de forma rigorosa, insights valiosos sobre como as comunidades podem enfrentar problemas.

2.

O jornalismo de soluções pode conduzir a mudanças significativas, promovendo uma alteração no discurso, levando uma discussão sobre um problema numa nova direção, ou inspirando audiências e decisores políticos nas suas comunidades.

3.

Na edição 2023 do Reuters Institute Digital News Report, 36% dos inquiridos afirmam evitar notícias porque influenciam o seu bem-estar. Quem as evita tem também maior probabilidade de se interessar por um jornalismo orientado para as soluções ou positivo do que nas manchetes diárias.

4.

Audiências jovens revelam querer notícias que abordam soluções e não apenas problemas.

5.

Estudos sugerem que as audiências se envolvem mais e têm maior probabilidade de confiar em histórias orientadas para as soluções do que nas focadas nos problemas.

6.

O ato de evitar notícias é um problema para a indústria dos media e para a democracia, na medida em que afeta o nível de conhecimento da população e o seu envolvimento cívico e político.

O que fazer e não fazer

Por onde começar:

A SJN recomenda identificar um problema ou uma questão que preocupem a sociedade.

Se as perguntas que surgirem forem “o que pode ser feito acerca disto?” ou “quem está a dar uma boa resposta a este problema?” então poderá ter um bom tópico para desenvolver no âmbito do jornalismo de soluções. Na sua pesquisa, procure respostas novas e notáveis a um problema ou territórios que estão a lidar melhor com uma determinada questão do que outros.

Além do seu critério jornalístico sobre o que faz uma

boa história, também terá de confirmar se há evidências do sucesso da resposta, se estas são credíveis e que lições podem ser partilhadas a partir desta abordagem. Esta pode ser uma forma útil de produzir uma história sobre uma comunidade específica, relevante para diferentes audiências.

Assegure-se de que a solução é genuína: notícias de soluções para problemas podem ser inspiradoras; porém, certifique-se

de que questiona a solução que está a cobrir para ter a certeza de que é genuína.

Reportar boas soluções significa também abordar as suas limitações: quando estiver a fazer uma história focada numa solução, olhe para as suas limitações. Pode ser algo desafiante, mas fale com várias pessoas envolvidas no projeto ou na iniciativa. Procure fontes externas, que poderão ajudar na abordagem à solução e ao seu potencial, assim como as

suas limitações, numa perspetiva independente.

Seja específico: isto é essencial quer para definir o problema quer para a solução que está a reportar e o respetivo contexto. Seja preciso sobre a complexidade da solução e o que esta resolve especificamente, assim como onde e como é que é exatamente aplicada.

Evite o ativismo: não se trata de defender uma determinada resposta ou propor uma solução que ainda não existe. A cobertura de boas soluções deve ser equilibrada, explorando os seus sucessos e limites, mostrando a boa recetividade, mas também o ceticismo, e onde há mais do que uma resposta ao mesmo problema.

Incluir as limitações da solução na sua peça também o protegerá de privilegiar uma resposta em particular.

→ **Não use** as palavras “inspirador”, “fantástico”, “super”, “único”, “genial” e, na maior parte dos casos, “solução”

→ **Informe** as audiências sobre as limitações da resposta

→ **Não** exagere ou preveja o futuro

→ **Dê** um contexto breve

→ **Desenvolva a história** acerca da ideia por trás do projeto – o projeto é apenas a ilustração

→ Use **dados**



Olhe para o passado e para o futuro: um foco na solução pode frequentemente levar a uma fixação no futuro ou em como a iniciativa pode mudar uma comunidade ou lugar, ou resolver o problema. Olhar para a forma como as pessoas abordaram os problemas e introduziram soluções no passado pode enriquecer a história.

Não faça do jornalismo de soluções uma exceção: a abordagem orientada para as soluções é aplicável à maioria das reportagens e outros géneros; tratá-lo como algo excepcional pode atrasar a familiarização dos editores com o conceito. Enquadre-o como a cobertura de respostas a problemas e não como uma história positiva.

Olhe para o passado e para o futuro

Adesão interna: certifique-se de que os seus colegas e editores veem no jornalismo de soluções uma oportunidade e não uma restrição, e que há muitos dados sobre os seus benefícios, nomeadamente a sua capacidade de ser um antídoto para as razões pelas quais as pessoas se desligam das notícias.

Venerar heróis: não celebre ou glorifique um indivíduo ou organização; em vez disso, use várias vozes que testemunhem a mudança sistémica.

Bala mágica: não comemore soluções simples ou “balas de prata”. Os problemas - e as soluções - são complicados e mesmo as melhores intervenções têm limitações ou enfrentam obstáculos. Opte por analisar respostas a problemas sistémicos.

Não apenas uma ideia ou teoria: não baseie a sua história em teoria; olhe para as respostas que estão a ser implementadas (ou já foram). Terá de incluir evidências e dados para suportar a reportagem.

Questões-chave na cobertura jornalística

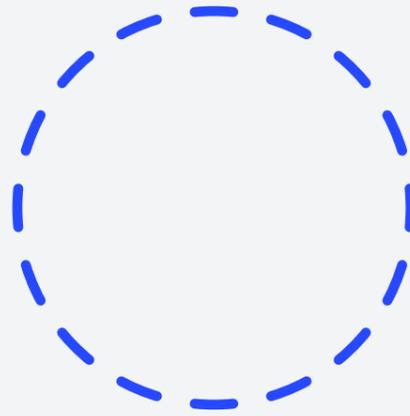
→ Que problema está a ser resolvido?

→ De que forma está ou não a resposta a resultar? Como sabemos isso?



→ Que dimensões do problema não são abordados por esta resposta?

→ O que dizem os críticos?



→ Quais serão as possíveis barreiras se a resposta for replicada noutro contexto?



Algumas dicas de especialistas



Swati Tarafdar

jornalista independente & formadora de jornalistas independentes

→ Jornalistas experientes continuarão a resistir ao jornalismo de soluções até que lhes digam que o jornalismo de “watchdog” está aqui para ficar assim como o de soluções; além disso, temos uma abordagem orientada para as soluções depois de um problema ter sido coberto até ao limite, isto é, os leitores estão cientes disso e pedem respostas. Este [vídeo](#) também poderá ser útil.

→ O jornalismo de soluções implica uma mudança de mentalidade, leva algum tempo a digeri-lo e há formas de o inserir na rotina diária de forma a não ser necessário gastar semanas numa história orientada para as soluções. Este [artigo](#) pode ajudar.

@Swati_Sanyal_T



Lola García-Ajofrín

repórter sénior na Outriders

→ No que respeita às limitações, estas não são geralmente incluídas porque há receio de as pessoas pensarem que a resposta é pequena ou imperfeita. Porém, se olharmos para a resposta como ela é, por menor que seja, o leitor irá valorizar mais essa honestidade do que uma resposta miraculosa.

→ Em vez de procurar respostas na Internet, trabalhe com um jornalista local e observe como as comunidades estão a trabalhar para resolver alguma questão.

@Lolagars



Michèle Foin

co-fundadora do Collectif Solvo

→ Seja claro sobre o problema a que a solução responde desde o início. Isso ajuda a manter o foco e é fundamental para aprofundar a efetividade da solução.

→ O jornalismo de soluções não se relaciona sempre com soluções que resultam. Pode também explicar porque é que algo que parecia uma boa ideia não resultou e as armadilhas a evitar no futuro. Para ser credível, uma história orientada para as soluções deve mostrar as limitações da resposta, mas nem sempre é fácil identificá-las. Os líderes de projeto nem sempre estão dispostos a partilhá-las, com receio de que a credibilidade das suas ações seja enfraquecida.

→ Os beneficiários dessas ações também pensam frequentemente que abordar as limitações acabará por prejudicar toda a iniciativa.

→ Não se esqueça do processo da solução. O público deverá conseguir perceber os diferentes passos de forma a poder replicá-la.

@SolvoCollectif



Meera K

co-fundadora do Citizen Matters

→ Assegure-se de que enquadra bem o problema - identifique a causa principal e outras relacionadas, de forma a demonstrar qual é verdadeiramente o problema que a “solução” resolve.

@citizenmatters



Sanne Breimer

profissional dos media
formadora de jornalismo

→ Alguns jornalistas que não estão familiarizados com o método ainda ficam confundidos com a palavra “solução”. Eu prefiro usar “resposta a um problema” desde o início.

@SanneBreimer



Marine Mugnier & Delphine Tayac

fundadoras do Collectif Antidotes

→ Evite fazer a cobertura de uma iniciativa apenas porque a considera interessante / boa / nova... É importante perguntar-se: porquê esta iniciativa em particular? Em que consiste especificamente para que mereça fazer parte de uma história?

→ Reserve tempo para identificar (e, muito melhor, criar uma rede de) fontes/especialistas/cientistas/grupos de reflexão/organismos públicos/ONGs etc. que podem contribuir para encontrar respostas convincentes/robustas.

@Antidotes_fr

Recursos da Solutions Journalism Network

- [Aceda ao SJN's Solutions StoryTracker](#) para inspiração. Os jornalistas podem submeter as suas peças publicadas para a base. Se não forem aceites, terão feedback sobre elementos do jornalismo de soluções que possam estar omissos ou de que forma podem ser fortalecidos.
- [Leia esta pequena entrevista](#) com Tina Rosenberg, co-fundadora da SJN, que explica de forma simples o papel dos dados e outras evidências no jornalismo de soluções.
- [Como aprender a fazer jornalismo de soluções num estalar de dedos \(14 dicas\)](#)
- [Toolkit básico](#)
- [Jornalismo de soluções & jornalismo de dados](#)
- [Integrar o jornalismo de soluções na rotina jornalística](#)
- [Anatomia de uma \(pequena\) peça orientada para as soluções](#)



“O principal objetivo do jornalismo de soluções não é fazer com que as pessoas se sintam melhor, embora haja um impacto extraordinário quando isso acontece. O seu objetivo é informar melhor as pessoas.”

Nina Fasciaux
Diretora, Parcerias e Bolsas
Solutions Journalism Network

Sobre os parceiros deste programa

O Acelerador de Jornalismo de Soluções, lançado em 2022, é promovido pelo European Journalism Centre (EJC) em parceria com a Solutions Journalism Network e financiado pela Fundação Bill & Melinda Gates.

Sobre o European Journalism Centre

A fundação European Journalism Centre (EJC) é uma organização neerlandesa independente, sem fins lucrativos, com sede na cidade de Maastricht, Países Baixos. Somos um Centro para as comunidades, conhecimento e colaboração com parceiros e fundadores. Reimaginar o jornalismo é a chave.

Sobre a Solutions Journalism Network

A SJN é uma organização internacional sem fins lucrativos que promove uma mudança sistémica no jornalismo, liderando a adoção do jornalismo de soluções, isto é, a cobertura noticiosa rigorosa sobre respostas a problemas sociais em todo o mundo. A nossa missão é transformar o jornalismo para que todas as pessoas tenham acesso a notícias que as ajudem a imaginar e construir um mundo mais equitativo e sustentável.

Sobre a Fundação Bill & Melinda Gates

A Fundação Bill & Melinda Gates é uma organização sem fins lucrativos que combate a pobreza, a doença e a iniquidade em todo o mundo. A sua missão é criar um mundo onde qualquer pessoa tenha a oportunidade de viver uma vida mais produtiva e saudável. Estabelece parcerias com empresários, empresas e outras organizações para criar incentivos, aproveitando o poder da iniciativa privada, que originem a mudança para aqueles que mais dela precisam.