

Jornalismo de soluções no Brasil

análise do panorama nos veículos de comunicação

Camila Farias¹

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar os resultados do mapeamento de veículos jornalísticos brasileiros que utilizam ou utilizaram as características e/ou pilares do jornalismo de soluções em suas reportagens, por meio de autodeclaração ou de submissão ao site *Solutions Journalism Tracker*. A realização deste mapeamento faz parte da elaboração da tese de doutorado, vinculada à Universidade Federal da Bahia (UFBA). Os resultados mostram que, até maio de 2024, foram localizados 28 veículos jornalísticos no Brasil, com predominância da região Sudeste (53,5%). Os veículos foram localizados por meio de cinco etapas metodológicas, sendo a principal o levantamento de dados do site *Solutions Story Tracker*, vinculado à *Solutions Journalism Network*, uma organização sem fins lucrativos norte-americana. Os principais resultados apontam para a predominância de veículos digitais, assim como independentes. Porém, vale ressaltar que há grandes meios de comunicação tradicionais envolvidos nessa prática, como é o caso do grupo RBS, no Rio Grande do Sul, portal Uol e Jornal Folha de S. Paulo. Apesar desse levantamento apresentar limitações, no que se refere à autodeclaração dos veículos, ele permite compreender nacionalmente qual tem sido a disseminação do jornalismo de soluções.

Palavras-chave

Jornalismo de soluções; Mapeamento; Brasil; SNJ; Jornalismo digital.

¹ Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom), da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Integrante do grupo de pesquisa NJor. E-mail: camilagabriellee03@gmail.com.

Solutions journalism in Brazil

an analysis of the landscape in media vehicles

Camila Farias¹

Abstract

The objective of this article is to present the results of the mapping of Brazilian journalistic vehicles that use or have used the characteristics and/or pillars of solutions journalism in their reporting, either through self-declaration or submission to the Solutions Journalism Tracker website. This mapping is part of the development of a doctoral thesis undertaken at the Federal University of Bahia (UFBA). The results show that, as up to May 2024, 28 journalistic vehicles were identified in Brazil, with a predominance in the Southeast region (53.5%). The vehicles were identified through five methodological steps, the main one being data collection from the Solutions Story Tracker website, linked to the Solutions Journalism Network, a U.S.-based non-profit organization. The main findings indicate a predominance of digital as well as independent vehicles. However, it is worth noting the involvement of major traditional media in this practice, such as the RBS Group in Rio Grande do Sul, the Uol portal and the Folha de São Paulo newspaper. Despite the limitations of this survey regarding the self-declaration of outlets, it provides a national understanding of the dissemination of the solutions journalism.

Keywords

Solutions journalism; Mapping; Brazil; SNJ; Digital journalism.

¹ Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom), da Universidade Federal da Bahia (UFBA).
Integrante do grupo de pesquisa Njor. E-mail: camilagabriellee03@gmail.com.

Introdução

O jornalismo de soluções ainda está no caminho de ter uma definição consolidada academicamente, visto que, atualmente, existem, pelo menos, três vertentes conceituais: 1) como sinônimo do “jornalismo construtivo”; 2) uma derivação disso ou 3) não vinculado a essa associação e relacionado com a *Solutions Journalism Network* (SJN), uma rede norte-americana, sem fins lucrativos, que surgiu em 2013.

A rede traz a definição de que “o jornalismo de soluções investiga e explica, de forma crítica e clara, como as pessoas tentam resolver problemas amplamente partilhados” [1] (Tradução nossa). Posteriormente, surge o site *Solutions Story Tracker* (SST), um banco de dados com curadoria de reportagens sobre respostas a problemas sociais, vinculada ao site *Solutions Journalism Network* (SJN).

Levando em conta a expansão do jornalismo digital e do surgimento de novos veículos, o objetivo deste artigo é apresentar os resultados do mapeamento de veículos jornalísticos brasileiros que utilizam ou utilizaram as características e pilares do jornalismo de soluções em suas reportagens por meio de autodeclaração. Para isso, o levantamento durou cerca de três meses e contou com cinco fases de mapeamento – sendo uma delas o levantamento de dados por meio da plataforma *Solutions Story Tracker*.

Os resultados apontaram para 28 veículos jornalísticos no Brasil, com predominância da região Sudeste (53,5%) e reforçam a relevância de veículos digitais e independentes.

Em busca de uma discussão teórica sobre o jornalismo de soluções

A conceituação sobre jornalismo de soluções apresenta lacunas, sobretudo, na área acadêmica. Alguns pesquisadores que abordam o tema indicam uma tentativa de operacionalizar o conceito. Tettey e Garman, com base em Sabadan (2020) contribuem para essa percepção da dificuldade conceitual, ao citar que “o jornalismo de soluções não tem uma definição padrão; no entanto, num sentido geral, são as práticas jornalísticas com o objetivo de vincular os assuntos noticiados com possíveis soluções” (2021, p. 2, Tradução nossa). [2]

De forma prática, o conceito é trabalhado, desde 2013, pela Rede de Jornalismo de Soluções norte-americana, a *Solutions Journalism Network* (SJN). Mas, ainda que haja registros a respeito há quase 20 anos. Em 1998, Benesch cita o jornalismo de soluções, no qual a autora o descreve como “reportar sobre esforços que parecem ter sucesso na resolução de problemas sociais específicos” (p. 37, Tradução nossa). [3]

Antes de Benesch, em 1996, apesar do termo “jornalismo de soluções” não ser citado diretamente, Kinnick, Krugman e Cameron (1996) abordam a função narcotizante tratada por Lazarsfeld e Merton ao destacar que existiam elementos na

mídia ligados à abordagem generalizada de problemas sociais, o que levaria à falta de sensibilidade por parte do público. “Quatro fatores, em particular, emergem da literatura: uma ênfase no sensacional, uma preponderância de ‘más notícias’, falha em fornecer contexto para problemas sociais e a apresentação de problemas, mas não de soluções” (Kinnick; Krugman; Cameron, 1996, p. 690, Tradução nossa). [4]

Dessa forma, os autores apontam a falta da apresentação de soluções como um possível problema para o jornalismo chamado de a síndrome das más notícias. Vale ressaltar que em 2000, a *Fundación para un nuevo periodismo iberoamericano* (FNPI), conhecida também como Fundação Gabo, na Colômbia, realizou um workshop com 15 jornalistas de 13 países. Uma das temáticas foi voltada a um novo paradigma do jornalismo, com a “investigação de soluções”. Posteriormente, para a criação da rede *Solutions Journalism Network* (SJN), um dos fatores foi o surgimento da coluna semanal *Fixes*, que circulou de 2010 a 2021, no jornal *The New York Times*.

A *Solutions Journalism Network* (SJN) foi criada pelos jornalistas David Bornstein, Tina Rosenberg e Courtney Martin, em 2013, nos Estados Unidos, com o entendimento de que o jornalismo de soluções realiza investigações de forma crítica e explica a forma como as pessoas estão tentando resolver problemas que sejam partilhados.

A rede buscou apontar quatro características ou pilares para esse tipo de cobertura: a apresentação da resposta a um problema e sua implementação, evidências da resposta, *insights* e limitações da resposta. Ademais, há outras iniciativas que merecem atenção, como a *Constructive Journalism Network* (Holanda e EUA), *Constructive Journalism Project* (Inglaterra), *Constructive Institute* (Dinamarca), *Constructive Voices* (Irlanda) e *The Catalyst Journalism Project* (EUA), experiências que se aproximam da defesa da prática da inserção de soluções na cobertura jornalística.

A primeira tese que abordou o jornalismo de soluções foi a de McIntyre (2015), na qual a autora busca avançar no entendimento acerca do impacto do jornalismo no bem-estar psicológico, a partir do conceito de jornalismo construtivo, cunhado por Gyldensted (2011; 2015). McIntyre e Gyldensted (2017) fazem uma tentativa de consolidar o conceito entendendo que o jornalismo de soluções é uma especialidade do jornalismo construtivo, ou seja, uma de suas ramificações, tendo a finalidade de relatar de forma rigorosa como as pessoas respondem aos problemas sociais e se mantendo fiel às funções do jornalismo.

Aitamurto e Varma (2018) tratam o jornalismo construtivo e de soluções como similares, já que, segundo as autoras “professam as normas e práticas jornalísticas anglo-saxônicas tradicionais, mesmo quando mudam o foco dos problemas para as soluções” (Aitamurto; Varma, 2018, p. 1). As autoras entendem que o jornalismo construtivo não é apenas um gênero de notícias, mas aborda alguns aspectos diferenciais dessa prática, como: “foco em soluções para problemas sociais, um ideal

de progresso social, práticas de reportagem orientadas em torno da esperança, alto intervencionismo e posicionamento do jornalista como aquilo que Krüger (2017) chama de ‘agente de mudança’” (Aitamurto; Varma, 2018, p. 2, Tradução nossa). [5]

As autoras defendem também que os jornalistas que desempenham um papel construtivo tornam-se mais do que portadores de más notícias, pois mudam o foco e a atenção para a perspectiva de mudança social, documentando e desenvolvendo soluções para problemas sociais em curso. Essa abordagem não surge, necessariamente, com o chamado jornalismo construtivo, mas também está presente em outras abordagens alternativas, como o jornalismo de paz e cívico (Aitamurto; Varma, 2018).

Mas essa não é a única definição ou entendimento sobre o conceito. Bro (2018) entende que existem alguns problemas ligados ao conceito, sua autoria, definição, e isso pode trazer questões como enfraquecer o movimento – o que ocorreu com algumas formas de pesquisa vinculadas ao jornalismo e que posteriormente perderam força. Dessa forma, o autor traz dois pontos de vista a partir de dois autores que defendem a inserção de soluções nas coberturas jornalísticas: Gydenstend (2015) e Haagerup (2014). Enquanto Gyldensted (2011) é mais propensa a focar nos efeitos do jornalismo em seus trabalhos, sobretudo, no que se refere à psicologia positiva, Haagerup (2014) se concentra no que afeta os próprios jornalistas, ou seja, suas práticas.

Com a finalidade de compreender o que havia de aspecto conceitual sobre o tema, foi realizado um estado da arte entre 2023 e 2024 (Farias, 2024). Sendo assim, foi possível localizar artigos sobre o assunto que realizam a tentativa de operacionalização do tema. Por exemplo, McIntyre e Lough (2019) apresentam entrevistas em profundidade com os jornalistas familiarizados com o jornalismo de soluções, a partir do levantamento fornecido pela SNJ.

Um dos aspectos importantes do artigo é trazer outras descobertas que ajudam a distinguir a conceituação da SJN da *Solutions Journalism Network* de como os jornalistas profissionais o praticam, particularmente no que diz respeito à medida em que as soluções no jornalismo se sobrepõem ao jornalismo voltado à defesa de uma determinada instituição, órgão ou agente. Um dos aspectos que reforça, para esses autores, a necessidade de utilizar soluções na cobertura jornalística se dá por um afastamento do público das notícias consideradas excessivamente negativas e a fadiga que isso pode causar, assim como uma apatia do público.

Por meio da entrevista com jornalistas recrutados pelo *Solutions Journalism Network*, McIntyre e Lough (2019) tentaram identificar quais são as características consideradas nesta abordagem. Os autores apontaram que a reportagem deve explicar as causas de um problema social; descrever uma resposta a esse problema, tornar o processo de resolução de problemas central à narrativa, explicar como a solução está sendo implementada, apresentar evidências de resultados vinculados à resposta, assim como apresentar as limitações. Os autores apontam que existe a possibilidade de transmitir também uma lição ensinável.

Mesmo com uma apresentação próxima às características propostas pela Rede, é possível verificar que os pesquisadores citam três novos aspectos: a reportagem com base em solução pode abordar as causas de um problema social, deve ter um problema social como um requisito e a resolução de problemas deve ser central na narrativa. Isso já abre margem para a discussão sobre quais seriam, de fato, as características, quando falamos sobre a inserção de soluções na cobertura jornalística.

Em termos de debates realizados no Brasil, o primeiro livro a discutir o assunto é de Simões (2022). Para o autor, o jornalismo de soluções “inova ao romper com a lógica, predominante nas rotinas produtivas jornalísticas tradicionais, de destacar os problemas sociais e quase ignorar as soluções para essas mazelas” (Simões, 2022, p. 85). Dessa forma, o autor defende que a solução deve assumir o protagonismo da notícia. “Ela vai nortear todo o processo produtivo, desde a construção da pauta até a edição e a publicação do material, que também é pensado para motivar, com maior eficácia, a audiência a agir na resolução da questão abordada” (Simões, 2022, p. 85).

Em relação à produção da notícia, que se inicia na construção de uma pauta com o foco em soluções, o restante do processo produtivo permanece o mesmo em comparação com o jornalismo tradicional, ao envolver uma “necessidade de apuração rigorosa, checagem de dados, escolha das fontes, precisão, criatividade, inteligência, sensibilidade, além de outros atributos” (Simões, 2022, p. 99). Sobre a escolha de fontes, o professor ressalta também a importância de fugir do relato exclusivo de fontes oficiais e dos mesmos especialistas convidados para explicar uma questão (Simões, 2022, p. 106).

No Brasil, há uma dissertação sobre o tema (Farias, 2022) e uma tese de doutorado (Sanches, 2024). Também há um e-book organizado por Simões (2024) que reúne artigos de vários pesquisadores brasileiros sobre o tema.

Ao pensar no surgimento do jornalismo de soluções enquanto prática jornalística, a primeira matéria que se tem registro a partir do site *Solutions Journalism Tracker* é de 1999, vinculada ao jornalismo impresso na revista *Harvard Business*. Ademais, a coluna *Fixes*, do jornal *The New York Times*, também serviu como um caso a ser analisado sobre o tema. No Brasil, sua origem ainda não é certa, mas há registros no jornalismo audiovisual, com o grupo RBS, filiado à Rede Globo. Acredita-se também, que o programa *Cidade e Soluções*, transmitido pela *Globo News*, em 2007, tenha sido pioneiro no Brasil dessa prática (Simões, 2022).

Diante das lacunas na conceituação, características ou mesmo da consolidação da prática, torna-se importante compreender quais são os veículos que entendem praticar jornalismo de soluções em suas reportagens, a fim de possibilitar a análise das matérias. Pelo fato de os estudos dessa área no Brasil ainda estarem no início, houve a necessidade de compreender se, em aspectos práticos, o jornalismo de soluções está sendo praticado no país e por quais veículos de comunicação. Para

essa realização, partiu-se da hipótese de que a maioria dos veículos vinculados ao jornalismo de soluções no Brasil não estariam no audiovisual televisivo e sim no ambiente digital. Além disso, acreditava-se que, com a expansão das iniciativas de mídia independente, haveria maior probabilidade da presença desses veículos na pesquisa.

Jornalismo de soluções impulsionado no digital

O jornalismo na era digital é uma realidade há tempos e proporciona profunda transformação, sobretudo, ocasionada pelos meios tecnológicos, os quais reconfiguram o consumo do público e até as formas de financiamento jornalístico (Reis; Freitas, 2024). Para Barbosa (2013), este é um processo de expansão desencadeado a partir do século XIX, o que permite afirmar que a tecnologia

sempre foi um fator preponderante para o aprimoramento dos procedimentos da produção jornalística, do trabalho dos profissionais, da oferta informativa, dos modelos dos produtos e dos formatos dos conteúdos, assim como permitiu vencer distâncias para que a velocidade e circulação das notícias pudesse superar barreiras geográficas e temporais e chegar até o público, satisfazendo as necessidades de informação da sociedade (Barbosa, 2013, p. 38).

Dados do *Digital News Report 2024*, do Instituto Reuters (2024), apontam para um consumo de notícias preponderantemente ligado ao WhatsApp, redes sociais e outras plataformas como YouTube e portais de notícias on-line. Essa mudança no consumo midiático por parte do público tem alterado a produção jornalística e o que pode ser compreendido como notícia. Nesse cenário, novos produtos jornalísticos e ferramentas podem ser expandidas e potencializadas no ambiente digital, sendo um deles, o jornalismo de soluções.

Alguns autores realizam a tentativa de justificar o uso do jornalismo de soluções em um cenário do que é chamado de “evitação das notícias”, conceito que se refere a uma rejeição intencional das notícias (Villi *et al.*, 2022). Inclusive, Kinnick, Krugman e Cameron (1996) apontaram que o excesso de notícias negativas ou a sua generalização iriam levar a esse fenômeno. Os autores sugerem que um dos motivos para isso é a falta de contexto das matérias jornalísticas e da apresentação de soluções.

Apesar do cenário de produção da obra desses autores ser direcionado para uma comunicação de massa, ou seja, realizada pela televisão, rádio ou jornal impresso, é importante compreender a evitação de notícias também presente no meio digital com, pelo menos, um motivo em comum em comparação com os meios tradicionais: a negatividade das notícias (Instituto Reuters, 2024). Diante disso, Reis e Freitas (2024) defendem que

a prática (do jornalismo de soluções) surgiu em resposta a uma cobrança do público de participação e engajamento do Jornalismo, dos jornalistas e das empresas de mídia nas pautas da vida cotidiana. Dessa forma, os autores entendem que isso pode ser uma ferramenta contra o afastamento dos leitores devido a falta de identificação com o viés negativo da cultura jornalística (Reis; Freitas, 2024, p. 24).

Diante da possibilidade do jornalismo de soluções ser utilizado como uma das ferramentas para atrair o público, torna-se importante compreender o cenário dessa atuação no Brasil. Também é importante ressaltar que, assim como qualquer prática, o jornalismo de soluções pode encontrar resistência por parte dos jornalistas (Simões, 2022). Porém, os jornalistas também podem se abrir a mudanças, sobretudo, no que se refere à apropriação de novas técnicas em seu dia a dia. Isso nos faz refletir sobre o conceito de inovação, trazido por Zelizer (2019), em relação à aplicação ao jornalismo de soluções.

A autora entende que a inovação não se dá somente no aspecto tecnológico. Ela afirma que a tecnologia digital transformou diversas empresas, inclusive, o jornalismo, mas o jornalismo era quem dava à tecnologia propósito, significado e importância. Dessa forma, Zelizer (2019) faz uma crítica às empresas digitais que agem como se o digital constituísse a base ou espectro das atividades jornalísticas. Isso, segundo a autora, ajudaria a explicar o motivo pelo qual várias notícias são insuficientes para cobrir os temas que envolvem a população.

Esse aspecto reforça a ideia proposta por Franciscato (2010), de que a inovação não se dá somente no aparato tecnológico, mas também no nível organizacional ou social. Ou seja, é uma ampliação de um aspecto mercadológico. Diante disso, os jornalistas também podem se apropriar de novas técnicas em suas práticas e estarem abertos à inovação, o que não se resume somente à tecnologia. Essa ideia é confirmada por Singer (2024), o qual tem abordado sobre inovação ao destacar que mesmo muitos jornalistas se opondo a mudanças, sobretudo, no que se refere ao digital, há uma necessidade de se abrir a processos de inovação, principalmente, pela sobrevivência profissional e individual. Nesse sentido, mesmo o jornalismo de soluções, aparentemente, ser praticado há mais de 20 anos e a inserção de soluções não ser algo novo, propõem-se que a prática voltada à produção de reportagens com ênfase em soluções pode ser um caminho para a crise de audiência no jornalismo.

Sobre o mapeamento: aspectos metodológicos

A realização deste mapeamento faz parte da elaboração de uma tese de doutorado cujo objetivo é identificar a presença do jornalismo de soluções no Brasil por meio do levantamento dos veículos jornalísticos que declaram fazer produtos com foco em soluções. Entendemos que mapear os veículos seria o primeiro passo para conseguir localizar a prática no país e fazer uma análise posterior dos produtos.

Dessa forma, a realização do mapeamento dos veículos que afirmam trabalhar ou já trabalharam com jornalismo de soluções no Brasil contou com cinco fases e foi feito de fevereiro a maio de 2024. Detalharemos a seguir como cada fase ocorreu.

A primeira fase partiu do levantamento de dados no site *Solutions Story Tracker* (SST). O site concentra mais de 17 mil produtos jornalísticos, com o primeiro registro de matéria de 1999 até os dias atuais. Para publicar a matéria na plataforma, que serve como um banco de dados, o jornalista, vinculado a algum veículo de comunicação, deve publicar o material no site em que trabalha primeiramente e cadastrá-la na aba disponível no *Solutions Story Tracker* (SST).

De acordo com o site, o processo de aprovação das matérias depende da avaliação de uma equipe, que levará em conta se o determinado produto se encontra dentro dos quatro elementos-chave propostos pela *Solutions Journalism Network* (SJN), que são: concentra-se em uma resposta a um problema social – e em como essa resposta funcionou ou por que não funcionou; mostra o que pode ser aprendido com uma resposta e por que ela é importante para o público de uma redação (*insights*); fornece dados ou resultados qualitativos (evidências da resposta) e apresenta as limitações da resposta, apontando as suas deficiências.

Os produtos se dividem em algumas editorias como: democracia, soluções climáticas, educação, desenvolvimento econômico e mobilidade, desenvolvimento sustentável, desenvolvimento da comunidade, dentre outros. Atualmente, o SST concentra matérias produzidas por 8.800 jornalistas, espalhados em 1.900 veículos de notícias, em 89 países. Ainda existem produtos jornalísticos disponíveis em 16 idiomas. Isso significa que pelo menos 1900 veículos de notícias espalhados pelo mundo produziram algum material jornalístico com a percepção de estar vinculado ao jornalismo de soluções. A plataforma permite realizar um filtro para localizar as matérias e um deles se chama “localização da resposta”. Dessa forma, ao digitar o nome “Brazil” e realizar um filtro de veículos brasileiros que submeteram reportagens na plataforma, foi possível localizar 55 reportagens e consequentemente, chegamos ao nome dos veículos que publicaram originalmente.

Para completar o nosso levantamento, partimos do estudo de Jackson, Gluck e Nguyen (2025), que traz perspectivas interessantes sobre como o jornalismo de soluções tem sido implementado em diferentes locais do globo, assim como alguns desafios do seu uso, particularmente relacionado à prática jornalística. Uma das abordagens do artigo, que entrevistou diversos jornalistas, foi exatamente a dificuldade de utilizar os quatro elementos-chave do jornalismo de soluções, propostos pela *Solutions Journalism Network*, por conta da rotina.

Dessa forma, o artigo explica que há um dilema entre o uso do jornalismo de soluções nas redações: uma contradição que envolve a necessidade de uma produção rápida, em comparação com a falta de pessoal, tempo e orçamento. Como uma proposta para tentar superar esse desafio, os autores apontam uma alternativa que

alguns editores têm utilizado, por meio de uma adaptação às características: o uso do *Sojo Lite*. Ele seria uma versão adaptada do que é proposto pela rede, trazendo elementos de soluções em matérias jornalísticas convencionais, mesmo que não ocorra, por exemplo, a apresentação de limitações da resposta.

Essa abordagem parece ser bastante interessante como um possível caminho encontrado por alguns jornalistas que defendem a inserção de soluções nas coberturas jornalísticas, mesmo que eles não se baseiam naquelas quatro características iniciais propostas pela SNJ. Isso mostra, como reforça o artigo, que não existe um ideal de reportagem sobre jornalismo de soluções. Outrossim, por meio do estado da arte realizado pela autora (Farias, 2024), foi possível localizar alguns artigos que tentam apresentar ou consolidar características para a prática do jornalismo de soluções que não são necessariamente vinculadas à Rede.

Por exemplo, Zhaon, Jackson e Nguyen (2022) apontam como características a ênfase em soluções, o aprofundamento das fontes, assim como a diversidade e a inclusão de vozes. Simões (2022) também aponta que é necessário fugir do relato exclusivo de fontes oficiais e dos mesmos especialistas convidados para explicar uma questão. Isso traz a ideia de que a análise das fontes jornalísticas no jornalismo de soluções é um item essencial, que não está presente nas características da SNJ, por exemplo.

Ou seja, o que há como consenso dentro da academia sobre o jornalismo de soluções e suas características é a necessidade da presença de um problema social e uma solução, sendo que a última deve ser central na narrativa. Além disso, também temos discordância com algumas características propostas pela rede, como trazer insights, que dependeriam de uma avaliação de como o público reage às notícias com base em soluções e torna essa característica altamente subjetiva e difícil de mensurar.

Por conta disso, começamos a expandir as fases e a buscar outras formas de também mapear os veículos, já que no *Solutions Story Tracker* o requisito envolve a aplicação das características da rede. A segunda fase envolveu a participação da autora deste mapeamento em um grupo no WhatsApp chamado Jornalismo de Soluções no Brasil. Até maio de 2024, quando essa coleta de dados foi realizada, o grupo contava com 36 membros. Foi criado por Daniel Nardin, jornalista, mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília (UnB) e o primeiro instrutor brasileiro acreditado pela *Solutions Journalism Network* (SJN), além de idealizador e coordenador da plataforma de jornalismo independente Amazônia Vox, que afirma trabalhar com jornalismo de soluções.

Por meio da participação neste grupo, foi possível realizar o contato com jornalistas e pesquisadores que se interessam e/ou trabalham pelo tema, além de identificar o nome dos veículos. Para isso, o autor realizou o envio de um formulário no grupo, criado no Google Forms, e solicitou que respondessem apontando se o veículo de comunicação vinculado ao jornalista entendia praticar jornalismo de soluções.

A terceira fase foi feita por meio do contato via e-mail e WhatsApp com instituições jornalísticas on-line. Uma delas foi a Associação de Jornalismo Digital (Ajour). Foi feita uma parceria para que a associação encaminhasse o formulário aos veículos associados, de modo a compreender se eles entendiam praticar o jornalismo de soluções. Outro contato foi feito com a Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), via e-mail, que realizou o compartilhamento da solicitação com as federações associadas. Também entramos em contato com a Rede Cajueira, que realiza a curadoria de veículos de mídia digitais independentes na região Nordeste, solicitando a parceria, com o envio do formulário.

A quarta etapa foi compartilhar nas redes sociais da autora (Linkedin, Facebook e Instagram) a pesquisa, com o link do formulário no Google Forms, com a finalidade de atingir os jornalistas. O formulário continha as seguintes perguntas: Seu veículo trabalha com jornalismo de soluções? Se a sua resposta anterior for "SIM", por favor, qual é o nome do veículo de comunicação? Este veículo está localizado em que região? O veículo atua em que formato jornalístico? É possível enviar o contato da pessoa responsável por esse veículo de comunicação?

A segunda, terceira e quarta etapa dependeram da participação ativa dos jornalistas, de modo que as limitações estão no convencimento desses profissionais a preencherem o formulário, assim como no próprio alcance desses jornalistas sobre a nossa pesquisa.

A quinta e última etapa consistiu na participação da autora no curso on-line “Jornalismo de Soluções: Novas maneiras de produzir suas reportagens e atrair audiências”, produzido pelo *Journalism Courses*, da *Knight Center* e ministrado por Daniel Nardim entre 29 de abril a 26 de maio de 2024. Durante a sua realização, Nardim convidou profissionais de imprensa, não somente do Brasil, mas dos Estados Unidos e Portugal também, para contar suas experiências com o jornalismo de soluções.

Uma dessas entrevistas envolveu veículos de comunicação brasileiros, que entraram na contabilidade em nossa análise. Vale ressaltar também que somente a etapa 1 considerou as quatro características da *Solutions Journalism Network*, por uma questão de requisito da própria plataforma. Já as outras etapas dependeram da autodeclaração.

Compreendemos que isso pode oferecer algumas limitações ao trabalho, já que os respondentes podem declarar que praticam jornalismo de soluções por entenderem que isso é bem visto ou inovador, mesmo que não o façam. Isso levaria a uma superestimação do número de veículos realmente comprometidos com essa abordagem. Em contrapartida, isso nos ajudou a ter o contato com outros jornalistas que estivessem fora da “bolha” proposta pela *Solutions Journalism Network*, apesar de veículos, como o Amazônia Vox, terem publicações também na plataforma. Como possível forma de corrigir essa limitação, em futuros trabalhos, as reportagens desses veículos devem ser analisadas, para confirmar ou não o seu vínculo com a

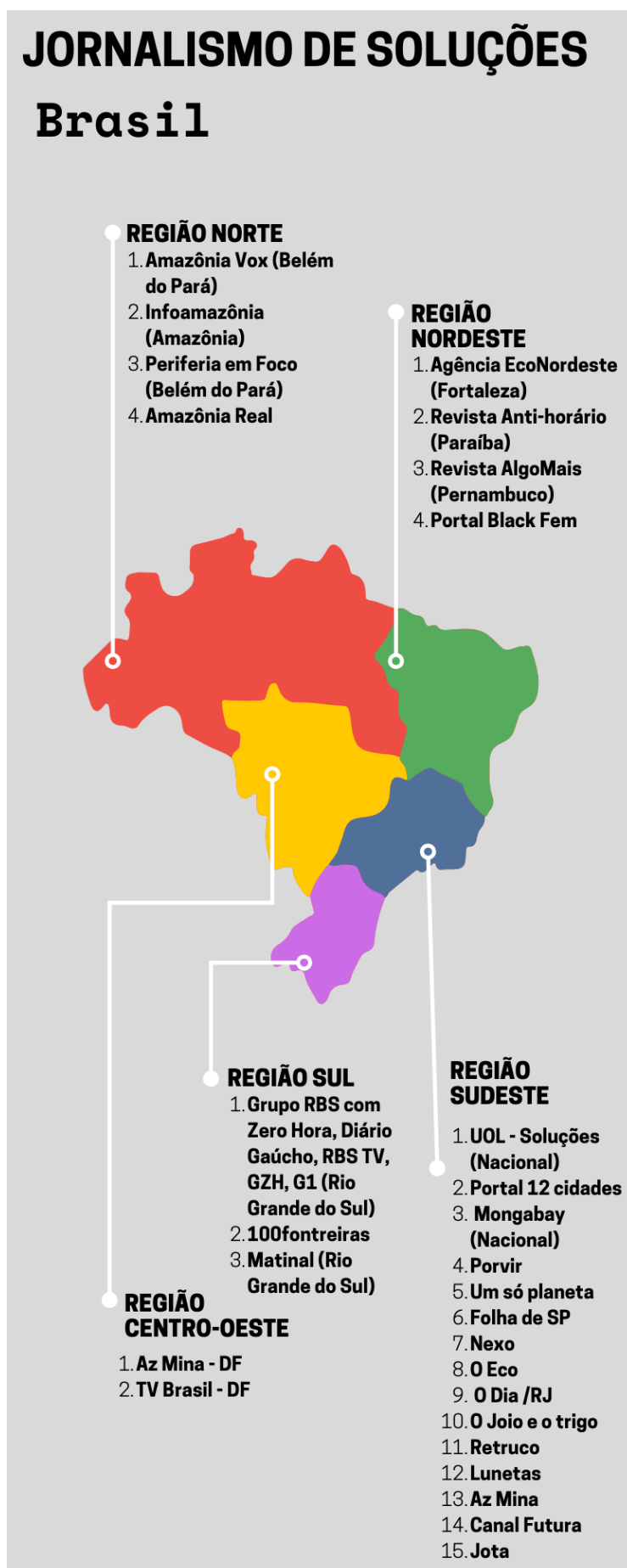
inserção de soluções em suas coberturas.

Resultados

Até o dia 25 de maio de 2024, localizamos 28 veículos de comunicação que entendiam realizar pelo menos uma publicação com foco em jornalismo de soluções. Destes, 15 estão na região Sudeste (53,5%), 4 na região Norte (14,2%) e 4 na região Nordeste (14,2%) e 01 na região Centro-Oeste (3,5%). Em relação à região Sul (localizamos 03 veículos, ou 10,7%), vale a pena destacar a presença do grupo RBS, localizado no Rio Grande do Sul, filiado à Rede Globo e que conta com matérias intituladas a partir do jornalismo de soluções em suas produções televisivas e digitais, nos canais Zero Hora, Diário Gaúcho, RBS TV, GZH, G1. Inclusive, o Jornal do Almoço da emissora tem realizado um quadro chamado Debate de Soluções, que reúne especialistas para a discussão de problemas e possíveis soluções para um determinado tema. No Centro-Oeste, temos a participação da TV Brasil.

Ao todo, 20 veículos (71,4%) estão vinculados à mídia independente e sete à mídia tradicional. Nessa análise também foi possível identificar que a maioria dos veículos vinculados ao jornalismo de soluções são digitais, somente com três deles (10,7%) vinculados à televisão. Mesmo que, possivelmente, o jornalismo de soluções no Brasil tenha começado com o programa Cidade e Soluções e se consolidado nos programas televisivos do grupo RBS, é no digital que essa possível prática ou ferramenta tem ganhado destaque. Inclusive, no site *Solutions Story Tracker*, a primeira reportagem em língua portuguesa cadastrada foi em 2013, da Agência Pública, com o título *Severinas: as novas mulheres do sertão*.

Imagem 1 – Mapeamento do jornalismo de soluções no Brasil por região (2024).



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O site *Solutions Story Tracker*

Em relação ao site *Solutions Story Tracker* foi possível localizar 55 reportagens em língua portuguesa entre os anos de 2013 até maio de 2024. Além disso, 19 dos 28 veículos (67,8%) localizados neste mapeamento foram coletados neste site, o que reforça a importância dessa base de dados. Os veículos por predominância de reportagens foram: Uol - Ecoa (15), Mongabay (08), El País (06), Eco Nordeste (05), Nexo (04) e Amazônia Vox, assim como o InfoAmazônia com 3 reportagens cada. O veículo (0)Eco e Folha de S. Paulo tiveram 2 reportagens publicadas. O restante dos veículos publicou uma reportagem.

Dos 19 veículos localizados no site SST, somente um é televisivo. Trata-se da TV Brasil, que teve a publicação de uma matéria. O restante é digital, sendo 13 independentes e seis ligados à mídia tradicional. Desse total, vale a pena ressaltar a revista Anti-horário, que surge na disciplina de jornalismo digital, na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), liderada pelo professor Antônio Simões, já citado anteriormente.

Levantamentos por meio do formulário

Por meio do formulário, foi possível localizar mais sete respostas espontâneas por parte dos jornalistas. Trata-se dos veículos: Jornal 12 cidades+1, Revista Algomais, Periferia em Foco, Um Só Planeta, Porvir, 100fronteiras.com e Portal Black Fem. Destas respostas, 100% dos veículos são digitais, sendo seis deles, independentes. Vale ressaltar que as respostas foram dadas, a partir da percepção e autodeclaração dos jornalistas participantes. Não houve uma verificação das reportagens, inicialmente, para identificar se o veículo produz reportagens com base em soluções. Pretende-se realizar essa verificação com o desenvolvimento da tese, em uma etapa posterior.

A localização do grupo RBS e do programa Conexão, do Canal Futura

O grupo RBS, filiado à Rede Globo, traz a experiência de realizar uma análise de reportagem tanto no aspecto audiovisual, como ligado ao ambiente digital. O grupo, por meio dos canais Zero Hora, Diário Gaúcho, RBS TV, GZH e G1, realiza suas publicações, sendo que no caso do GZH e do G1 há uma aba específica de reportagens ligadas ao jornalismo de soluções.

Outro achado, durante o curso de Jornalismo de soluções, foi o programa Conexão, do Canal Futura. O jornalista e palestrante do curso, Daniel Nardin, entrevistou a jornalista e primeira apresentadora indígena da televisão brasileira, Luciene Kaxinawá, apresentadora do programa em questão, que contém pautas ligadas à educação e afirma utilizar as técnicas do jornalismo de soluções no programa.

Veículos que se intitulam a partir do jornalismo de soluções

Dos 28 veículos analisados, pelo menos quatro deles (Amazônia Vox, Agência EcoNordeste, Porvir e Revista Anti-horário) se intitulam diretamente como veículos ligados à prática do jornalismo de soluções em sua aba editorial. Vale ressaltar que a Revista Anti-horário não é comercial, já que é um produto da universidade. O portal Black Fem, do estado da Bahia, afirma que “fazemos jornalismo de causas – aquele que põe luz aos problemas mas também indica possibilidades de solução à sociedade”.

Em termos gerais, a definição se encaixa no que é considerado como jornalismo de soluções, apesar do nome não ser citado diretamente. O Portal Lunetas, também não se declara diretamente vinculado ao jornalismo de soluções, mas tem o site Porvir (que se autodeclara) como parceiro. No caso do grupo RBS, seja por meio do portal G1 ou do site GZH, o jornalismo de soluções é tratado como uma “editoria”, tendo uma aba específica.

Considerações Finais

Este artigo buscou mapear os veículos sobre jornalismo de soluções no Brasil e permite visualizar, preliminarmente, qual tem sido a dimensão do trabalho jornalístico ligado à cobertura de soluções. O mapeamento permitiu identificar mais do que o nome dos veículos, mas nos trouxe indícios sobre a sua predominância no aspecto digital, sobretudo, ligado à mídia independente, embora também esteja presente em veículos tradicionais de grande porte, como o grupo RBS, a TV Brasil e o Canal Futura.

Observou-se que, no contexto brasileiro, o jornalismo de soluções se manifesta predominantemente como um possível enquadramento editorial aplicado a reportagens específicas, ao invés de constituir uma editoria própria, hipótese que será mais bem investigada na sequência da pesquisa de doutorado. Essa hipótese surge a partir do momento que poucos veículos afirmam trabalhar exclusivamente com jornalismo de soluções e mesmo os que afirmam, possuem uma editoria mais específica. Como exemplo, podemos citar o Amazônia Vox, que trabalha diretamente com pautas sociais e ambientais ligadas a soluções.

No entanto, é importante destacar que esse estudo apresentou limitações, sobretudo quanto à dependência de dados obtidos por meio de autodeclaração dos veículos participantes. Além disso, a participação voluntária de jornalistas e veículos pode ter restringido o alcance do mapeamento, deixando de contemplar outros meios de comunicação fora da amostra pesquisada. Diante disso, propõe-se a realização posterior de uma análise qualitativa das reportagens produzidas por esses veículos, de modo a verificar a presença de soluções nos produtos jornalísticos, não somente vinculados a *Solutions Journalism Network* mas também a outras experiências, como a do *Sojo Lite*.

Apesar das limitações, espera-se que este trabalho possa servir como um parâmetro que ajude os pesquisadores a se nortear sobre a localização e busca de veículos que afirmam trabalhar com soluções. Mesmo sendo um assunto ainda pouco explorado na academia brasileira, o jornalismo de soluções já tem sido ensinado em algumas universidades, como é o caso da Universidade Estadual da Paraíba, e inspirado os jornalistas em agregar ênfase às soluções em suas reportagens.

Notas

[1] *Solutions journalism investigates and explains, in a critical and clear-eyed way, how people try to solve widely shared problems.*

[2] *Solutions journalism does not have a standard definition; however, in a general sense, it is journalism practices with the view of linking issues reported on with possible solutions (Sabadan 2020).*

[3] *report on efforts that seem to be successful in addressing specific social problems.*

[4] *Four factors, in particular, emerge from the literature: an emphasis on the sensational, a preponderance of “bad news” failure to provide context for social problems, and the presentation of problems but not solutions.*

[5] *focus on solutions to social problems, an ideal of social progress, reporting practices oriented around hope, high interventionism, and positioning the journalist as what Krüger (2017) calls a “change-agent” (410–411).*

Artigo submetido em 06/01/2025 e aceito em 24/07/2025.

Referências

AITAMURTO, T.; VARMA, A. The constructive role of journalism contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. **Journalism Practice**, v. 12, n. 6, p. 695–713, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1473041>.

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2013, p. 33–54. Disponível em: <http://bit.ly/4lHSabh>. Acesso em: 20 jul. 2024.

BENESCH, S. The rise of solutions journalism. **Columbia Journalism Review**, v. 36, n. 6, p. 36–39, 1998.

BRO, P. Constructive journalism: proponents, precedents, and principles. **Journalism**, v. 20, n. 4, p. 504–519, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918770523>.

- CAPAI, E. Severinas: as novas mulheres do sertão. **Agência Pública**. [S. l.], 28 ago. 2013. Disponível em: <https://tinyurl.com/mpek98fw>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- DAME ADJIN-TETTEY, T; GARMAN, A. Solutions journalism as a tool to erode polarisation in the media and society. **African Journalism Studies**, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1972530>.
- FARIAS, C. C. **Que vírus é esse?** Reflexos da cultura hacker na vida política brasileira. 2022. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/37043>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- FARIAS, C. Estado da arte sobre jornalismo de soluções: definições, percepções e críticas. **Contracampo**, v. 43, n. 2, p. 01-16, 2024. Disponível em: <http://bit.ly/45pqYZY>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- FRANCISCATO, C. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 7, n. 1. 2010. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2010v7n1p8>.
- GYLDENSTED, C. **From mirrors to movers: five elements of positive psychology in constructive journalism**. Charleston, SC: Group Publishing, 2015.
- GYLDENSTED, C. **Innovating news journalism through positive psychology**. (Dissertação de Mestrado) – Master of Applied Positive Psychology. Capstone Project, University of Pennsylvania, 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/76386462.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- HAAGERUP, U. **Constructive news: how to save the media and democracy with journalism of tomorrow**. New York: InnoVatio Publishing. 2014.
- JACKSON, D; GLÜCK, A; NGUYEN, A. Fighting against the machine: inside a solutions journalism campaign in UK Local Newsrooms. **Journalism Studies**, v. 26, n. 3, p. 314-332, 2025. DOI: [10.1080/1461670X.2024.2425640](https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2425640).
- KINNICK, K; KRUGMAN, D; CAMERON, G. Compassion fatigue: communication and burnout toward social problems. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 73, n. 3, p. 687-707. 1996. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769909607300314>.
- McINTYRE, K; GYLDENSTED, C. Constructive journalism: applying positive psychology techniques to news production. **The Journal of Media Innovations**, v. 4, n. 2, p. 20-34, 2017. Disponível em: <https://journals.uio.no/TJMI/article/view/2403/5102>. Acesso: 20 maio 2021.

McINTYRE, K. **Constructive journalism**: the effects of positive emotions and solution information in news stories. 2015. Tese. (Doctor of Philosophy in Mass Communication) – The University of North Carolina at Chapel Hill. Chapel Hill, NC. 2015.

McINTYRE, K. E.; LOUGH, K. Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. **Journalism**, v. 22, n. 6, p. 1-16, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918820756>.

McINTYRE, K; LOUGH, K. A systematic review of constructive and solutions journalism research. **Journalism**, v. 24, n. 5, p. 1069-1088, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/14648849211044559>.

REIS, M. A.; FREITAS, F. M. S. De SOJO a JOSO, o jornalismo de soluções no Brasil: filiações e desvios. In: SIMÕES, A. (org.). **Jornalismo de soluções**: desafios e vivências inovadoras. Campina Grande: EDUEPB, 2024, p. 19-45. Disponível em: <https://zenodo.org/records/11084155>. Acesso em: 20 ago. 2025.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report** 2024. [S. l.], 2024. Disponível em: <http://bit.ly/4lAsayc>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SANCHES, J. **Sob as lentes da esperança**: as potencialidades do jornalismo de soluções para a narrativa da fome no telejornalismo brasileiro. 2024. Tese. (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2024.

SIMÕES, A. **Jornalismo de soluções**. Curitiba: Appris, 2022.

SINGER, J. Journalistic “innovation” is hard to hate, but actual change is just hard. **Media and Communication**, v. 12, n. 74, 2024. Disponível em: <http://bit.ly/4iuhjc>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SJN. **Solutions Journalism Network**. 2025. Disponível em: <https://www.solutionsjournalism.org/>. Acesso em: 12 out. 2024.

SJN. **Solutions Story Tracker**. 2025. Disponível em: <https://storytracker.solutionsjournalism.org/>. Acesso em: 03 fev. 2024.

VILLI, M.; AHARONI, T.; WEINBLATT, K.; BOCZKOWSKI, P.; HAYASHID, K.; MITCHELSTEIN, E.; TANAKAD, A.; VILENCHIK, N. Taking a break from news: a five-nation study of news avoidance in the digital. **Digital Journalism**, v. 10, n. 1. 2022.

ZELIZER, B. Why journalism is about more than digital technology. **Digital Journalism**, v. 7, n. 3, p. 343-350, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1571932>.

ZHAON, X; JACKSON, D; NGUYEN, A. The psychological empowerment potential of solutions journalism: perspectives from pandemic news users in the UK. **Journalism Studies**, v. 23, n. 3, p. 356-373, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023324>.