

JORNALISMO DE SOLUÇÕES: UMA ANÁLISE TEÓRICA SOBRE CONCEITUAÇÃO, DESAFIOS E IMPACTOS

Solutions Journalism: A Theoretical Analysis of Conceptualization, Challenges, and Impacts

Periodismo de Soluciones: Un Análisis Teórico sobre la Conceptualización, los Desafíos y los Impactos

Camila Farias

Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Salvador - BA, Brasil

camilagabriellee03@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-2530-9946> 

Resumo: Este artigo realiza um levantamento teórico sobre o jornalismo de soluções (JS), analisando sua origem, evolução e lacunas conceituais. Examina-se a consolidação do termo por iniciativas como a Solutions Journalism Network (SJN) e sua interface com o jornalismo construtivo e a psicologia positiva. Abordam-se características essenciais como o foco em respostas baseadas em evidências, rigor técnico e diversificação de fontes. O texto destaca críticas sobre a instrumentalização da prática pelo marketing e os desafios operacionais das redações, como a escassez de recursos e tempo. Conclui-se que o JS possui potencial para reconfigurar as narrativas ao equilibrar problemas e respostas, favorecendo o engajamento e a confiança da audiência. Contudo, sua aplicação enfrenta entraves práticos e teóricos significativos. Defende-se, portanto, a necessidade de fortalecimento acadêmico do conceito e uma aplicação sensível aos contextos locais, evitando a reprodução acrítica de modelos importados.

Palavras-chave: Jornalismo de soluções; características; prática jornalística.

Abstract: This article conducts a theoretical review of solutions journalism (SJ), analyzing its origins, evolution, and conceptual gaps. It examines the consolidation of the term by initiatives such as the Solutions Journalism Network (SJN) and its interface with constructive journalism and positive psychology. Essential characteristics are addressed, including a focus on evidence-based responses, technical rigor, and diversification of sources. The text highlights criticisms regarding the instrumentalization of the practice for marketing purposes and the operational challenges faced by newsrooms, such as limited resources and time constraints. It concludes that SJ has the potential to reconfigure narratives by balancing problems and responses, fostering audience engagement and trust. However, its application faces significant practical and theoretical obstacles. Therefore, it argues for the need to strengthen the concept academically and to apply it in a way that is sensitive to local contexts, avoiding the uncritical reproduction of imported models.

Keywords: Solutions journalism; characteristics; journalistic practice.

Resumen: Este artículo realiza una revisión teórica del periodismo de soluciones (PS), analizando su origen, evolución y vacíos conceptuales. Examina la consolidación del término por iniciativas como la Solutions Journalism Network (SJN) y su interfaz con el periodismo constructivo y la psicología positiva. Se abordan características esenciales como el enfoque en respuestas basadas en evidencia, el rigor técnico y la diversificación de fuentes. El texto destaca críticas sobre la instrumentalización de la práctica con fines de marketing y los desafíos operativos de las redacciones, como la escasez de recursos y tiempo. Se concluye que el PS tiene potencial para reconfigurar las narrativas al equilibrar problemas y respuestas, favoreciendo el compromiso y la confianza de la audiencia. No obstante, su aplicación enfrenta importantes obstáculos prácticos y teóricos. Por ello, se defiende la necesidad de fortalecer el concepto en el ámbito académico y de aplicarlo de manera sensible a los contextos locales, evitando la reproducción acrítica de modelos importados.

Palabras-clave: Periodismo de soluciones; características; práctica periodística.

Introdução

O jornalismo de soluções emerge como uma abordagem inovadora no campo da comunicação ao propor um equilíbrio entre a cobertura tradicional de problemas sociais e a apresentação de soluções. Originado nas décadas de 1990 e consolidado por iniciativas como a Solutions Journalism Network (SJN), esse modelo busca não apenas informar, mas também engajar o público na discussão de soluções para questões complexas. No entanto, apesar de seu crescimento e adoção em diversos contextos globais, o jornalismo de soluções enfrenta desafios significativos, desde lacunas conceituais até críticas sobre sua instrumentalização por discursos de marketing e a falta de recursos nas redações.

A pesquisa justifica-se pela necessidade de suprir lacunas conceituais no campo acadêmico e por investigar as potencialidades do jornalismo de soluções frente à fadiga de notícias relatada por audiências globais. Além disso, torna-se relevante analisar criticamente os desafios operacionais das redações para evitar a adoção acrítica de modelos importados que possam desvirtuar a ética profissional.

Dessa forma, este artigo realiza uma análise teórica abrangente, explorando a origem, evolução, características essenciais, críticas e desafios dessa abordagem, com o objetivo de contribuir para o debate acadêmico e prático sobre seu potencial e limitações. Ao sintetizar as principais discussões e apontar caminhos para futuras pesquisas, o trabalho busca fortalecer a compreensão do jornalismo de soluções como uma ferramenta relevante para a reconfiguração do jornalismo contemporâneo.

Não há um ponto consensual sobre o início do chamado jornalismo de soluções. Porém, por meio do estado da arte, localizamos que a primeira publicação acadêmica com esse termo surge com Benesch (1998, p.37) em um artigo publicado na *Columbia Journalism Review*, no qual a autora o descreve como “reportar sobre esforços que parecem ter sucesso na resolução de problemas sociais específicos”. Em 1999, Davies

definiu o jornalismo de soluções como “não nega o valor das notícias negativas; simplesmente argumenta que, em vez de relatar falhas sem parar (deixar que outra pessoa conserte), às vezes outras coisas funcionam” (Davies, 1999, p.62).

Antes de Benesch e Davies, em 1996, apesar do termo “jornalismo de soluções” não ser citado diretamente, Kinnick, Krugman e Cameron citam a função narcotizante abordada por Lazarsfeld e Merton ao destacar que existiam elementos na mídia ligados à abordagem generalizada de problemas sociais, que levariam 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). Dessa forma, os autores apontam a falta da apresentação de soluções como um possível problema para o jornalismo, o que os autores chamam de a síndrome das más notícias.

Surgimento da *Solutions Journalism Network* e de outras iniciativas

De forma prática, o conceito é trabalhado, desde 2013, pela Rede de Jornalismo de Soluções norte-americana, a *Solutions Journalism Network* (SJN), a qual entende que “o jornalismo de soluções investiga e explica, de forma crítica e clara, como as pessoas tentam resolver problemas amplamente partilhados” (*Solutions Journalism Network*, 2013, tradução nossa).

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”. Para o surgimento da SNJ, um dos fatores foi a criação da coluna semanal *Fixes*, que ficou de 2010 a 2021, no jornal *The New York Times*.

A SNJ foi criada pelos jornalistas David Bornstein, Tina Rosenberg e Courtney Martin, com o entendimento de que o jornalismo de soluções explica como as pessoas tentam resolver problemas amplamente compartilhados. Os jornalistas David Bornstein e Tina Rosenberg, antes desse ano, já publicavam reportagens e colunas no jornal *The New York Times*, com a tentativa de abordar novas perspectivas sobre os problemas sociais.

Além disso, há registros de outras instituições pelo mundo, em que existe uma defesa do uso de soluções nos produtos jornalísticos. São elas: *Constructive Journalism Network* (Holanda e EUA), *Constructive Journalism Project* (Inglaterra), *Constructive*

Institute (Dinamarca), *Constructive Voices* (Irlanda), *Instituto Periodismo Construtivo* (Espanha) e *The Catalyst Journalism Project* (EUA).

Vale ressaltar que, segundo Amiel (2017), na França, o jornal diário *Libération* publicou seu primeiro "Libé des solutions" em dezembro de 2007, com a associação *Reporters d'espoirs*. A autora também explica que, em 2014, três jornais diários regionais ofereceram uma página de "soluções" aos seus leitores, também em parceria com a *Reporters d'espoirs*. A partir de 2015, a autora destaca que o fenômeno começou a ganhar força, sobretudo, dentro da imprensa local. É importante ressaltar também que desde 2015, o jornalismo construtivo faz parte do currículo da *School of Journalism at Windesheim University of Applied Sciences*, na Holanda.

Uma das fundadoras da SNJ, Tina Rosenberg, ao participar do primeiro e-book em jornalismo de soluções no Brasil, citou também algumas iniciativas dessa prática ao redor do mundo. Por exemplo, a Ucrânia possui uma revista focada em soluções chamada *Rubryka*, publicando histórias em ucraniano, russo e inglês sobre temas como abrigar os refugiados. A *Nigéria Health Watch* cobre regularmente soluções nos cuidados de saúde aos africanos, em Praga, a organização transita as redações, publica revistas e oferece prêmios para estimular o jornalismo de soluções na Europa Central e Oriental.

Além disso, a jornalista também aponta que na América Latina, Chani Guyot dirigia a revista *Rede/Acción* em Buenos Aires e tinha uma parceria com a InfoBae para publicar suas histórias de soluções. A autora também citou uma série de problemas e soluções da Folha de SP sobre desigualdade racial e Data Labe, uma redação focada em dados de jovens jornalistas da Favela da Maré, no Rio, sobre agricultura urbana e redução da fome. Em Roma, a formadora de jornalismo de soluções, Assunta Corbo, estabeleceu uma rede de 150 jornalistas italianos interessados em jornalismo de soluções.

Início da discussão acadêmica: Gyldendend e McIntyre como precursoras do conceito

Do ponto de vista acadêmico, o conceito mais citado até o momento relaciona o jornalismo de soluções como uma das ramificações do jornalismo construtivo (McIntyre, 2015; Gyldendend, 2017). Academicamente, a primeira tese que abordou o jornalismo de soluções é a de Karen 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, que foi cunhado por Cathrine Gyldendend (2011; 2015). Em 2017, as autoras tentaram consolidar o conceito academicamente, por meio do artigo "View of

Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production”(McIntyre; Gyldensted, 2017).

Elas entendem 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. É importante frisar que esse aspecto da relação entre jornalismo de soluções com o construtivo, assim como com a psicologia positiva, surge dessas duas autoras.

Apesar disso, durante o levantamento bibliográfico, foi localizada uma dissertação de 2012, na Dinamarca, a qual buscou estudar sobre jornalismo de soluções. Há suspeitas de que essa seja a primeira dissertação no mundo a falar sobre o tema. O autor aponta que, uma das principais características desse tipo de jornalismo é a sequência dos enfoques, voltado ao aspecto de que a história deve apontar em direção a uma solução (Andresen, 2012). O autor chama o termo de "jornalismo solucionador de problemas" (problemløsende journalistik) e, é inspirado, por exemplo, em pesquisadores como Bro e Haagerup. O autor também busca diferenciar o que ele chama de "Notícias que você pode usar". Para ele, isso se refere a matérias que explicam como educar o seu cachorro, um panorama de dietas ou a escolha do melhor paraquedas.

Voltando ao artigo, as autoras (McIntyre; Gyldensted, 2017) apresentam uma explicação sobre o jornalismo construtivo, tendo como inspiração o jornalismo cívico, com Jay Rosen, Davis Merritt e Arthur Charity, os quais acreditavam na conexão do jornalismo com a democracia. Na tentativa de consolidar o jornalismo construtivo, há inspirações na psicologia positiva, com uma abordagem em quatro aspectos, sendo uma delas, com o foco em soluções.

Uma das justificativas apresentadas para a relação entre o jornalismo construtivo e a psicologia positiva é que “com influências da psicologia positiva, o jornalismo de soluções (SOJO) é proposto como uma forma de melhorar o bem-estar mental e o envolvimento do público com as notícias” (Zhaon; Jackson; Nguyen, 2022, p.1). Porém, há diversas lacunas nessa associação, já que existem falhas na abordagem sistemática de como o jornalismo de soluções influencia psicologicamente suas audiências e se a inserção de soluções deveria se dar somente para causar um bem-estar ou atrair as audiências.

Os artigos de McIntyre e Gyldendend (2017) exploram os benefícios psicológicos para o público através das lentes da psicologia positiva, assim como da teoria da avaliação cognitiva e da teoria de ampliar e construir emoções positivas. Porém, esses estudos não

trazem uma sustentação empírica, levando em conta as diferentes camadas de capacitação do público. O artigo que estamos abordando sobre a psicologia positiva cita que,

McIntyre (2019) também descobriu que a presença de informações de solução nas notícias não teve impacto nas intenções comportamentais dos leitores (por exemplo, voluntariado para ajudar a encontrar uma solução para um problema) ou nos comportamentos reais (por exemplo, doar dinheiro). Outra vertente relata efeitos mais promissores das notícias sobre soluções na motivação de ações (Zhaon; Jackson; Nguyen, 2022, p.4)

O artigo publicado por Baden, McIntyre e Homberg (2019) descobriram que a exposição ao jornalismo construtivo incorporado num quadro de soluções resultou numa maior motivação para tomar ações positivas. Isso também ocorreu com a pesquisa de Curry e Hammonds (2014), os quais relataram que os leitores eram mais propensos a relatar as suas intenções de se envolverem na procura de uma solução para um problema. Isso reforça que, a depender do estudo, há contraposições entre o real impacto do público ao ler uma notícia com base em soluções, o que leva a outras discussões sobre se o bem-estar psicológico de fato deve ser um dos princípios motivadores dessa abordagem.

Outro artigo que reforça a dificuldade de medir o impacto voltado a essa temática, é o *“Transitioning to Solutions Journalism: One Newsroom’s Shift to Solutions-focused Reporting”*, de Lough e McIntyre, de 2021. Ele mostra que há resultados mistos na abordagem para responder como a transição de uma redação para o jornalismo de soluções pode impactar o público, sobretudo, pois medir esse dado é complexo.

Apesar disso, uma parte conceitual sobre o jornalismo de soluções esbarra no jornalismo construtivo e nas técnicas ou possíveis características desta abordagem. A primeira técnica apontada é “considere o modelo de bem-estar do mundo” (McIntyre; Gyldestend, 2017,p.26, tradução nossa). Isso representa dizer que em muitas ocasiões a cobertura midiática é focada para emoções negativas, conflito, estresse após um trauma e até mesmo, uma vitimização, que reforça alguns aspectos sensacionalistas.

A segunda técnica que pode ser aplicada em notícias é “Evocar emoções positivas em notícias”. A terceira técnica é “Incluir os Elementos PERMA no Trabalho de Notícias”, que não tem uma tradução com as mesmas letras iniciais do inglês. As autoras consideram PERMA, com P de *positive emotion*, E de *engagement*, R de *good relationships*, M de *meaning* e A de *achievement*. Em português, isso representa realizar uma cobertura que envolva a emoção positiva, envolvimento, bons relacionamentos, significado e conquistas

no processo de notícias. (McIntyre; Gyldend, 2017.p.28). A quarta técnica é a de utilizar “técnicas construtivas de entrevista”.

Por fim, a última técnica da psicologia positiva para o jornalismo construtivo é o “Foco em soluções”. As autoras entendem que apesar de alguns profissionais dos veículos de comunicação acreditem que não é função ou finalidade da mídia verificar quais são as soluções para os problemas na sociedade, os defensores deste modelo de jornalismo acreditam que é necessário confrontar o público com as informações que envolvem conflito, pois dessa forma é possível incentivar as pessoas a se envolverem e agirem sobre esta situação. (McIntyre, 2015).

O artigo *“The Constructive Role of Journalism: Contentious Metadiscourse on Constructive Journalism and Solutions Journalism”*, de Tanja Aitamurto e Anita Varma (2018, p.1) tratam 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”. 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 e um ideal de progresso social.

As autoras defendem também que “tanto o jornalismo de soluções quanto o jornalismo construtivo são definidos como um método que oferece ferramentas adicionais para os jornalistas conduzirem suas reportagens, o que permite aos jornalistas mostrar soluções que podem ter um efeito positivo na sociedade” (Aitamurto; Varma, 2018,p.9). As soluções e o jornalismo construtivo exigem, portanto, no ponto de vista das autoras, uma reinterpretação dos valores das notícias, mudando o foco dos problemas para as soluções. Apesar dos termos serem colocados como sinônimos, acreditamos que isso dificulta a compreensão conceitual, assim como o vínculo com a psicologia positiva pode enfraquecer o fortalecimento conceitual, por falta de comprovação empírica.

Vale ressaltar que a psicologia positiva é a área da psicologia que estuda os fundamentos psicológicos do bem-estar e da felicidade (Seligman, 2011), tendo alguns pilares como elementos relacionados à felicidade, características positivas, funcionamentos positivos na sociedade que induzem o indivíduo à felicidade, dentre outros. Cathrine Gyldend, que teorizou o jornalismo construtivo, apontou que ele deveria aplicar técnicas da psicologia positiva, já que, para a autora, o campo da psicologia positiva foi construído com base no reconhecimento de que os psicólogos tradicionalmente se concentram no

tratamento de doenças mentais, sem se atentar a outros aspectos ligados ao bem-estar. Dessa forma, Gyldestend aponta que,

o objetivo da psicologia positiva é estudar, medir e aplicar as condições que permitem que os indivíduos, as comunidades e as sociedades prosperem (Seligman, 2011), e este objetivo está alinhado com o objetivo final do jornalismo construtivo – melhorar o bem-estar individual e social aplicando táticas de psicologia positiva ao trabalho jornalístico" (McIntyre; Gyldestend, 2017, p.23).¹

Porém, dentro do que é visto como o “jornalismo construtivo”, percebe-se que o enfoque em soluções é apenas uma das possíveis qualidades ou atributos que deveriam ser abordados nas reportagens, a partir da psicologia positiva. Entretanto, discordamos que a inserção de soluções na cobertura jornalística deveria derivar de uma técnica da psicologia positiva e da ideia de bem-estar do mundo, já que, antes do surgimento e consolidação dessa corrente já se aborda sobre a possibilidade de inserir soluções dentro das notícias, como foi citado, de modo indireto, por Kinnick, Krugman e Cameron.

É certo que, por conta de algumas pesquisas realizadas pelo *Instituto Reuters* (2023 e 2024), tem-se a ideia de uma “fadiga de más notícias”, associada a um cansaço no consumo midiático, e uma possibilidade de inserir soluções como uma possibilidade de atrair novamente o público. Porém, uma das bases da psicologia positiva tem a ver com as emoções geradas e, levando em conta as particularidades individuais e a desigualdade social de uma prática que vem sendo aplicada em várias partes do globo, é complexo analisá-las sob essa perspectiva.

Em seu estudo sobre a influência do jornalismo de soluções nas práticas dos jornalistas, Amiel (2017) parece se afastar do vínculo conceitual com a psicologia positiva, a partir de sua explicação, ao dizer que “forma mais ampla, estamos tentando entender como o jornalismo de soluções pode ser um sintoma de uma verdadeira reviravolta nas práticas e na identidade profissional dos jornalistas locais” (Amiel, 2017, p.3). A autora destaca que o jornalismo tem vivenciado uma reconfiguração econômica do seu modelo tradicional, o que se reflete sobre a perda de leitores, de publicidade e das suas fontes de renda. Diante disso, a autora explica que a noção de jornalismo de soluções parece ser

¹ No original: “The goal of positive psychology is to study, measure, and apply the conditions that allow individuals, communities, and societies to thrive (Seligman, 2011), and this goal is in line with the ultimate goal of constructive journalism – to improve individual and societal well-being by applying positive psychology tactics to news work”.

uma nova prova do funcionamento mimético dos atores da imprensa na França, que adapta um conceito jornalístico já existente à escala.

Em 2017, surge o *Constructive Institute*, fundado pelo jornalista dinamarquês e investigativo, Ulrik Haagerup. Bro (2018), professor dinamarquês da *University of Southern Denmark* (SDU) entende que existem alguns problemas ligados ao conceito, sua autoria, definição e isso pode trazer problemas 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: Cathrine Gydensted (2015) e Ulrik Haagerup (2014), ambos dinamarqueses. 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.

Possíveis características do Jornalismo de soluções

Além da consolidação acadêmica do conceito, outro ponto que gera discussão é sobre as possíveis características do jornalismo de soluções, que se resume em como fazer. A SNJ aponta quatro possíveis características, levando em conta a inserção de soluções na cobertura, as evidências, abordar *insights* e as limitações da resposta. Porém, academicamente, há algumas lacunas nessas características, sobretudo se o jornalismo já não apresentaria evidências em sua cobertura e como seria a abordagem de trazer *insights* na cobertura, levando em conta a subjetividade.

Dessa forma, apresentaremos alguns artigos que apresentam possíveis características para essa abordagem, mesmo que com base na SNJ. Curry e Hammonds (2014) apontam dez elementos que podem estar presentes em uma reportagem com base em jornalismo de soluções. São elas: (1) explicar as causas de um problema social, (2) apresentar uma resposta associada a tal problema, (3) referir-se à solução do problema e a detalhes de como executá-la, (4) usar o processo de solução como peça central da narrativa, (5) apresentar evidência dos resultados ligados à solução, (6) explicar as limitações da solução, (7) conter um *insight* ou uma lição ensinável, (8) evitar uma narrativa que elogie demais alguém ou algo, (9) basear-se em fontes de elevado grau de *expertise* e (10) dar maior atenção à solução do que a um líder, alguém inovador ou alguém que pensa erroneamente que está ajudando.

Apesar de ressalvas presentes no artigo “*The Psychological Empowerment Potential of Solutions Journalism: Perspectives from Pandemic News Users in the UK*”, há alguns aspectos interessantes ao falar sobre possíveis características, ao citar que “a SOJO coloca ênfase no rigor das soluções que devem ser baseadas em evidências, provir de fontes profundas e abraçar a diversidade e a inclusão de vozes” (Zhaon; Jackson; Nguyen, 2022, p.3).

Sobre essa ideia de quem são as fontes e a necessidade de reflexão sobre esse aspecto, o artigo “*Reimagining Local Journalism: A Community-centered Intervention*” aponta que “o jornalismo produzido com e para comunidades, centrando as suas necessidades e bens, tem potencial para construir confiança entre jornalistas locais e partes interessadas da comunidade” (Wenzel; Crittenden, 2021, p.4). Um dos elementos a ser explorado enquanto possível característica é a ideia de envolvimento com a comunidade, inclusive, com protagonismo de fontes. Dessa forma, poderia ocorrer um sentimento de pertencimento em relação às soluções abordadas, assim como em entender como o conhecimento tradicional tem sido utilizado para lidar com os problemas sociais.

Outro artigo que aponta possíveis características, só que de forma indireta, é o “*The Synergistic Effects of Solutions Journalism and Corporate Social Responsibility Advertising*”, que consolida diversas possíveis formas de praticar o jornalismo de soluções a partir de autores.

Primeiro, as soluções relatadas deveriam ser o que outras pessoas têm feito, em vez das sugestões que os repórteres propõem (McIntyre, Lough e Manzanares 2018). Em segundo lugar, a apresentação de soluções deve ser construída através da objetividade jornalística; as soluções devem ser contestadas e investigadas criticamente (Bansal e Martin 2015). Terceiro, a solução, além do problema/questão, deve ser um componente substancial do conteúdo da notícia em vez de uma breve menção (Li, 2020, p.3).

Já o artigo “*Solutions Journalism as a Tool to Erode Polarisation in the Media and Society*”, de modo prático, propõe algumas mudanças na prática presente no jornalismo, ao destacar que o jornalista deve amplificar as contradições, ampliar a lente, fazer perguntas que ajudem a expor as pessoas a outras perspectivas, assim como ouvir mais. (Tetty; Garman, 2021).

Discussões teóricas do jornalismo de soluções no Brasil

Em termos de discussões realizadas no Brasil, o primeiro livro a discutir o assunto é de autoria do professor Antônio Simões, da Universidade Estadual da Paraíba, e foi lançado

em 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 professor 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 ao processo produtivo, 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.

Dessa forma, Simões defende que a diversificação de vozes deve ser guiada pelo foco prioritário destinado aos beneficiados pelas respostas buscadas. Antes do professor Simões realizar a publicação desse livro em 2022, o artigo de Lima (2022), que traz uma relação com o jornalismo literário avançado, entende que “o público quer matérias que mostrem soluções, mesmo que e, preferencialmente, a narrativa tenha uma parte que contempla os aspectos negativos” (Lima, 2022, p.4-5). Dessa forma, o autor entende que o jornalismo literário pode ser utilizado, a partir de acrescentar suportes técnicos, levando em conta a abordagem de problemas no trajeto da narrativa, com o avanço para as soluções. Em 2022 foi escrita a primeira dissertação sobre jornalismo de soluções, na Universidade Federal de Sergipe (UFS) e em 2025, a primeira tese, vinculada a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

Em termos práticos, no Brasil, sua origem é 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 um pioneiro no Brasil dessa prática (Simões, 2022). Atualmente, por meio de um mapeamento de veículos que afirmam trabalhar com jornalismo de soluções, já foi possível localizar mais de 25 iniciativas, com destaque para o site Amazônia Vox, do jornalista Daniel Nardin, assim como agência EcoNordeste, Porvir e veículos tradicionais como o Uol e a Folha de SP.

Aspectos críticos relacionados ao jornalismo de soluções

Há poucos artigos que apresentam alguma crítica ao jornalismo de soluções, relacionando-o a partir dos discursos de marketing e de mercado. Um deles, fez a análise da inserção do jornalismo de soluções nas redações francesas.

Embora não comparemos o jornalismo de soluções na França com sua prática nos Estados Unidos, podemos notar que o jornalismo de soluções se encaixa com as visões de longa data da Imprensa regional francesa como um serviço comunitário. Este fato certamente ajudou alguns jornalistas a adotá-lo, em parte porque eles veem o modelo como uma continuação de práticas passadas. Mas, de modo geral, nossa abordagem sugere que os modelos são mais prováveis de serem apropriados quando a autonomia realista é enfraquecida, e seu efeito primário é traduzir as mudanças externas em linguagem jornalística (Amiel; Powers, 2019, p.13).

Dessa forma, os autores entendem que, durante a prática jornalística, mesmo que haja diferenças entre a produção realizada nos Estados Unidos em comparação com a França, ainda há uma validação dos discursos de marketing.

Outro artigo importante em termos de crítica é de Noha Mellor e An Nguyen (2023). Com o título “*Engaging audiences with local news: can solutions journalism be a solution to local media crisis?*”, o artigo, apesar de defender que é importante inserir soluções na cobertura jornalística, explica que isso não pode ser feito de forma aleatória e sim, com contexto e sem viés mercadológico. Além disso, há uma crítica à ideia de positividade, que é discutida no jornalismo construtivo, por exemplo. O estudo indicou que a expectativa do público em relação às notícias locais gira em torno das normas de precisão, objetividade e um papel de cão de guarda, em vez de positividade. Ademais, mostrou que os participantes da pesquisa enfatizaram o valor do jornalismo em fornecer soluções, a partir de um contexto. Também de Amiel (2017), a pesquisadora francesa argumenta que,

enquanto os jornalistas parecem resistir às tentativas de comunicação e marketing de se intrometerem em suas vidas profissionais diárias, o jornalismo de soluções parece ser um cavalo de Troia que pode ser instalado em redações. Sob o pretexto de renovar métodos de trabalho e estreitar o relacionamento com os leitores, e também sob o pretexto de um jornalismo investigativo de melhor qualidade, o jornalismo de soluções parece ser usado, entre outras coisas, para impor vocabulários e padrões profissionais mais próximos dos mundos do marketing e da comunicação do que dos tradicionais mitos éticos profissionais do jornalismo”. (Amiel, 2017, p.53)

Apesar de não concordarmos com esse ponto de vista, que relaciona o jornalismo de soluções somente a partir de uma perspectiva de marketing e de mercado, esse é um aspecto interessante a ser observado do motivo pelo qual os jornalistas têm inserido

soluções em sua cobertura e quem tem sido protagonista disso, se a comunidade ou grandes empresas, por exemplo, assim como os modos de financiamento dessa produção.

Desafios

Os autores Jackson; Gluck e Nguyen, em 2024, no artigo *“Fighting Against the Machine: Inside a Solutions Journalism Campaign in UK Local Newsrooms”*, trazem perspectivas interessantes sobre como o jornalismo de soluções tem sido implementado em diferentes locais do globo, assim como alguns desafios do seu uso, sobretudo, relacionado à prática jornalística. O artigo mostra que há uma diferença de intencionalidade no uso do jornalismo de soluções a depender do contexto social local.

Por exemplo, na Croácia há um ceticismo do público em relação a esse uso, já em Ruanda, após o genocídio, o uso de soluções foi uma abordagem para reportagens ligadas à reconstrução social. Ou seja, o artigo explica que mesmo que a Rede de jornalismo de soluções norte-americana não defenda um possível ativismo e mobilização, estando ligado a objetividade, a variação dos diferentes contextos locais pode alterar o objetivo na inserção de soluções em uma cobertura jornalística. Isso levaria ao desafio entre advocacia e objetividade jornalística.

Levando em conta a prática entre os países, os autores observaram que as redações em países desenvolvidos contam com maior recurso, em relação ao contexto vivenciado no local e comunidade de outros países, que podem enfrentar redações menores, assim como menor disponibilidade de recursos. Isso afeta em termos de produção e do tempo disponível para a elaboração de reportagens com base em soluções. Por exemplo, um dos jornalistas entrevistados no artigo comentou que, com a equipe reduzida, um jornalista precisa produzir por dia cinco a 15 matérias, o que dificulta a abordagem de soluções e o aprofundamento do conteúdo. Inclusive, durante a entrevista, uma repórter explicou que as redações estão preparadas para responder bem as notícias de última hora e não reportagens que exigem maior apuração.

Outra questão já foi abordada nesse artigo em relação às possíveis críticas ao uso do jornalismo de soluções: a busca por cliques, relação com a publicidade e a tentativa de aumentar o engajamento na internet, independente da qualidade do conteúdo. A ideia das métricas tem tomado as redações, assim como a produção de grandes volumes de conteúdo para a geração de tráfego. Ou seja, além do problema teórico de consolidação do termo, os jornalistas enfrentam no dia a dia diversas dificuldades na prática, seja por falta de equipe, orçamento, por uma demanda imposta pelas mídias sociais e até mesmo, por questões de variação de realidade local.

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, o artigo aponta uma alternativa que alguns editores têm utilizado, por meio de uma adaptação às características do jornalismo de soluções propostas pela *Solutions Journalism Network*: o uso do *Sojo Lite*. A rede, inicialmente, propõe quatro características, que são: solução evidenciada, *insights*, implementação e limitações. O “*Sojo Lite*” seria uma versão adaptada do que é proposto pela rede, trazendo elementos de soluções em matérias jornalísticas convencionais, mesmo que não ocorra um aprofundamento do tema, assim como a apresentação de limitações da resposta.

A abordagem do *Sojo Lite* é bastante interessante como um possível caminho encontrado por alguns jornalistas que defendem a prática do jornalismo de soluções, mesmo que eles não se baseiem naquelas quatro características iniciais propostas pela SNJ. Isso mostra, como reforça o artigo, de que não existe um ideal de reportagem sobre jornalismo de soluções, levando em conta um enquadramento multimodal, levando em conta a ênfase em soluções.

Conclusão

Com base nesse levantamento teórico, é possível perceber que o jornalismo de soluções emerge como uma abordagem que busca trazer um equilíbrio na cobertura midiática, tradicionalmente focada em problemas, ao incorporar respostas e inovações sociais. Ao percorrer sua trajetória histórica desde a década de 1990 até a estruturação pela *Solutions Journalism Network* (SJN), o artigo evidenciou que o JS emerge como uma ferramenta para mitigar a “fadiga de notícias”, embora sua fundamentação teórica — especialmente a associação com a psicologia positiva — ainda apresente lacunas conceituais e carência de robustez empírica. Embora iniciativas globais demonstrem seu potencial para fortalecer o engajamento do público e a confiança no jornalismo, é essencial evitar a simplificação ou a adoção acrítica de modelos importados, a partir dos diversos contextos locais.

No que tange às práticas e características, identificou-se uma tensão inerente entre o rigor metodológico proposto pelo modelo e as limitações operacionais das redações contemporâneas, marcadas pela escassez de recursos e pela pressão por produtividade. Essa realidade tem impulsionado adaptações como o “*Sojo Lite*”, que, embora permita a inserção de soluções em fluxos produtivos acelerados, pode comprometer o

aprofundamento e a apresentação das limitações das respostas. Ao mesmo tempo, demonstra que não existe somente uma forma de inserir soluções dentro da cobertura jornalística. Além disso, a análise crítica reforçou a necessidade de vigilância para que o JS não se torne um "cavalo de Troia" para discursos de marketing ou perca sua função essencial.

Para avançar, é essencial que pesquisas futuras explorem de forma mais sistemática os efeitos do jornalismo de soluções em diferentes contextos culturais e socioeconômicos, bem como seu potencial para fortalecer a confiança do público no jornalismo. Além disso, existe a necessidade de fortalecer o conceito academicamente, assim como compreender de que forma a prática jornalística tem sido ou pode ser afetada com a inserção de soluções na cobertura, levando em conta o contexto das novas reconfigurações de trabalho diante da era digital.

Referências

- AITAMURTO, Tanja; VARMA, Anita. 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>.
- AMIEL, Pauline. Le journalisme de solutions. **Communication**, v.34, n.12, 2017. Disponível em: <https://journals.openedition.org/communication/7226>.
- AMIEL, Pauline; POWERS, Matthew. A Trojan Horse for marketing? Solutions journalism in the French regional press. **European Journal of Communication**, v. 34, n. 3, 2019. Disponível em: DOI: 10.1177/0267323119830054.
- BADEN, Denise; MCINTYRE, Karen; HOMBERG, Fabian. The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses. **Journalism Studies**, v.20, nº 13, p. 1940- 1959, 2019.
- BENESCH, Susan. The rise of solutions journalism. **Columbia Journalism Review**, v. 36, n. 6, 1998.
- BRO, Peter. Constructive journalism: Proponents, precedents and, principles. **Journalism**, v. 20, n. 4, 2018. DOI:<https://doi.org/10.1177/1464884918770523>
- CURRY, Alexander; HAMMONDS, Keith. The Power of Solutions Journalism. 2014. Disponível em: https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf.
- DAVIES, Chris. Journalism, corporatism, democracy. **Media International Australia**, v.90, nº 1, p. 53-64, 1999.
- GYLDENSTED, Cathrine. From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism. Charleston, SC: Group Publishing. (2015)
- GYLDENSTED, Cathrine. Innovating news journalism through positive psychology. (Capstone project). (2011). Disponível em: http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1024&context=mapp_capstone.

HAAGERUP, Ulrik. *Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow*. **New York: InnoVatio Publishing**. 2014.

KINNICK, Katherine; KRUGMAN, Dean; CAMERON, Glen. Compassion Fatigue: Communication and Burnout toward Social Problems. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 73, n.3, p. 687–707. 1996. doi:10.1177/107769909607300314.

LI, Minjie. The Synergistic Effects of Solutions Journalism and Corporate Social Responsibility Advertising. **Digital Journalism**, v. 9, n. 3, 2021. . Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1840407>

LIMA, Edvaldo. Jornalismo Literário e Comunicação Transformadora: Proposta para o Alinhamento da Nova Disciplina com a Tendência Crescente de uma Prática Comunicativa Transformadora no Desenvolvimento Social e Humano. **Brazilian Journalism Research**, v. 14. n. 3, p. 840–861, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n3.2018.1131>

McINTYRE, Karen; GYLDENSTED, Cathrine. View of 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: 20/05/2021.

McINTYRE, Karen. *Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories* (Unpublished doctoral dissertation). The University of North Carolina at Chapel Hill. Chapel Hill, NC. 2015.

McINTYRE, Karen; LOUGH, Kyser. Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. **Journalism**, v. 22, nº 6, p. 1-16, 2019. DOI 10.1177/1464884918820756.

McINTYRE, Karen; LOUGH, Kyser. A systematic review of constructive and solutions journalism research. **Journalism**, v. 24, nº 5, p. 1069-1088, 2023. DOI <https://doi.org/10.1177/14648849211044559>

McINTYRE, Karen; LOUGH, Kyser. Transitioning to Solutions Journalism: One Newsroom's Shift to Solutions-focused Reporting. **Journalism Studies**, v. 22, n. 2, p. 193-208, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1843065>

McINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The Effects of Including Solution Information in News Stories About Social Problems. **Journalism Practice**, v.13, nº 8, p. 1029–1033, 2019.

NOHA, Mellor; AN, Nguyen. Engaging Audiences With Local News: Can Solutions Journalism Be a Solution to Local Media Crisis?. **International Journal of Communication**, v. 17, p. 6466–6484, 2023. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21031>

REUTERS, Institute. Digital News Report. 2024. Disponível em: DOI: 10.60625/risj-vy6n-4v57.

SELIGMAN, Martin; CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Positive Psychology, an introduction. **American Psychologist**. 2000.

SIMÕES, Antonio. Jornalismo de soluções. **Editora Appris Ltda**. 2022.

SIMÕES, Antonio. Jornalismo de soluções: desafios e vivências inovadoras. **EDUEPB**, 2024, 242p. Disponível em: JORNALISMO DE SOLUÇÕES: Desafios e vivências inovadoras.

TETTEY, Theodora; GARMAN, Anthea. Solutions Journalism as a Tool to Erode Polarisation in the Media and Society. **African Journalism Studies**, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1972530>.

WENZEL, Andrea; LETRELL, Crittenden. Reimagining Local Journalism: A Community-centered Intervention. **Journalism Studies**, v. 22, n. 15, p. 2023-2041, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1942148>

ZHAO, Xin; JACKSON, Daniel; NGUYEN, An. 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. Disponível em: doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023324.

ZHAO, Xin; JACKSON, Daniel; NGUYEN, An. Fighting against the machine: inside a solutions journalism campaign in UK local newsrooms. **Journalism Studies**, v. 26, n. 3, p. 314–332, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2425640>

DADOS DE PUBLICAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção e elaboração do manuscrito: C. Farias

Análise dos artigos: C. Farias

Discussão: C. Farias

ORIGEM DA PESQUISA

A submissão faz parte do desenvolvimento da tese, intitulada, até o momento, “Do Problema à Solução: uma Análise Multimodal do Jornalismo de Soluções com base na Solutions Story Tracker, Le Plus e em bancos lusófonos e hispânicos”, de minha autoria. A pesquisa está sendo desenvolvida na Universidade Federal da Bahia (UFBA), sob orientação da Profa. Dra. Lia Seixas, com previsão de conclusão em 2027.

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Foram utilizadas ferramentas de inteligência artificial, como *ChatGPT*, *Perplexity* e *NotebookLM*, com a finalidade de auxiliar na leitura e compreensão de artigos em língua estrangeira presentes nos bancos de dados, bem como na revisão linguística do texto. Essas ferramentas também contribuíram para a organização das informações e para a geração de *insights* exploratórios. Ressalta-se, contudo, que a interpretação analítica e a construção dos argumentos são de inteira responsabilidade da autora.

FINANCIAMENTO

Não se aplica

CONFLITO DE INTERESSES

A autora declara não haver interesses conflitantes.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA E OUTROS MATERIAIS

A pesquisa não possui dados. O artigo não contém dados coletados ou obtidos por meio de análises a partir de fontes primárias (exemplos: artigo teórico, ensaio reflexivo e resenha).

LICENÇA DE USO

As autorias cedem à revista Estudos em Jornalismo e Mídia os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença [Creative Commons Attribution](#) (CC BY) 4.0 International. Essa licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. As autorias têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em *site* pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade das pessoas autoras, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Daiane Bertasso Ribeiro
Flávia Garcia Guidotti
Rogério Christofolletti

HISTÓRICO

Recebido em: 01-07-2025
Aprovado em: 21-04-2026
Publicado em: 22-06-2026