Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

ISSN 1808-2599, v. 29, jan–dez, publicação contínua, 2026, p. 1–19.
doi.org/10.30962/ecomps.3437

Prosopografia como método na Comunicação

NATALIE PEREIRA SOARES
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

LAURA STRELOW STORCH
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

RICARDO MAYER
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

ID 3437

Recebido em
21.07.2026
Aceito em
16.09.2026

/resumo

O artigo apresenta a Prosopografia como uma opção metodológica para os estudos em Comunicação. O método reúne informações sobre o objeto de pesquisa e enfatiza trajetórias comuns para reconhecer padrões do campo. Na Comunicação, a exploração do objeto é uma premissa para o avanço da pesquisa, especialmente quanto à abrangência dos pressupostos deontológicos do campo e de seus agentes. Para isso, utilizamos como exemplo o *Nexo Políticas Públicas*. Compreender as decisões editoriais de um veículo de comunicação possibilita rastrear interesses, laços sociais ou sua estrutura de funcionamento e ainda abre espaço para o uso de outros métodos, como a Análise de Redes Sociais (ARS).

Palavras-chave: Prosopografia. Metodologia. Comunicação. Jornalismo.

Prosopography as a Method in Communication

The article presents prosopography as a methodology for Communication Studies. The method gathers information about the research topic and emphasizes ordinary trajectories to identify field standards. In Communication Studies, exploring the object is a primary premise for the development of the research, especially regarding the range and scope of deontological assumptions in the field. To develop this, *Nexo Políticas Públicas* was used as an example. Understanding the editorial decisions of a communication company allows us to trace interests, social bonds, and organizational structures. It also leaves room for the use of other methods, such as Social Network Analysis (SNA).

Keywords: Prosopography. Methodology. Communication. Journalism.

La Prosopografía como método en Comunicación

Este artículo presenta la Prosopografía como una opción metodológica para los Estudios de Comunicación. Este método reúne información sobre el objeto de investigación y enfatiza las trayectorias compartidas con el fin de identificar patrones dentro del campo. En el ámbito de la Comunicación, la exploración del objeto constituye una premisa para el avance de la investigación, especialmente en lo que respecta al alcance de los presupuestos deontológicos del campo y de sus agentes. Para ello, utilizamos como ejemplo el caso de *Nexo Políticas Públicas*. Comprender las decisiones editoriales de un medio de comunicación permite rastrear intereses, vínculos sociales y estructuras de funcionamiento, además de abrir espacio para el uso de otros métodos, como el Análisis de Redes Sociales (ARS).

Palabras clave: Prosopografía. Metodología. Comunicación. Periodismo.

/autores



ORCID

Natalie Pereira **SOARES**

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM).

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

E-mail: natalie.soares@acad.ufsm.br



ORCID

Laura Strelow **STORCH**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação em Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Docente do Departamento de Ciências Sociais e Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM).

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

E-mail: laura.storch@ufsm.br



ORCID

Ricardo **MAYER**

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGS/UFRGS). Docente do Departamento de Ciências Sociais e Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria (PPGCSociais/UFSM).

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

E-mail: r.mayer@ufsm.br

Introdução

As transformações do campo jornalístico nas últimas décadas, impulsionadas pela consolidação das plataformas digitais e pela emergência dos chamados veículos nativos digitais, produziram mudanças nas formas de produção, circulação e financiamento do jornalismo. Nesse contexto, agentes não jornalísticos, como organizações não governamentais, fundações, institutos e financiadores privados, passaram a ocupar posições relevantes na sustentação econômica de projetos jornalísticos independentes. A presença desses atores reconfigura relações de força no campo e tensiona as dinâmicas tradicionais entre produção editorial, financiamento e agendas temáticas.

No Brasil, veículos jornalísticos independentes frequentemente recorrem a editais, doações, parcerias institucionais e patrocínios como estratégias de sustentabilidade econômica. Esse cenário evidencia não apenas mudanças nos modelos de negócio do jornalismo digital, mas também a ampliação de redes institucionais que atravessam a produção de conteúdo. Apesar disso, ainda há pouca sistematização metodológica para analisar, de maneira relacional, os vínculos entre instituições apoiadoras, agendas e projetos jornalísticos, especialmente quando esses agentes atuam de forma difusa e articulada.

Diante dessa lacuna, este artigo propõe uma estratégia metodológica que conjuga a Prosopografia e a Análise de Redes Sociais (ARS) para pesquisas em Comunicação e Jornalismo. Tradicionalmente utilizada nas Ciências Sociais e na História, a Prosopografia é apresentada por Lawrence Stone (2011) como um método voltado à investigação de trajetórias coletivas por meio da sistematização de dados biográficos, relações sociais e características compartilhadas entre indivíduos ou instituições. Christophe Charle (2013) destaca, ainda, a flexibilidade do método, que permite sua adaptação a diferentes escalas e objetos de pesquisa. Ao possibilitar a identificação de padrões de atuação, redes de relações e aproximações institucionais, a Prosopografia mostra-se especialmente útil para estudos que envolvem múltiplos agentes e estruturas organizacionais complexas. Por seu turno, a ARS,[01] comumente utilizada na Sociologia (Lazega, 2009; Mercklé, 2011), notabiliza-se pela análise das relações entre os atores, suas interações e conexões tornando possível a visualização de sua ação recíproca.

Para demonstrar sua aplicação, o artigo utiliza como caso empírico o *Nexo Políticas Públicas*, iniciativa do *Nexo Jornal*[02] voltada à produção de conteúdos sobre políticas públicas. A partir do levantamento prosopográfico das instituições apoiadoras do projeto, busca-se identificar padrões de atuação, aproximações institucionais e recorrências temáticas presentes na sustentação do veículo.

Assim, busca-se responder à seguinte questão: como a Prosopografia coadjuvada pela Análise de Redes Sociais (ARS) permite identificar padrões de atuação, redes e agendas entre instituições apoiadoras de um projeto jornalístico?[03] Ao discutir a aplicação do método em um caso concreto, o texto pretende contribuir para o debate metodológico na área da Comunicação, especialmente em pesquisas que investigam organizações, financiadores e agentes institucionais que participam das dinâmicas contemporâneas do jornalismo digital.

01 A ARS colaborou nesta pesquisa como uma técnica complementar à Prosopografia, permitindo a visualização, por meio do sociograma (representação gráfica de uma rede), das relações identificadas e catalogadas durante a análise prosopográfica.

02 O *Nexo Jornal* é um veículo de mídia independente, fundado em 2015, que conta com financiamento de recursos próprios. Sua linha editorial preza pelo equilíbrio, pela clareza e pela transparência, e sua principal motivação editorial envolve a produção de um jornalismo que, segundo o próprio veículo, contribua para um debate público qualificado e plural e seja capaz de fortalecer a democracia brasileira (Sobre o Nexo, 2026).

03 Este artigo consiste em uma versão reduzida da pesquisa de mestrado publicada na dissertação *Jornalismo, financiamento e agendas públicas: uma análise das configurações editoriais e das redes de apoiadores do Nexo Políticas Públicas* (Soares, 2026).

Redes de apoio e mediações no jornalismo

Com o apoio atuante de instituições no jornalismo, torna-se relevante analisar as trajetórias institucionais dos financiadores, bem como as redes de relações e agendas temáticas que articulam. Isso porque esses apoiadores não atuam apenas como agentes de sustentação econômica, mas também participam das dinâmicas de mediação e circulação de interesses no campo jornalístico. Ao integrarem esse espaço que chamamos de *campo jornalístico* por meio do financiamento, contribuem para a configuração de prioridades, temas/pautas e formas de legitimação discursiva, influenciando, ainda que indiretamente, os processos de produção jornalística.

A partir disso, usamos o conceito de *campo*, sob a ótica de Pierre Bourdieu (1997), para trazer à luz os atravessamentos possíveis desse apoio financeiro em um objeto comunicacional. Assim, vemos o campo como um espaço social relativamente autônomo, estruturado por relações de força entre agentes e instituições que disputam diferentes formas de poder e legitimidade. Cada campo possui regras próprias de funcionamento, valores específicos e critérios internos de reconhecimento.

Os agentes que compõem um campo ocupam posições distintas conforme o volume e o tipo de capital que possuem. Isso determina as posições que os agentes assumem em relação a ele, em que as tomadas de posição visam conservar ou transformar a estrutura de forças desse campo (Bourdieu, 1997). As disputas ocorrem pela manutenção ou transformação dessas posições, produzindo tensões entre agentes dominantes, que buscam conservar a estrutura existente, e agentes emergentes, que tentam alterar as hierarquias estabelecidas.

O *campo jornalístico*, especificamente, é atravessado por disputas relacionadas à legitimidade da informação, autoridade profissional, visibilidade pública e autonomia editorial. Embora possua relativa autonomia, ele também sofre influências de outros campos, especialmente o *econômico* e o *político*, o que torna suas relações constantemente tensionadas por interesses externos e internos. No contexto dos nativos digitais, essas disputas são marcadas por características específicas, visto que a linha editorial e os modelos de negócio precisam ser pensados a partir das lógicas emergentes do digital – plataformas, métricas, vínculos com audiências etc.

Para Bourdieu (1997), o campo jornalístico exerce influência sobre diferentes áreas da produção cultural, ao mesmo tempo em que também é influenciado por elas. Como mediador de saberes e discursos, o Jornalismo estabelece relações com campos diversos e produz efeitos sobre a forma como esses espaços se organizam e circulam socialmente.

Nesse sentido, Patrick Champagne e Dominique Marchetti (1994) afirmam que as transformações tecnológicas e econômicas nas empresas de comunicação modificaram a estrutura e o funcionamento do campo jornalístico. Com isso, altera-se também a influência da mídia sobre diferentes campos sociais. Para eles, a produção da informação contemporânea organiza-se a partir da forma como é captada entre diferentes veículos. Eles acreditam que o que vai definir se uma informação possui peso político pleno é a circulação desta no campo jornalístico. A influência jornalística, para Bourdieu (1997, p. 114), "reforça as tendências dos agentes comprometidos com o campo político a submeter-se à pressão das expectativas e das exigências da maioria".

Assim, as instituições buscam o alinhamento de suas propostas sociais, complementares ao seu trabalho principal, a uma espécie de propaganda veiculada por meio dos veículos jornalísticos. Com o passar dos anos, surgem os nativos digitais, que passam a operar com lógicas de financiamento que antes não eram tão comuns, como apoio institucional, *funding*, filantropia etc. Com essa discussão, podemos entender melhor sobre a Prosopografia e avançar em tópicos sobre os diferentes agentes que compõem o campo jornalístico na atualidade.

Revisitando o método

O uso da Prosopografia inicia-se com historiadores que investigavam o passado por meio de momentos históricos. O método tem seu desenvolvimento na Inglaterra do século XX (Stone, 2011), sendo explorado em diversos países: além da Itália e Inglaterra, há registros na Alemanha, na França e nos Estados Unidos. Neste último, o método foi difundido por influência da Sociologia e da Ciência Política, além do fácil acesso e conhecimento local no uso de computadores (Stone, 2011).

Segundo Stone (2011), as contribuições à Prosopografia dividem-se em duas escolas com marcadas distinções: a Elitista (ou Histórico-Narrativa) e uma segunda mais "estatisticamente orientada" (ou de Massas) – ambas identificáveis nas décadas de 1920 e 1930, a partir de seus trabalhos notáveis, que mudariam profundamente as produções posteriores. A Escola Elitista preocupa-se com estudos da elite do poder, enquanto a de Massas leva em conta a opinião popular na construção da história. A primeira, dedica a atenção de seus membros à "dinâmica de pequenos grupos ou com a interação, em termos de família, casamento e laços econômicos, de um número restrito de indivíduos" (Stone, 2011, p. 116). Assim, utiliza-se da técnica para realizar uma investigação atenta, de aspectos como genealogia, interesses comerciais e atividades políticas, relacionamentos. Já a de Escola de Massas é feita com estudos de caso detalhados, que podem ou não apoiar-se, em pequeno grau, pela estatística. O processo objetiva pensar no grupo e em *laços* que os unem, inclusive constituindo seus valores (ideologias, preconceitos e ideais) (Stone, 2011).

Sobre a Escola de Massas, Stone (2011, p. 116) cita que "eles têm consciência de que não há utilidade em definir as necessidades humanas apenas em termos de poder e de riqueza", além de destacar a valorização da escola à *história social*. A grande diferença entre as escolas são seus objetos de estudo, embora mantenham o interesse em comum no caráter grupal, no desenvolvimento do método e não em um indivíduo ou instituição. Segundo Stone (2011), esse método vai permitir que se "ataque" problemas diversos na história, entre eles, as origens da ação política, estrutura e mobilidade social.

Com isso, vemos como o método contempla camadas múltiplas de um momento histórico, buscando identificar padrões sociais construídos a partir de narrativas individuais. Primeiramente pensada para ser um instrumento da história política, a Prosopografia se torna um método utilizado pelos historiadores sociais (Stone, 2011). Para Charle (2013), a Prosopografia apresenta uma mudança de perspectiva em comparação com pesquisas que abordam a história tradicional da sociedade, pois permite um olhar às experiências mais individuais e, quando contempladas, possibilita perceber a diversidade de trajetórias – características que colocam o método como preferencial para os historiadores atuais, pois privilegiam "micro-histórias" (Charle, 2013).

Para Charle (2013), a Prosopografia parte de um princípio simples: o de "definir uma população a partir de um ou vários critérios e estabelecer, com base nisso, um questionário biográfico cujas diversas variáveis ou diretrizes servirão para descrevê-la em sua dinâmica social, pública e até mesmo cultural, ideológica ou política" (Charle, 2013, p. 1, tradução nossa)[04]. Aliado às constatações de Stone (2011), ambos sugerem o engrandecimento do método ao conhecimento histórico de determinado período, com a inclusão e o avanço de fenômenos econômicos, sociais e culturais ao saber historiográfico dos acontecimentos.

> O método empregado constitui-se em estabelecer um universo a ser estudado e então investigar um conjunto de questões uniformes – a respeito de nascimento e morte, casamento e família, origens sociais e posição econômica herdada, lugar de residência, educação, tamanho e origem da riqueza pessoal, ocupação, religião, experiência em cargos e assim por diante. Os vários tipos de informações sobre os indivíduos no universo são então justapostos, combinados e examinados em busca de variáveis significativas. Eles são testados com o objetivo de encontrar tanto correlações internas quanto correlações com outras formas de comportamento ou ação (Stone, 2011, p. 115).

04 No original: "Definir una población a partir de uno o varios criterios y establecer al respecto un cuestionario biográfico cuyas diversas variables o pautas servirán para describirla en su dinámica social, pública e incluso cultural, ideológica o política [...]".

Por meio das correlações obtidas, Stone (2011) encontra um novo conjunto de problemas, que lidará com movimentos (intelectuais ou religiosos) que se interligam a fatores sociais, geográficos, ocupacionais etc.

> Assim, aos olhos de seus expoentes, o propósito da Prosopografia é dar sentido à ação política, ajudar a explicar a mudança ideológica ou cultural, identificar a realidade social e descrever e analisar com precisão a estrutura da sociedade e o grau e a natureza dos movimentos em seu interior (Stone, 2011, p. 116).

A aplicação da Prosopografia exige a construção de um *protocolo sistemático* que oriente a coleta e a organização das informações sobre os agentes analisados em categorias. Para chegar aos resultados, há um primeiro passo essencial em toda a pesquisa, que consiste em saber o que será buscado com o *corpus*. Por tratar-se de um método flexível, que esquematiza trajetórias comuns, a clareza no problema de pesquisa é essencial para dar continuidade metodológica.

Nesse sentido, Stone (2011) demonstra como, ao pesquisar um aspecto, surgirá dúvidas sobre outro interligado a ele. Por exemplo, no momento em que um pesquisador, inclinado a pensar a sociedade, ao observar uma posição de carreira questiona-se também sobre o efeito que essa posição profissional terá sobre fortuna familiar e, a partir disso, estabelece correlações e inferências sobre o caso. Isso torna possível para a Comunicação pensar sobre ideologias dentro de veículos de comunicação, com perguntas como: Quem os patrocina? Quais instituições? Que outros veículos de comunicação apoiam? Que outros projetos são contemplados? Que pessoas por trás dessas instituições?

Todas essas são perguntas passíveis de serem respondidas por meio dos dados advindos da Prosopografia, pois as respostas dessas perguntas, unidas a uma base teórica consistente, permitem interpretações e inferência. Para isso, os objetivos da pesquisa, o referencial teórico e o objeto de pesquisa devem ser alinhados junto ao método: um objeto de pesquisa que não disponibiliza dados nem apresenta transparência pode inviabilizar o estudo.

Com a aplicação do método vão surgindo novas perguntas. Portanto, as premissas desvendadas pela Prosopografia são muito importantes, mas outros métodos conjuntos podem possibilitar uma resposta a questões que restem pairando após sua aplicação. Além disso, o método faz com que se identifique caminhos a serem aprofundados na discussão teórica, portanto, um *corpus* mal selecionado pode não responder ao problema de pesquisa, e o referencial teórico deve encorajar a reflexão sobre as respostas encontradas.

Adaptação metodológica

Sendo a Prosopografia considerada um método flexível às questões de pesquisa do pesquisador, sugerimos a seguir uma aplicação sua na investigação do interesse das instituições que apoiam o jornalismo independente. Articulada à Análise de Redes Sociais (ARS), a Prosopografia serviu de estratégia para uma pesquisa de mestrado de Natalie Soares (2026), que analisa os diferentes perfis de organizações com o objetivo geral de reconhecer os processos de agenciamento e mediação entre os agentes que integram o núcleo de apoiadores do caderno *Nexo Políticas Públicas*, de modo a compreender como tais dinâmicas contribuem para as reconfigurações do campo jornalístico.

O uso dos métodos mostrou-se essencial para compreender dados de apoiadores financeiros do veículo, com foco nos objetivos específicos de: mapear e descrever os agentes envolvidos na configuração editorial do caderno *Nexo Políticas Públicas*, reconhecendo sua trajetória, formas de atuação e interesses mobilizadores; e examinar as interações e processos de agenciamento e mediação entre os diferentes agentes mapeados, a fim de compreender como contribuem para a conformação de uma agenda sobre políticas públicas e para as reconfigurações do campo jornalístico.

O exemplo trazido aqui leva em conta as seguintes variáveis: identificação; origem e história; natureza jurídica; escopo geográfico; áreas de atuação; fontes de financiamento; governança; agenda e estratégias; redes e articulações; presença midiática; e narrativas institucionais. Esses aspectos foram pensados como ferramentas para compreender melhor como seu apoio poderia influenciar nos assuntos de políticas públicas abordados pelo *Nexo Jornal*, e, após isso, fazer um reconhecimento inicial das instituições.

A Prosopografia equilibra a descrição individual – que pode ser em formato textual, quadros, tabelas etc. – e a leitura coletiva, evidenciando como perfis distintos articulam-se na composição de um projeto. Recomendamos que, para a organização dos dados, no momento da coleta, haja a possibilidade de visualizá-los conjuntamente; para isso, quadros e tabelas são ideais. Na sequência, aglutinam-se esses padrões em texto, se preferível, que contemplem os dados obtidos e suas interpretações.

Tabela 1: Informações coletadas sobre os apoiadores do *Nexo Políticas Públicas*

Dimensão	Variáveis/Indicadores	Fontes
Identificação	Nome oficial, sigla, CNPJ, ano de fundação, sede	Sites oficiais, registros públicos
Origem e história	Contexto de criação, fundadores, motivações originais	Relatórios institucionais, entrevistas
Natureza jurídica	Tipo (ONG, fundação, associação etc.)	CNPJ, Mapa das OSC
Escopo geográfico	Local, regional, nacional, internacional	Materiais institucionais
Áreas de atuação	Temas e causas priorizadas (educação, saúde, direitos humanos etc.)	Documentos institucionais
Fontes de financiamento	Doadores, fundos, parcerias empresariais ou estatais	Relatórios financeiros
Governança	Estrutura organizacional, conselho, diretoria	Estatuto social
Agenda e estratégias	Objetivos estratégicos, ações recorrentes, políticas de comunicação	Planos estratégicos, site
Redes e articulações	Parcerias formais, coalizões, afiliações a redes internacionais	Materiais institucionais, mídias sociais
Presença midiática	Frequência e contexto de aparições na mídia	*Clipping*, bancos de dados jornalísticos
Narrativas institucionais	Valores, linguagem e enquadramentos discursivos	Site, relatórios, redes sociais

Fonte: Elaborada pelos autores.

Essas categorias foram selecionadas de acordo com os objetivos da pesquisa (Soares, 2026), assim como a disponibilidade empírica, o que permitiu identificar padrões e trajetórias no campo analisado. Nessa perspectiva, o mapeamento prosopográfico iniciou-se com os apoiadores financeiros do *Nexo Políticas Públicas* como estudo-piloto, com previsão de ampliação futura, permitindo compreender como trajetórias e vínculos dos envolvidos contribuem para a configuração editorial do caderno, sua autoridade e posicionamento no campo das políticas públicas.

Com o exemplo no Tabela 1, os procedimentos de coleta devem organizar-se a partir de um levantamento preliminar dos indivíduos e/ou instituições analisados, em busca por registros e sites oficiais. Assim, pode ser criada uma espécie de dossiê individual para cada um (uma ficha prosopográfica) de acordo com os objetos do trabalho. Esses dados serão aplicados de forma sistemática sobre o conjunto de variáveis com todas as instituições e os indivíduos de interesse. Para isso, recomendamos o armazenamento dos dados em planilha estruturada (para comparação posterior), o registro de referências completas e a captura de documentos-chave.

A exemplo do *Nexo Jornal*, foram analisados os seis apoiadores de sua plataforma acadêmico-jornalística *Nexo Políticas Públicas* declarados por eles no período entre janeiro de 2024 e julho de 2025. De pesquisa para pesquisa, o mapeamento prosopográfico do *corpus* deve permitir a compreensão das trajetórias e vínculos dos agentes e, consequentemente, aliar-se aos objetivos da pesquisa. Por exemplo: como esses agentes contribuem para a configuração editorial de um veículo de comunicação?

Ao analisar o canal *Nexo Políticas Públicas*, emergiram questionamentos acerca da relação entre a *seleção de pautas e os interesses dos agentes envolvidos*. Nesse sentido, o método adotado possibilita identificar padrões, convergências, contradições, redes de sociabilidade e a circulação de agendas no interior do campo jornalístico.

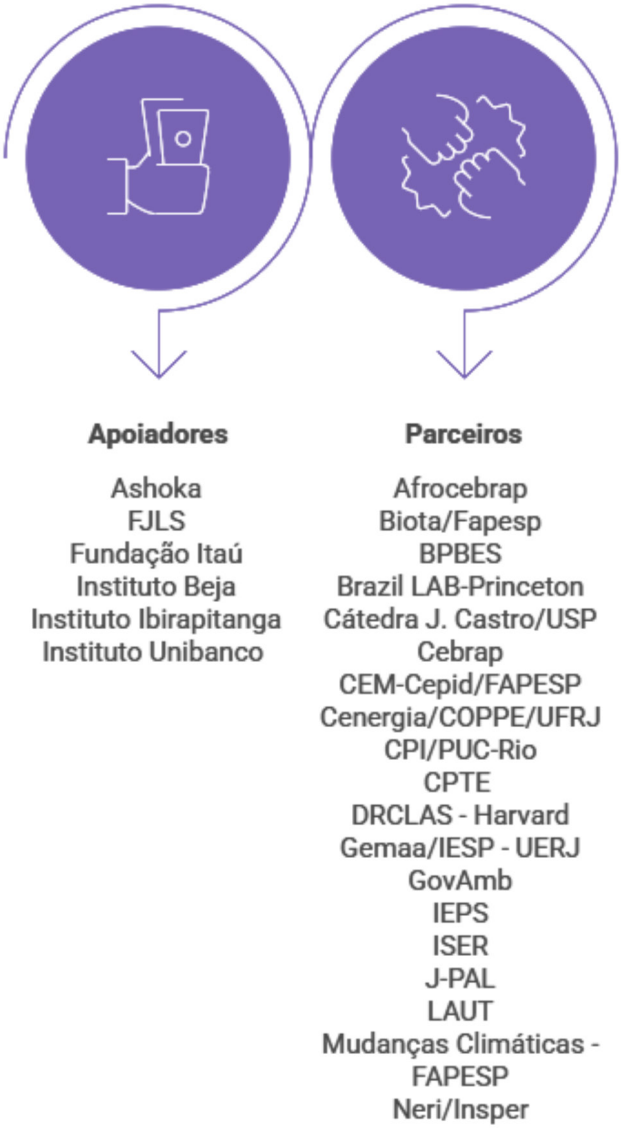
O *Nexo Políticas Públicas* segue a linha editorial do *Nexo Jornal*. O canal se identifica como uma plataforma acadêmico-jornalística "que traz a produção de alguns dos principais centros de pesquisa do Brasil e do mundo em linguagem clara e formatos inovadores" (*Nexo Políticas Públicas*, 2024, [s.p.]). Seu público-alvo é pensado, segundo eles, para "diferentes públicos", como pesquisadores, tomadores de decisão, estudantes e professores universitários e do ensino médio, além do público em geral – outro aspecto que motiva sua análise. O jornal destaca que os assuntos debatidos por eles vão definir o futuro do país. Também enfatiza a valorização da produção científica e propõe criar novas formas de comunicá-la, utilizando o capital (domínio) do campo jornalístico como forma de ampliar o debate sobre essas questões.

O canal cobre 26 temas. São eles: autoritarismo; avaliação; biodiversidade; cidades; conservação; coronavírus; cultura; democracia; desigualdade; economia; economia da saúde; educação; energia; filantropia; gestão; instituições; juventudes; longevidade; meio ambiente; mudanças climáticas; participação; primeira infância; questão racial; religião; saúde; e sistemas alimentares[05].

O *Nexo Políticas Públicas* conta com dezoito parceiros acadêmicos e seis apoiadores (Figura 1). No veículo, os parceiros colaboram na produção de conteúdos, sendo caracterizados, em um primeiro momento, como instituições e grupos voltados à pesquisa e à produção acadêmica. Já os apoiadores são apresentados como agentes fundamentais para a manutenção do acesso gratuito ao caderno. Os institutos chamados de "apoiadores" pelo *Nexo Jornal*, que aparecem como instrumentos financiadores do jornalismo independente, são eles: Ashoka, Fundação José Luiz Setúbal (FJLS), Fundação Itaú, Instituto Beja, Instituto Ibirapitanga e Instituto Unibanco.

05 Dados coletados até julho de 2025.

Figura 1: Parceiros e apoiadores do *Nexo Políticas Públicas*



Fonte: Elaborada pelos autores com informações do *Nexo Políticas Públicas*.

Nesse contexto, a Prosopografia serviu para compreender quem são os apoiadores, quais são seus objetivos, que percepção da realidade apresentam e, na sequência, quais são seus papéis no jornalismo do *Nexo Jornal*, quais temas lhes interessam e de que forma orientam a construção das pautas, entre outros aspectos. Os apoiadores foram escolhidos especialmente para pensar o financiamento do jornalismo por meio de modelos de negócio. Contudo, entendemos que também seria possível executar o método analisando os parceiros, uma vez que eles contribuem para a tecnicidade proposta pela linha editorial do jornal e, ao mesmo tempo, encontram espaço para a divulgação de suas produções e pesquisas, contribuindo à circulação da divulgação científica. Trata-se, portanto, de uma relação conveniente para ambas as partes. Além disso, a diversidade temática abordada pelo canal mobiliza diferentes áreas do conhecimento. Os diferentes focos assistenciais dos apoiadores estão esquematizados na tabela a seguir.

Tabela 2: Apoiadores do *Nexo Jornal* e seus objetivos

Nome	Foco das instituições	Objetivos
Ashoka	Empreendedorismo Social	Formar e cultivar uma comunidade de agentes de transformação ligados pela consciência de que o mundo atual exige que todas as pessoas criem mudanças positivas para o bem comum.
Instituto Beja	Filantropia	Promover o impacto positivo no campo da filantropia fomentando a inovação, colaboração, eficácia e engajamento da sociedade civil, do setor privado e do governo para resolução de problemas sistêmicos.
Fundação Itaú	Banco	Inspirar e criar condições para promover o desenvolvimento de cada brasileiro como cidadão capaz de participar da sociedade e transformá-la.
FJLS	Saúde na infância e na adolescência	Promover a saúde infantil por meio da assistência, geração e disseminação de conhecimento.
Instituto Ibirapitanga	Defesa de liberdades e ao aprofundamento da democracia no Brasil	Apoiar organizações, movimentos e coletivos da sociedade civil brasileira que desejam produzir transformações estruturais positivas no país em dois programas: equidade racial e sistemas alimentares.
Instituto Unibanco	Instituição sem fins lucrativos. Integra o grupo de instituições responsáveis pelo investimento social privado do grupo Itaú-Unibanco.	Melhorar a educação pública no Brasil por meio da gestão educacional para o avanço contínuo.

Fonte: Elaborada pelos autores com informações dos apoiadores.

O aspecto econômico das empresas jornalísticas por meio de novos modelos de negócio deve ser levado em conta para o entendimento do assunto, visto que, editorialmente, o capital financeiro é importante para uma organização jornalística. Para isso, alinhamos nosso referencial teórico a partir de Fabiano Rodrigues e Edson Capoano (2018) em seus estudos sobre o financiamento do jornalismo. O *Nexo Jornal* é mantido com financiamento de recursos próprios, sua principal fonte de renda são as assinaturas, não há publicidades em sua página e alguns conteúdos são limitados, disponíveis apenas para assinantes (Sobre o Nexo, 2026). Com isso, foi investigado por meio da Prosopografia como o recurso dos financiadores é direcionado ao jornal, e descobriu-se algumas pistas sobre seu uso. Porém, essas informações são encontradas no site dos financiadores, não do veículo.

Contribuições da Prosopografia para a análise

O início da aplicação da Prosopografia na análise consistiu na busca por criar pequenos padrões entre os apoiadores financeiros, com o objetivo de identificar recorrências entre os perfis e modos de operação (estrutura, funcionamento etc.) das instituições apoiadoras. Os dados levantados estavam disponíveis nos sites dos apoiadores com periodicidade entre os anos de 2022 e 2025. Entretanto, nem todos os sites disponibilizavam ferramentas de filtragem ou limitadores temporais para a visualização das informações. Nesses casos, foram consideradas as informações disponíveis nas páginas consultadas, sem a possibilidade de estabelecer um recorte temporal específico. Esses dados foram obtidos nos sites das instituições através de relatórios anuais e publicações.

No referencial teórico deste artigo, não é prescrita a utilização de modelos de pesquisa referentes à Prosopografia, mas são apontados caminhos para criá-los. Dessa forma, as variáveis selecionadas na coleta são: mapeamento, caracterização e análise sistêmica das seis instituições apoiadoras; unidades de análise (elementar e unidade composta – perfil coletivo); fontes de dados e fontes de redes (presença digital e parcerias declaradas).

De forma resumida, apresentamos neste artigo os resultados da análise. Ao olhar para os apoiadores financeiros, a primeira impressão é de que seu apoio é ambíguo: eles se apoiam mutuamente. Muitos deles estão conectados por parcerias, o que limita o pluralismo de ideias quando elevados a pautas jornalísticas, apesar de haver uma diversidade de focos assistenciais entre eles. Estão presentes também, neste texto, os parceiros que, segundo a análise, demonstraram contar com apoio diverso por parte das mesmas instituições apoiadoras do *Nexo Jornal*. Foi essa conclusão que motivou o uso de um segundo método: a ARS. Assim, os dados coletados pela Prosopografia, especialmente a variável "Redes e articulações", foram posteriormente submetidos à ARS para visualização das conexões sociais dos agentes. Enquanto a Prosopografia revelou a homogeneidade dos perfis (formação, áreas de atuação), a ARS evidenciou a capilaridade das relações institucionais.

Um exemplo das articulações estabelecidas nessa rede é a apoiadora Ashoka, que mantém parceria com o Instituto Beja, também apoiador do *Nexo Jornal*. O laboratório do Instituto Beja (Beja Labs) destinou apoio a Ashoka com quase R$ 2 milhões em 2024, além do financiamento de R$ 200 mil para a Fundação José Luiz Setúbal (FJLS). O parceiro do *Nexo Políticas Públicas* chamado Centro de Análise de Liberdade e do Autoritarismo (LAUT) também teve apoio do Instituto. Uma das frentes da Fundação Itaú, o Itaú Social, é também parceiro da Ashoka, assim como a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), que tem parceria com *Nexo Políticas Públicas* por meio da COPPE (Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia vinculado à Universidade Federal do Rio de Janeiro).

Estes exemplos repetem-se entre pessoas e instituições: a Fundação Itaú, em suas diversas frentes, oferece apoio anual a muitas instituições. Projetos da Ashoka têm apoio do Itaú Social. O Instituto Unibanco colabora com o Instituto Ibirapitanga em projetos que visam fortalecer a educação pública e promover a equidade racial. O Instituto Unibanco também é apoiador do Insper (parceiro do *Nexo Políticas Públicas*), e entre seu quadro de parceiros conta com o Itaú Social. Assim, forma-se uma grande rede entre instituições de grande capital financeiro e simbólico. O *Nexo Políticas Públicas* e o Instituto Ibirapitanga têm quatro parceiros em comum: Afro-Cebrap (Núcleo de Pesquisa do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento), Grupo de Estudos Multidisciplinar da Ação Afirmativa (GEMAA), Núcleo de Estudos Raciais do Insper e Cátedra Josué de Castro da Universidade de São Paulo (USP).

Nessa rede de relações, o Insper é outro agente muito ativo. Além de ser parceiro do *Nexo Políticas Públicas*, a formação de diversos agentes advém da instituição. Também mantém parceria com o Instituto Unibanco. Dessa forma, o Insper constitui um *hub* importante para a análise. Ao discutir o papel das fundações perante a crise do jornalismo, Rodney Benson (2018) também encontra essa mesma lógica: assim como organizações de mídia sem fins lucrativos, as mesmas fundações também apoiam a mídia comercial.

Quando partimos às pessoas, o fluxo mostra-se o mesmo. Diversos agentes se apresentam como pesquisadores do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Entre eles, destaca-se a presidente do instituto, Luciana Servo[06], que também integra o conselho do Instituto Ibirapitanga. Há, ainda, Ricardo Paes de Barros[07], membro do conselho do Instituto Unibanco e ex-diretor do Conselho de Estudos Sociais do IPEA. De maneira semelhante, na USP, identifica-se professores que ocupam cargos de destaque junto aos apoiadores, além de integrantes do Conselho Consultivo da universidade, como Maria Alice Setúbal, que realizou seu mestrado na instituição.

A ex-CEO do Instituto Beja, Celia Cruz[08], reúne em sua trajetória diferentes formas de atuação na Ashoka, incluindo cargos de direção no Brasil, no Canadá e no Paraguai, além de experiências docentes em universidades de diferentes países. Pedro Moreira Salles[09] preside o Conselho de Administração do Instituto Unibanco e do Itaú Unibanco. Também integra o Conselho Orientador da Fundação Osesp e o conselho deliberativo do Insper. Reforçando a análise anterior, sua formação acadêmica ocorreu integralmente nos Estados Unidos, com graduação na University of California, mestrado na Yale University e participação em programas da Harvard University. Já o vice-presidente do Instituto Unibanco, João Moreira Salles[10], integra o Conselho do Instituto Ibirapitanga, além de ser fundador da *Revista Piauí*. Sua trajetória formativa inclui passagens pelo Insper, pela Columbia University e pela USP.

A filósofa e escritora Sueli Carneiro[11] integra tanto o Conselho do Instituto Ibirapitanga quanto a assembleia geral da Ashoka. Também vinculado à assembleia geral e ao Conselho Fiscal da Ashoka está Cláudio César Sanches[12], diretor do Itaú Unibanco. A trajetória de Sanches evidencia, ainda, a ampla rede de organizações da qual os agentes participam. Assim como outros integrantes analisados nesta pesquisa, ele também mantém vínculos com a empresa de consultoria McKinsey & Company.

O uso da Prosopografia e a reconfiguração do campo

Com base em Bourdieu, sustenta-se que o campo não é estático. Wouter De Nooy (2003) recorre à Teoria dos Campos de Bourdieu para defender que o campo não se configura como um retrato fixo de posições objetivas. Ao contrário, as posições transformam-se à medida que os agentes interagem em suas próprias dinâmicas, o que resulta em uma mediação e, consequentemente, na modificação das forças que organizam o campo. Isto é, a partir dos agentes e de suas interações, o campo vai se moldando. O principal campo considerado neste artigo é o Jornalismo, utilizado para ilustrar as possibilidades no campo da Comunicação. Por conseguinte, com agentes externos (apoiadores, que pertencem a outro campo) adentrando-o, há uma reconfiguração.

Essas relações produzem mediações e alteram as forças responsáveis pela organização do campo; assim, é a partir das interações entre os agentes que ele vai sendo moldado. Neste trabalho, o foco recai sobre o campo jornalístico. Dessa forma, a entrada de agentes externos, como os apoiadores pertencentes a outros campos, provoca uma reconfiguração desse espaço.

06 Currículo disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/quem-e-quem-cat/180-presidenta. Acesso em: 25 maio 2026.

07 Currículo disponível em: https://www.insper.edu.br/pt/docentes/ricardo-paes-de-barros. Acesso em: 25 maio 2026.

08 Currículo disponível em: https://www.linkedin.com/in/celia-cruz/. Acesso em: 15 maio 2026.

09 Currículo disponível em: https://www.institutounibanco.org.br/governanca-equipe#. Acesso em: 15 maio 2026.

10 Currículo disponível em: https://www.institutounibanco.org.br/governanca-equipe#. Acesso em: 15 maio 2026.

11 Currículo disponível em: https://ibirapitanga.org.br/instituto/pessoas/. Acesso em: 15 maio 2026.

12 Currículo disponível em: https://www.linkedin.com/in/cláudio-sanches-0121a0/. Acesso em: 15 maio 2026.

De Nooy (2003, p. 322, tradução nossa[13]) afirma que: "O grupo é definido historicamente, ou seja, seus membros aprendem a se associar ao nome de uma família, clã ou tribo em seus primeiros anos de vida". Ressaltamos que esses aspectos históricos do grupo são desvendados por meio da Prosopografia. Nesse raciocínio, destacamos alguns sobrenomes como Gates, por meio da Fundação Gates, declarados nas pesquisas de Benson (2018) como patrocinadores de empresas jornalísticas estadunidenses[14]. No *Nexo Jornal*, eles são: Salles, Setúbal, entre outros, sobrenomes presentes em conselhos de diversas instituições.

O pensamento de De Nooy (2003) é essencial para articular a intersecção entre os métodos e a Teoria dos Campos de Bourdieu, uma vez que o autor propõe que variáveis independentes podem explicar a posição ou o sucesso de uma pessoa ou de uma organização em um determinado campo. Vendo a rede que se formava em volta do jornal por meio dos apoiadores, essa concepção ficou clara. As relações na estrutura hierárquica do campo jornalístico permanecem pouco explícitas, pois os apoiadores não são citados nas matérias do canal, apenas os "parceiros" (que, por vezes, também recebem apoio dos apoiadores).

A pesquisa permitiu descobrir ainda que os agentes que apoiam, financiam ou orbitam o campo do jornalismo de políticas públicas compartilham lugares de formação semelhantes aos de pesquisadores, autores e especialistas mobilizados como referência. A partir de trajetórias institucionais também percebemos que o jornalismo recorre, como fontes, a agentes atuantes em universidades de maior renome devido a sua autoridade já consolidada.

A partir das questões sobre reconfigurações do campo, concluímos que o Jornalismo pode operar não apenas como prática autoral, mas como infraestrutura. Suas pautas são alinhadas com o que surge através de seu modelo de negócio e de instituições apoiadoras, editais etc. Isso é relevante porque modifica a sua própria estrutura, reconfigurando o campo e modificando a estrutura do jornal e do Jornalismo em si.

Em outras palavras, sabemos que as tensões financeiras sempre existiram, mas não da forma como se apresentam atualmente. Embora os dados da análise não permitam afirmar uma interferência direta e pontual na definição de cada pauta, a Prosopografia revela um alto grau de homologia estrutural entre os agentes financiadores e os agentes mobilizados como fontes, o que, no quadro teórico bourdieusiano, indica uma forte predisposição a sintonia entre visões de mundo, tensionando a autonomia relativa do campo jornalístico.

Essas tensões sempre estiveram presentes, porém apresentavam barreiras mais claras. É o caso, por exemplo, do jornalismo de revista, que dependia da publicidade para se sustentar. Ainda assim, essa tensão era estruturada a partir de nichos de interesse, buscando anunciantes alinhados ao perfil editorial da revista, inclusive no âmbito publicitário. No caso analisado, porém, o jornalismo passa a absorver a própria lógica da publicidade. Trata-se de outra configuração, mais complexa e menos clara, porque se apresenta como algo saudável ao gerar produtos que atendem à capacidade e aos interesses da rede financeira que se articula em torno dele.

13 No original: "The group is defined historically, that is, its members learn to associate them-selves with the name of a family, clan, or tribe in their first years".

14 O pensamento de Benson (2018, p. 1073, tradução nossa) é refletido na questão: "[...] será que esta reportagem patrocinada por um projeto examinará criticamente um projeto de desenvolvimento da Fundação Gates?". No original: "Will this project-sponsored reporting critically examine a Gates development project?".

Considerações finais

Para além do termo *reconfiguração*, sugerimos uma *mutação*, que parte essencialmente do interesse dos veículos jornalísticos em abordar determinados assuntos em forma de pauta jornalística. Com isso, a Prosopografia serve como método analítico para a coleta de informações necessárias dos agentes que permitam entender aspectos relevantes à pesquisa e, se necessário, aliá-la a outro método. Isso tudo permitiu-nos entender melhor, na prática, o atual modelo de negócio jornalístico que engloba o jornalismo independente e os nativos digitais. As tensões relacionadas aos novos modelos de negócio constituíram um dos principais pontos da análise. Nesse sentido, ao direcionar o olhar para as formas de financiamento, emergem novos horizontes a serem observados acerca da relação entre as pautas de um jornal e os agentes que o sustentam, sendo a transparência dos apoiadores financeiros, muitas vezes, um obstáculo para o aprofundamento das investigações.

A estratégia de pesquisa foi empregada de maneira ambivalente, buscando compreender não apenas os interesses do veículo analisado, mas também da rede de agentes articulada em seu entorno. Com isso, vimos que a Prosopografia permite identificar padrões de atuação, redes e agendas entre instituições apoiadoras de um projeto jornalístico por meio de informações próprias, que explicitam seus principais interesses e olham para o Jornalismo como uma infraestrutura difusora de seus temas basilares. Além disso, coadjuvada pela Análise de Redes Sociais (ARS), possibilita identificar com ainda mais clareza os agentes envolvidos em um projeto jornalístico.

Referências

BENSON, R. Can Foundations Solve the Journalism Crisis?. **Journalism**, on-line, v. 19, n. 8, p. 1059-1077, 2018.

BOURDIEU, P. A influência do jornalismo. *In*: BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 100-120.

CHAMPAGNE, P.; MARCHETTI, D. L'Information médicale sous contrainte. **Actes de La Recherche en Sciences Sociales**, v. 101-102, p. 40-62, mar. 1994. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1994_num_101_1_3084. Acesso em: 9 fev. 2026.

CHARLE, C. La prosopografía o biografía colectiva: balance y perspectivas. **Revista Clivajes**, Xalapa, n. 2, ago./dez. 2014. Tradução de Domingo Balam Martínez Álvarez. Disponível em: https://clivajes.uv.mx/index.php/Clivajes/en/issue/view/124. Acesso em: 2 nov. 2026.

DE NOOY, W. Fields and Networks: Correspondence Analysis and Social Network Analysis in the Framework of Field Theory. **Poetics**, [S. l.], v. 31, n. 5-6, p. 305-327, out.-dez. 2003. DOI: https://doi.org/10.1016/S0304-422X(03)00035-4.

LAZEGA, E. **Réseaux sociaux et structures relationnelles**. Paris: PUF, 2009.

MERCKLÉ, P. **Sociologie des réseaux sociaux**. Paris: Éditions La Découverte, 2011.

RODRIGUES, F.; CAPOANO, E. Gestão de negócios de mídia: um meta-estudo sobre decisões estratégicas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-23, set.-dez. 2018, ID29188. DOI: http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.29188.

SOARES, N. P. **Jornalismo, financiamento e agendas públicas**: uma análise das configurações editoriais e das redes de apoiadores do *Nexo Políticas Públicas*. 218 f. 2026. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Santa Maria, Santa Maria, 2026. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/handle/1/38701. Acesso em: 27 out. 2026.

SOBRE O NEXO. **Nexo Jornal**, 2026. Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/sobre/sobre-o-nexo. Acesso em: 17 jul. 2026.

STONE, L. Texto fundamental: Prosopografia. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 19, n. 39, p. 115-137, jun. 2011.

Informações do artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese
O artigo é resultado da dissertação de mestrado *Jornalismo, financiamento e agendas públicas: uma análise das configurações editoriais e das redes de apoiadores do Nexo Políticas Públicas* (Soares, 2026), desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM).

Fontes de financiamento
O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil (CNPq), Chamada Nº 35/2023, por meio de bolsa de pós-graduação.

Apresentação anterior
48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2025, Vitória (ES); 23º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2025, Ponta Grossa (PR).

Agradecimentos/Contribuições adicionais
Este trabalho só se tornou possível graças a recursos públicos federais investidos na educação e na cidadania através do apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil (CNPq), Chamada Nº 35/2023.

Informações para textos em coautoria

Concepção e desenho da pesquisa
Laura Strelow Storch e Natalie Pereira Soares

Coleta de dados
Natalie Pereira Soares

Análise e/ou interpretação dos dados
Natalie Pereira Soares

Escrita e redação do artigo
Natalie Pereira Soares

Revisão crítica do conteúdo intelectual
Ricardo Mayer

Formatação e adequação do texto ao template da E-Compós
Natalie Pereira Soares

Informações sobre cuidados éticos e integridade científica

A pesquisa que resultou neste artigo teve financiamento?
Sim.

Financiadores influenciaram em alguma etapa ou resultado da pesquisa?
Sim. O edital que subsidiou a pesquisa tinha critérios como a abrangência de pelo menos dois Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a necessidade de coorientação em outra área do conhecimento.

Liste os financiadores da pesquisa:
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil (CNPq).

Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com os financiadores da pesquisa?
Não.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:
Não há vínculos desse tipo.

Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização mencionada pelo artigo?
Não.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:
Não há vínculos desse tipo.

Autora, autor, autores têm algum vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização que pode ser afetada direta ou indiretamente pelo artigo?
Não.

Descreva o vínculo apontado na questão anterior:
Não há vínculos desse tipo.

Interferências políticas ou econômicas produziram efeitos indesejados ou inesperados à pesquisa, alterando ou comprometendo os resultados do estudo?
Não.

Que interferências foram detectadas?
Nenhum efeito inesperado do tipo foi detectado.

Mencione outros eventuais conflitos de interesse no desenvolvimento da pesquisa ou produção do artigo:
Não houve conflitos.

A pesquisa que originou este artigo foi realizada com seres humanos?
Não.

Entrevistas, grupos focais, aplicação de questionários e experimentações envolvendo seres humanos tiveram o conhecimento e a concordância dos participantes da pesquisa?
Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

Participantes da pesquisa assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido?
Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

A pesquisa tramitou em Comitê de Ética em Pesquisa?
Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

O Comitê de Ética em Pesquisa aprovou a coleta dos dados?
Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

Mencione outros cuidados éticos adotados na realização da pesquisa e na produção do artigo:
A pesquisa lida com nomes tirados dos próprios *sites* das empresas, sobretudo de pessoas públicas e influentes que têm seus dados de formação e profissionais em diversos *sites*, incluindo perfis dos LinkedIn.

Declaração de uso de Inteligência Artificial:
Não houve o uso de Inteligência Artificial na pesquisa, escrita ou em qualquer outra etapa de produção do artigo, de acordo com a Política de Uso de Inteligência Artificial da Compós.