

Rede de colaboração de veículos de comunicação na disseminação de informações sobre o Javali (*Sus scrofa*) no Brasil (resultados preliminares)

Rafael Franco Alfonso⁽¹⁾, Ana Paula Maciel Fonseca⁽²⁾ e Aiesca Oliveira Pellegrin⁽³⁾

⁽¹⁾Bolsista PIBIC/CNPq, Embrapa Pantanal. Graduando, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Corumbá, MS. ⁽²⁾ Mestranda, Universidade Estadual de Santa Cruz- UESC, Ilhéus, BA. ⁽³⁾Pesquisador, Embrapa Pantanal, Corumbá, MS.

O clipping é o processo contínuo de monitoramento de menções em veículos de comunicação, que pode ser realizado em mídias públicas, como rádio, televisão, revistas e sites de jornal. A prática de clipping começou no século XIX, por iniciativa do empresário Henry Romeike, em Paris, França. No Brasil, o clipping teve início em 1928, no Rio de Janeiro (RJ). O objetivo deste estudo é identificar os principais veículos envolvidos na disseminação de informações sobre o *Sus scrofa* (javali) no Brasil, além de mapear as conexões e colaborações entre eles. A análise baseia-se em dados coletados do Google Alerts e organizados em uma planilha eletrônica. Este mapeamento contempla uma diversidade de notícias acerca de javalis, abrangendo o intervalo temporal de 2017 a 2020, totalizando 105 reportagens analisadas. O estudo abrange uma reportagem proeminente, veiculada em 07/01/2017, além de outros acontecimentos e dados que fornecem uma visão abrangente sobre a situação dos javalis e assuntos correlatos nesse período. Os principais veículos identificados no mapeamento incluem "Agrimídia", "Canal Rural", "G1" e "O Eco". Foram designados como principais por terem veiculado a maior quantidade de notícias relacionadas à caça e manejo do javali, seguido pelo "G1", ambos se sobressaindo no topo do ranking da pesquisa, centrando-se na influência da espécie sobre a agricultura, o que resultou em uma significativa ampliação de sua visibilidade. Além disso, veículos de menor destaque, como o Campo Grande News e o Correio do Povo, também desempenharam um papel, embora em uma proporção reduzida, direcionando sua atenção a nichos específicos dentro do assunto. Este estudo, iniciado em 07 de janeiro de 2017, evidencia a importância da colaboração entre veículos de comunicação na disseminação de informações sobre o javali no Brasil, destacando o papel significativo de alguns veículos na amplificação do debate sobre temas como caça, manejo e impacto ambiental. Entretanto, nota-se que a temática da saúde pública não recebeu a devida atenção, evidenciando uma lacuna na cobertura. O mapeamento das notícias possibilita uma compreensão aprimorada da rede de disseminação acerca do javali, ao mesmo tempo em que identifica os principais protagonistas e suas respectivas áreas de atuação, favorecendo, assim, uma narrativa mais coesa sobre a espécie no âmbito nacional.

Termos para indexação: clipping, mídia, *Sus scrofa*, Brasil.