

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

1ª Jornada
Biscente
POSJOR - 2011

CADERNO DE RESUMOS



Florianópolis - SC
2011

Reitor

Alvaro Toubes Prata

Vice-Reitor

Carlos Alberto Justo da Silva

Pró-Reitora de Pós-Graduação

Maria Lúcia de Barros Camargo

Diretor do Centro de Comunicação e Expressão

Felício Wessling Margotti

Vice-Diretor do Centro de Comunicação e Expressão

Arnoldo Debatin Neto

Chefe do Departamento de Jornalismo

Tattiana Gonçalves Teixeira

Subchefe do Departamento de Jornalismo

Jorge Ijuim

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Gislene Silva

Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Mauro César Silveira

Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - POSJOR

Curso de Mestrado em Jornalismo

Campus Universitário, Trindade

88040-970 / Florianópolis, SC

(48) 3721.6610

<http://www.posjor.ufsc.br>

Comissão Organizadora da 1ª Jornada Discente do POSJOR

Profa. Dra. Gislene Silva – Presidente

Ana Juliana Fontes

Andriolli Costa

Cristiano Anunciação

Guilherme Guerreiro Neto

Maíra Sousa

Vanessa Hauser

Cobertura jornalística e meio ambiente

MESA 1

O discurso científico no jornalismo ambiental

DEROSA, Cristian Madalena¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Meio ambiente; Ciência.

A pesquisa se propõe a investigar o discurso científico presente no jornalismo ambiental produzido pelos jornais Diário Catarinense e A Notícia no contexto do ano de 2007. Para isso, optou-se por uma análise de conteúdo qualitativa, apoiada pelo aporte técnico das análises de discurso e formação discursiva para delimitar os aspectos simbólicos presentes na construção discursiva da ciência dentro do gênero do jornalismo ambiental. O objetivo geral do trabalho é entender de que maneira a noção de consenso em torno de um tema, como o Aquecimento Global, foi construída e como essa noção se relaciona com a proposta do jornalismo ambiental à luz das teorias do jornalismo.

Tendo como objeto de estudo os textos jornalísticos que se referem ao Relatório do IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas) e sua relação com o fenômeno do Aquecimento Global, a pesquisa discute a aplicação de conceitos como equilíbrio e objetividade no jornalismo e na ciência, sondando, para isso, os elementos utilizados pelo jornalismo na apropriação do discurso científico e sua representação social.

Faz-se necessária, para o entendimento do papel da imprensa no contexto que se propõe investigar, uma reflexão sobre o papel da ecologia e sua midiaticização. As peculiaridades discursivas do gênero, tal como na ciência, demanda um estudo histórico de seu embasamento e da natureza linguística das relações de poder nesse processo (Foucault, 2000). As mudanças nas relações políticas, inerentes ao surgimento das preocupações com a relação homem-natureza, propiciou uma série de acordos e interdições no campo jurídico e político que transformou o cotidiano da sociedade. Essa ecologia, porém, destacada de sua origem notadamente romântica, reconstrói-se com o aparato científico tendo seu discurso modificado, conforme algumas críticas já feitas dentro do próprio movimento ecológico. Passa-se a enfatizar certos valores morais comuns à modernidade: o racionalismo instrumental e iluminista, o domínio científico da natureza. A crença no poder da ciência dá ao homem um quase monopólio da ação sobre o meio natural, o que possibilitou a sua representação como destruidor e salvador, tanto na mídia como no campo político e econômico.

A publicação do Relatório do IPCC marcou a afirmação do jornalismo ambiental nas redações assim como o surgimento de novas publicações interessadas no tema. Com a divulgação dos dados que amparavam a teoria do Aquecimento Global Antropogênico (de causa humana), em janeiro de 2007, a ecologia passou a desempenhar um maior papel social e cultural. A hipótese da pesquisa é de que o jornalismo praticado não cumpriu com seu papel informativo e de estímulo à reflexão e compreensão das teorias científicas envolvidas, já que privilegiou determinadas teorias fazendo aparente a ideia de consenso científico, ignorando certas vozes que vinham da própria ciência. Essa hipótese pode ser estruturada tanto sob o princípio do conflito no campo científico (Bourdieu, 1983), quanto do ponto de vista discursivo da ciência moderna, vista sob a perspectiva

¹Aluno do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do Jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Jorge K. Ijuim. E-mail do autor: derosa.cristian@gmail.com

da pós-modernidade, e em como os paradigmas epistemológicos científicos são assimilados ao senso comum. Essa relação pode ser feita, ademais, tanto na percepção profissional do jornalista (Traquina) quanto à recepção social, condicionada à influência de seu repertório imaginário.

Em termos de teorias do jornalismo, parte de pressupostos que orientam o discurso jornalístico não só como construtor da realidade social, mas também a ideia, definida por Kovach e Rosenstiel, de que a prática jornalística deve atuar a fornecer “informações aos cidadãos para serem livres e se autogovernarem”. Ressalta-se, portanto, a necessidade de transparência e clareza na delimitação de teorias científicas, bem como das suas controvérsias.

A divulgação jornalística do conteúdo dos documentos científicos pode ter sido condicionada a certos critérios comuns à prática jornalística como os critérios de construção, lembrados por Galtung e Ruge (apud Traquina, 2005, p. 92), em que os fatos são escolhidos conforme a notícia se insere em uma narrativa já estabelecida, a consonância que pressupõe um tipo de agendamento. Pretende-se demonstrar que este agendamento tem sua base fora do campo jornalístico, mas tem a possibilidade de completar-se por meio de elementos da prática jornalística e de sua própria cultura interpretativa.

Referências

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2009.

SHUDSON, Michael. **A Política da Forma Narrativa: A emergência de conveções noticiosas na imprensa e na televisão**.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas do Século XX: o espírito do tempo**. Vol. 1: neurose. Ed. Forense Universitária. Rio de Janeiro, 2011.

A participação do público na cobertura radiofônica do desastre de 2008 em Blumenau: o caso da Rádio Nereu Ramos

ZIMMERMANN, Arnaldo¹

PALAVRAS-CHAVE

Rádio; Participação do público; Diálogo; jornalismo público; Desastre.

Este trabalho investiga a participação do público na Rádio Nereu Ramos AM durante a cobertura do desastre sócio-ambiental ocorrido em Blumenau (SC) em 2008. Em momentos como esse o rádio torna-se protagonista dos acontecimentos e tem acentuada a necessidade de interação entre ouvinte e emissora. Pretende-se assim, verificar a aproximação entre as participações realizadas com os estudos sobre o jornalismo público e os gêneros de diálogo no radiojornalismo. Afinal, a participação do ouvinte neste episódio envolve mais o conteúdo, de acordo com as definições e pretensões da corrente do jornalismo público ou envolve mais questões relacionadas à forma, com a utilização da participação dentro dos gêneros de diálogo? O estudo parte da hipótese de que essa participação se inclina mais para as características do jornalismo público do que, necessariamente, se configura como um enquadramento dentro dos gêneros dialogados. Este argumento inicial supõe que o foco das interações está mais voltado para a inclusão dos cidadãos como atores do drama público do que propriamente uma intenção de tornar a informação mais eficaz, apoiando-se em uma estrutura dialógica que favoreça a compreensão do receptor. É pertinente e relevante analisar o momento do desastre de 2008, quando a brusca ruptura do cotidiano provocou um volume maior de participação dos ouvintes nas emissoras de rádio, para investigar como essas interações se aproximam das intervenções jornalísticas habituais. O intuito é verificar tanto o papel do ouvinte como dos apresentadores em um momento em que a interação com o cidadão torna-se imprescindível, em sua participação direta no ar, com suas diversas finalidades em diferentes estágios do desastre. Justifica-se a pesquisa tanto pelos poucos registros existentes sobre a cobertura do rádio nas inúmeras catástrofes que atingiram Blumenau e região ao longo de sua história, como também pelos escassos trabalhos que abordam a participação do ouvinte dentro da programação jornalística das emissoras.

Este trabalho, portanto, tem como objetivo mais amplo e geral analisar a participação do público no rádio durante a cobertura jornalística do desastre sócio-ambiental de 2008 em Blumenau. Pretende-se chegar a esta análise através de alguns objetivos específicos, como: (1) identificar as diversas formas de participação do público durante a cobertura; (2) analisar as intenções do ouvinte de acordo com os estágios da cobertura jornalística; (3) identificar como funcionou a hierarquia de vozes na construção do diálogo entre ouvintes e apresentadores e o fechamento das interações desenvolvidas; (4) relatar a percepção dos profissionais que atuaram na cobertura quanto à integração entre a participação do ouvinte e os demais conteúdos da programação; (5) avaliar a contribuição das participações para a cobertura jornalística do desastre; O referencial teórico principal utilizado nesta investigação parte das correntes de jornalismo público, cívico e cidadão, além das concepções próximas de jornalismo comunitário, popular, participativo, colaborativo, de

¹Aluno do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Eduardo Meditsch. E-mail do autor: arnaldo.z@netron.com.br

código aberto e variações que trataremos ao longo deste trabalho. Relaciona as tendências de tais correntes com a utilização do diálogo como forma de interação entre ouvinte e apresentador na programação jornalística do rádio. É realizada também a relação entre estas teorias e os relatos de coberturas na mídia de outros eventos semelhantes, ampliando a revisão do material bibliográfico no sentido de relacionar este estudo com estudos similares tanto no envolvimento de ouvintes na programação quanto na cobertura de desastres. Para dar direção às análises do material pesquisado, são consideradas as teorias e técnicas do jornalismo que se aproximam do objeto de estudo escolhido. O corpus desta pesquisa é composto por 72 horas de programação – entre os dias 22 e 25 de novembro de 2008 - da Rádio Nereu Ramos AM (760 khz) de Blumenau. Os critérios para a escolha da emissora analisada foram: maior duração de tempo no ar durante a catástrofe e maior número de profissionais envolvidos na cobertura jornalística do acontecimento. O trabalho de investigação utiliza o Estudo de Caso como estratégia de pesquisa, analisando o arquivo de áudio da emissora durante a cobertura do desastre e complementando-o com entrevistas com os profissionais do rádio que atuaram na cobertura do desastre e a análise de demais documentos de arquivo da emissora. A análise interpretativa deste conjunto de informações dialogará com o referencial teórico aplicado na execução do trabalho, possibilitando confirmar ou não a hipótese. Verifica-se desta forma, como a constituição do diálogo radiofônico durante um desastre contribui

Referências

- BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005, pp. 35-45
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987
- HERRERA, DAMAS, S. **La participación de la audiencia en la radio española**. Tese. Universidad de Navarra. 2002
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular: Ed. UFSC, 2007
- MERAYO PÉREZ, A. **La construcción Del relato informativo radiofónico**. In: MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar (Org.) Información radiofónica: cómo contar noticias en la radio hoy. Madrid: Ariel, 2002. pp. 59-96
- MESQUITA, Mario. As tendências comunitaristas no Jornalismo Cívico. In: TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mario (Org.). **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003. pp.19-27
- ROSEN, Jay. **What are journalists for?** New Haven: Oxford University Press, 2000
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001

Qualidade da cobertura jornalística em grandes desastres no Brasil

SANTOS, Juliana Frandalozo Alves dos.¹

PALAVRAS-CHAVE

Qualidade; Desastre; Cobertura jornalística.

De acordo com a Organização das Nações Unidas - Secretariado da Estratégia Internacional para a Redução de Desastres, EIRD -, todos os anos, mais de duzentos milhões de pessoas são afetadas por desastres em todo o mundo. Enchentes, deslizamentos, secas, terremotos, erupções vulcânicas, tsunamis, e outros tipos de desastres provocam danos, prejuízos e mortes. Para minimizar essas perdas se condicionou a gestão integrada de riscos e desastres para coordenar esforços de prevenção, preparação, resposta e reconstrução.

em grande parte, coordenada pelos órgãos de Defesa Civil com apoio dos governos de cada país.

A gestão integrada deve articular instituições governamentais, comunidade e toda forma de organização civil, inclusive a imprensa. Não significa que o jornalismo deva ser subordinado ao governo. Pelo contrário, deve cumprir seu papel com independência, desvinculada de sistemas, exercendo principalmente o jornalismo informativo, o jornalismo denúncia e o jornalismo educativo. (Castro, 1999) No Manual de Planejamento em Defesa Civil, Antônio Luiz Coimbra de Castro (1999), ressalta a importância da imprensa livre na gestão do risco e do desastre e sugere a criação de uma nova especialização: o Jornalismo de Desastres.

Historicamente a cobertura de desastres pela imprensa ocorre desde as primeiras publicações. As coberturas passaram a ser mais completas e abrangentes a partir das grandes guerras e com as melhorias nas telecomunicações. (Zenatti; Sousa, 2010: 18-19)

No entanto, Brasil (2010: 113) ressalta que, “em geral, a cobertura de desastres e de riscos tem pecado pelo fato de não incorporar um planejamento adequado, pela ausência prévia de informações qualificadas sobre as suas causas e consequências, e pelo sensacionalismo que costuma caracterizar a mídia em momentos de crise”.

A análise quantitativa da cobertura de desastres disponível no relatório parcial do Projeto PCRD (BRASIL, 2011), atesta essa discrepância na cobertura. Dos quatro aspectos da Política Nacional de Defesa Civil, Prevenção, Preparação, Resposta e Reconstrução, a cobertura foi predominantemente da resposta, 92,4% das matérias levantadas de dois jornais de grande circulação em cada estado do Brasil.

Esses números sugerem uma cobertura meramente factual, ou seja, ocorreu o desastre a imprensa cobriu. A cobertura dos desastres é, sem dúvida, importante, no entanto, após a tragédia pouco tem a imprensa a fazer, raras exceções. Na maioria das situações analisadas os veículos passaram a ser repetitivos e a apelar para histórias isoladas, de exploração da dor das vítimas (BRASIL, 2011: 89)

Este projeto tem o objetivo de avaliar a qualidade da cobertura jornalística em desastres no Brasil com base em um quadro de referência para definir de que forma o jornalismo pode contribuir para uma gestão integrada de risco e desastre. A pesquisa vai se utilizar do método de análise de

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Eduardo Meditsch. E-mail da autora: jfrandalozo@gmail.com

conteúdo para o material jornalístico da cobertura especial de dois grandes desastres do Brasil, o de Santa Catarina, em novembro de 2008, e o da região serrana do Rio, em janeiro de 2011, a partir de um quadro de referências. Os materiais analisados são:

- As reportagens sobre os eventos das edições das quatro principais revistas semanais do Brasil nas datas dos desastres: Veja, Isto É e Época.

As revistas foram selecionadas de acordo com critérios de: Maior circulação.

- O material de um mês de cobertura (a partir da data do evento) das edições de dois programas jornalísticos diários de maior audiência de três canais de televisão: Globo, Bandeirantes e Record. Os três canais foram selecionados de acordo com os critérios de: Maior audiência; comprometimento das empresas com o jornalismo em canais especializados em notícias – GloboNews, BandNews e RecordNews.

Com base nestes referenciais a análise da qualidade da cobertura jornalística de desastres no Brasil espera-se chegar a conclusões pertinentes ao jornalismo e à sociedade, contribuindo para a redução de riscos de desastres.

Referências

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística: Uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004.** Dissertação. Universidade de Brasília, 2006.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. Secretaria Nacional de Defesa Civil. Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres. **Promoção da cultura de riscos de desastres: relatório dos resultados parciais do projeto / Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres.** - Florianópolis: CEPED, 2011.

CASTRO, Antônio Luiz Coimbra de. **Manual de Planejamento em Defesa Civil.** Ministério da Integração Nacional: 1ª Edição, 1999.

NACIONES UNIDAS. Secretaria Interinstitucional de la Estrategia Internacional para Reducción de Desastres de las. **Introducción al Marco de Acción de Hyogo 2005-2015: aumento de la resiliencia de las naciones y las comunidades ante los desastres.** Ginebra; Suiza, 2005.

Jornalismo e conhecimento

MESA 2

Jornalismo e conhecimento sob a perspectiva da participação de leitores online

HAUSER, Vanessa.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Conhecimento; Dialética; Ciberespaço.

Buscando refletir sobre as aproximações entre jornalismo e conhecimento para observar como essa perspectiva teórica se adapta às mudanças trazidas pela internet ao jornalismo, a pesquisa parte da análise das intervenções dos leitores (comentários) nas notícias do portal estadão.com.br (Brasil). A reflexão discute os conceitos de senso comum e senso crítico. Parte de uma perspectiva dialética – entendida enquanto diálogo e crítica – para tentar compreender a natureza das intervenções dos leitores e, se em sua relação com o texto da notícia, consegue contribuir com o potencial crítico do jornalismo – entendido como forma de conhecimento especialmente por sua capacidade de revelar o novo.

O objeto de estudo nasce a partir de uma aproximação feita entre a obra de Paulo Freire e o jornalismo por Eduardo Meditsch (2002), que destaca uma ideia especialmente pertinente para este momento: um dos avanços destacados pelo pedagogo em relação aos meios de comunicação é “a abertura da mídia ao diálogo com o público através de formas de interatividade disponibilizadas pela técnica” (FREIRE; GUIMARÃES, 1984 apud MEDITSCH, 2002, p. 12). Obviamente Freire não se referia aos avanços trazidos pela internet, mas ao que se observava no rádio, na década de 80. Mas porque o diálogo e a participação propiciada pela mídia seria um avanço para os meios de comunicação na visão de Paulo Freire? Em nossa interpretação, certamente porque a sua concepção sobre o conhecimento é extremamente coerente com a comunicação e com o diálogo. É justamente neste ponto que, como dito anteriormente, começa e se delinea o objeto de estudo desta pesquisa: o jornalismo como produção social de conhecimento sob a perspectiva da participação de leitores através de comentários nas notícias online.

A pesquisa parte do pressuposto de que há uma grande transformação em curso no jornalismo, ocasionada por transformações técnicas relativas ao suporte – o funcionamento da rede é diferente –, o que gera uma mudança no uso e na produção das informações.

Ao descrever a sua experiência como jornalista na internet, Luiz Carlos Azenha, autor do Blog “Vi o Mundo”, afirma existir uma grande diferença entre o jornalismo tradicional e o online: quando escrevia para um jornal impresso ou produzia um texto para a televisão e aquilo era publicado ou ia ao ar, o jornalista não sabia o que acontecia depois disso. Ao contrário, quando publica um texto na internet, pela manhã, por exemplo, no final do dia vários comentaristas já deram a sua contribuição e sua opinião sobre ele, conforme relata Azenha. Muito embora alguns destes comentaristas utilizem o espaço de forma descomprometida, querendo apenas xingar os outros ou “falar besteiras”, como se referiu Azenha, muitos outros agregam informações.

A descrição de Azenha sobre a colaboração de seus leitores na veiculação das informações e no conteúdo das notícias demonstra como a internet pode contribuir para a produção social de

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Karam. E-mail da autora: hauservanessa@gmail.com

conhecimento através do jornalismo. E por que contribui? Porque a notícia apresenta-se não como uma verdade inquestionável, mas como uma versão dos fatos que pode ser colocada em cheque pelos leitores comentaristas a qualquer momento. A nova lógica do jornalismo, portanto, está muito mais próxima do conhecimento, tomado enquanto uma construção, algo que se transforma a partir das experiências com o mundo e a partir de contradições e sínteses, revelando a realidade em suas diferentes dimensões.

Neste contexto, a pesquisa se propõe refletir sobre o jornalismo como produção social de conhecimento a partir da análise das intervenções dos leitores nos espaços destinados a comentários em jornais online. Tal objetivo geral se desdobra em outros dois, específicos: (1) observar, categorizar e analisar as intervenções dos leitores em jornais online à luz dos conceitos (categorias) de senso comum e senso crítico, averiguando de que modo os leitores contribuem, questionam ou dialogam com a informação jornalística; (2) discutir como a perspectiva teórica que aproxima jornalismo e conhecimento se adapta às mudanças trazidas ao jornalismo pela internet, com ênfase no aumento das possibilidades de participação dos leitores, refletindo sobre as potencialidades que o jornalismo adquire enquanto forma de produção social de conhecimento no ciberespaço.

A pesquisa ainda parte das seguintes questões norteadoras: como é possível atualizar a compreensão do jornalismo como produção social de conhecimento a partir da análise das intervenções dos leitores? Quais conhecimentos são mobilizados e materializados pelos leitores através de seus comentários sobre as notícias? Aproximam-se, em sua maioria, do senso comum ou do senso crítico? Há intervenções que agregam novas informações às notícias? Estas partem de experiências pessoais ou de outras fontes jornalísticas? Além da pesquisa bibliográfica, será utilizada uma metodologia híbrida, com base na Análise de Conteúdo, para a categorização e análise dos comentários dos leitores.

Referências

AZENHA, Luiz Carlos. **A internet como instrumento de Mídia Livre**. Seminário de Comunicação da Contee, 2009. 1 CD – ROM.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 5.ed. São Paulo: Edições 70, 2008.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1983. 93p.

KUCINSKI, Bernardo. A revolução antiindustrial da internet. In: _____. **Jornalismo na era digital: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Unesp, 2005.

GARCIA, Xosé Lopes. Retórica del hipertexto periodístico. In: DIAZ NOCI, Javier e SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.). **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003, p. 385-422.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1989.

MEDITSCH, Eduardo. **A filosofia de Paulo Freire e as práticas cognitivas no jornalismo**. 2002. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-filosofia-paulo-freire.pdf>. Acessado em 10 de setembro de 2009, às 22h07. 17p.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

Contribuições do pensamento complexo para o campo epistêmico do jornalismo

LÜCKMAN, Ana Paula.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Pensamento complexo; Conhecimento; Epistemologia.

O trabalho estabelece conexões entre a epistemologia da complexidade e o campo epistêmico do jornalismo, com foco no pensamento de Edgar Morin e Adelmo Genro Filho. A escolha por dois autores de áreas aparentemente tão distantes e distintas se deve ao fato de haver, nas obras de ambos, uma lógica interna cuja associação, pretendemos mostrar, pode contribuir substancialmente para os estudos de jornalismo. Nas últimas décadas, o francês Edgar Morin (1921-) vem influenciando pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento com sua proposta de pensamento complexo. Para o autor, distinguir as diferentes disciplinas é um passo inevitável e importante para a construção do conhecimento, mas é necessário que se promova a religação entre esses diferentes saberes, incluídos aí o senso comum e os conhecimentos tradicionais. Embora não priorize a comunicação ou o jornalismo em seus trabalhos, Morin contempla aspectos que podem enriquecer e atualizar a abordagem do brasileiro Adelmo Genro Filho (1951-1988). Autor de um trabalho autônomo e original, Genro Filho toma o jornalismo como tipo de conhecimento cristalizado no singular, que carrega em si a particularidade e a universalidade. Critica a noção positivista de singularidade, expressa na ideia de pirâmide invertida, e propõe que, sob o ângulo epistemológico, a pirâmide seja novamente colocada em pé, de modo que as notícias abarquem, além do singular em que se cristalizam, também o particular e o universal. Nessa pesquisa, partimos da hipótese de que o jornalismo, enquanto prática social que trabalha com leituras do mundo, é um processo de conhecimento que atua, ou pode atuar, numa perspectiva transdisciplinar. Nosso foco será encontrar respostas à seguinte questão: se o jornalismo produz conhecimento, é possível encontrar em textos noticiosos expressões de uma visão complexa do mundo? Busca-se demonstrar essa possibilidade com a análise de textos de jornais diários de referência que apresentam abordagens complexas acerca de fatos do cotidiano. Tomando como referência teórico-metodológica o protocolo proposto por Silva e Maia (2010) para a análise de cobertura jornalística, centraremos o estudo do objeto empírico na observação dos textos noticiosos selecionados a partir de três níveis: primeiro, as marcas da apuração; segundo, as marcas da composição do produto; terceiro, o contexto de produção dos textos selecionados. Com a análise, busca-se identificar em que medida as notícias contextualizam e complexificam os assuntos tratados.

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do Jornalismo, sob a orientação do Profa. Dr. Gislene Silva. E-mail da autora: ana.luckman@gmail.com

Referências

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. 2. ed. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Transdisciplinaridad**: notas para un mapa de sus encrucijadas cognitivas y sus conflictos culturales. Bogotá: Universidad Nacional, 2003.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. 4.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **O método 4**: as ideias. Porto Alegre: Sulina, 1998.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

Fato: um estudo epistemológico do jornalismo

MOREIRA, Alessandro.¹

PALAVRAS-CHAVE

Fato; Fato Jornalístico; Epistemologia; Realidade; Verdade.

Cita Gomes (2009:28), que nos ambientes acadêmico e profissional do jornalismo, circulam duas formas antagônicas de compreender e pensar o problema da verdade e do fato jornalísticos. Uma dissolve o conceito de verdade na ideia de perspectiva e entende o fato como interpretações desobrigadas de prestar contas a um sentido textual qualquer. A realidade entra com a matéria e o observador e/ou narrador com qualquer sentido.

De forma contrária, os fatos devem poder reger os parâmetros da sua própria interpretação. São algo dado e induzem a sua própria apreensão e representação. Assim, mesmo que seja verdade que os fatos são sempre abertos, no sentido que para existirem dependem da colaboração de um intérprete, continuam sendo fatos.

Basicamente, existem estas duas concepções díspares de percepção da realidade, a realista e relativista ou, respectivamente, correspondentista e interpretativa.

A teoria da verdade como Correspondência (ou conformidade, ou adequação) estabelece que uma declaração ou proposição é verdadeira quando corresponde aos fatos, objeto de estudo desta pesquisa. Para Tambosi (2007), essa teoria é a que mais se aproxima e se aplica ao jornalismo porque consiste em sua correspondência com os fatos ou estados de coisas. Ao descrever como são as coisas no mundo, tais afirmações, jornalísticas ou não, serão verdadeiras ou falsas em função de as coisas serem realmente como elas dizem que são.

Nota-se que a teoria correspondentista da verdade, que estabelece que o significado e a verdade dos enunciados se encontram na correspondência, relação e concordância com a realidade, é semelhante à concepção da construção das notícias segundo a teoria do espelho, que afirma que as notícias são como são porque são um reflexo da realidade, e é a realidade, por sua vez, que assim as determina.

As teorias construcionistas Estruturalista e Interacionista das notícias põem em causa e rejeitam a ideologia jornalística das notícias como espelho da realidade. As razões desta rejeição são em primeiro lugar, a impossibilidade de se estabelecer uma distinção radical entre realidade e as mídias noticiosas que devam refletir essa realidade, considerando que as notícias ajudam a construir a própria realidade; Em segundo lugar, a linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos porque a linguagem neutra é impossível; E por fim, as mídias noticiosas estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a fatores como a organização do trabalho jornalístico, limitações orçamentárias e a própria maneira como a rede noticiosa responde à imprevisibilidade dos acontecimentos (TRAQUINA, 2004:168-169).

Mas adotar a concepção dos fatos como construção e interpretação, acarretam em problemas. Expõe Gomes (2009:28) que numa posição perspetivista, e portanto relativista, não há como tomar

¹Aluno do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Orlando Tambosi. E-mail do autor: alessandromoreira.jor@gmail.com

a coisa em si como parâmetro, unidade de avaliação (o fato), se justamente o acesso à coisa em si foi desqualificado definitivamente como uma pretensão ingênua e improvável (interpretação). Ou seja, quando se defende que os fatos não são absolutos, mas interpretações, perde-se a referência regulamentadora objetiva. Como um exemplo esclarecedor: se fatos são interpretações, todos que interpretam podem ser jornalistas?

Pelas características conceituais expostas, também deficientes, há a necessidade de refletir e repensar a realidade pelas duas principais perspectivas – relativistas e realistas – para propor e sugerir uma nova perspectiva jornalística para a controversa noção de fato, objeto de estudo.

Referências

GOMES, Wilson. **Jornalismo, Fatos e Interesses**: Ensaios de teoria do jornalismo. Série Jornalismo a Rigor. v. 1 Florianópolis: Insular, 2009.

TAMBOSI, Orlando. **Jornalismo e teorias da verdade**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 30, n.1, p.35-48, jan./jun. 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume I**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

Nellie Bly e o Jornalismo investigativo

QUEIROZ, Natália Costa.¹

PALAVRAS-CHAVE

História da imprensa; Processos jornalísticos; Jornalismo investigativo.

A reportagem investigativa possibilita que os jornalistas exerçam seu papel de “guardião”, monitorando as ações tanto dos governos quanto de outras instituições poderosas da sociedade. De acordo com os pesquisadores Bill Kovach e Tom Rosenstiel, esse papel de guardião é considerado pelos jornalistas contemporâneos como um aspecto central de seu trabalho (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 172).

Baseado na informação de que jornalista estadunidense Nellie Bly desenvolveu no jornal *The New York World*, entre 1887 e 1896, um trabalho considerado investigativo, o objeto de estudo desta pesquisa é verificar as contribuições de Nellie Bly para o jornalismo investigativo.

A ideia do que seja jornalismo investigativo, no entanto, não é um consenso entre pesquisadores. Solano Nascimento se contrapõe à afirmação de que toda produção jornalística é investigativa usando o exemplo de um repórter que vai cobrir uma entrevista coletiva de um ministro marcada para as 18h, mas deve sair às 18h30.

Solano conclui que essa matéria não se configura como jornalismo investigativo porque, em 30 minutos, o jornalista apenas ouviu as declarações do ministro e fez algumas perguntas, mas não teve tempo para telefonar a outras fontes, fazer pesquisa ou repercutir a informação. Portanto, o jornalismo investigativo se distingue de outras formas mais comuns de se fazer jornalismo (NASCIMENTO, 2010, p. 14).

Solano Nascimento reúne as definições de jornalismo investigativo de diversos pesquisadores e chega a uma característica que é comum a todas: “o jornalismo investigativo implica um trabalho ativo de apuração do repórter” (NASCIMENTO, 2010, p. 21).

Estudar uma jornalista estadunidense que parece ter desenvolvido um trabalho pioneiro no âmbito do jornalismo investigativo se justifica porque, assim como as sociedades buscam conhecer sua história para entender seu presente, também o jornalismo deve conhecer seu passado para entender o cenário contemporâneo.

O período em que Nellie Bly trabalhou como repórter (1885-1896) representou um momento muito importante na história do jornalismo. Segundo Michael Schudson, a “invenção social” do repórter se deu nas duas últimas décadas do século XIX e, mais especificamente, os anos 1890 são considerados a “Era do Repórter”. (SCHUDSON, 2010, p. 80)

Além disso, a discussão em torno do jornalismo investigativo se mantém bastante viva atualmente, como evidencia o pesquisador Solano Nascimento, em relação ao Brasil. “[...] o jornalismo investigativo no Brasil retrocedeu nos últimos anos, e o jornalismo sobre investigações se tornou um fenômeno” (NASCIMENTO, 2010, p. 12).

Com o objetivo de averiguar as possíveis contribuições de Nellie Bly para o jornalismo investigativo,

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro César Silveira. E-mail da autora: nataliacq@gmail.com

o objeto de trabalho a ser analisado se trata de 49 matérias/reportagens/artigos da jornalista publicados no jornal The New York World entre 1887 e 1896, os quais serão separados em três categorias: perfil, denúncia e jornalismo de disfarce (uso de falsa identidade para conseguir uma informação).

O critério de escolha desse material foi o da acessibilidade, pois estão disponíveis para download na internet, através do site <http://www.nellieblyonline.com/>.

A partir dessa categorização, serão selecionadas e analisadas as que mais se aproximem do conceito de “jornalismo investigativo” de Solano Nascimento – “o jornalismo investigativo implica um trabalho ativo de apuração do repórter”.

Essa análise levará em conta os processos de produção jornalística utilizados por Nellie Bly, como método utilizado para apurar as informações, fontes consultadas e verificação das informações.

Para analisar o trabalho desenvolvido por Nellie Bly e suas possíveis contribuições para o jornalismo investigativo é fundamental considerar o contexto histórico da época. Os autores Geoffrey Barraclough, Henry Commager e Michael Schudson oferecem o referencial teórico para essa contextualização.

Geoffrey Barraclough considera as últimas décadas do século XIX um “divisor de águas entre a história moderna e a contemporânea”. Segundo o autor, “até o mais resolutivo defensor da teoria de continuidade histórica não pode deixar de surpreender-se pela extensão de diferenças entre o mundo de 1870 e o mundo de 1900” (BARRACLOUGH, [s. d.], p. 39).

Esse conjunto de mudanças das três últimas décadas do século XIX teve impacto significativo no jornalismo também, como não poderia deixar de ser. “Journalism not only mirrored the transition from nineteenth-twentieth-century America, but itself participated in and was subjected to the process” (COMMAGER, 1950, p. 67).

As pesquisas de Michael Schudson, por sua vez, abrem o caminho para o entendimento sobre a trajetória dos jornais nos Estados Unidos desde o início do século XIX até a década de 70 do século XX.

Referências

BARRACLOUGH, Geoffrey. **Introdução à história contemporânea**. São Paulo: Círculo do Livro, [s. d.].

COMMAGER, Henry Steele. **The American Mind**: An interpretation of American thought and character since the 1880's. Clinton, Mass., USA: Yale University Press, 1950.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**: O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo, SP: Geração Editorial, 2004.

NASCIMENTO, Solano. **Os Novos Escribas**: O fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. Porto Alegre, RS: Arquipélago Editorial, 2010.

SCHUDSON, Michael. **Descobrendo a Notícia**: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Vozes. 2010.

Redes sociais e produção digital no jornalismo

MESA 3

Liberdade de expressão e tensões público x privado: jornalistas nas redes sociais

NICOLETTI, Janara,¹

PALAVRAS-CHAVE

Redes sociais; organizações jornalísticas; Ética jornalística; Liberdade de expressão.

O formato de arquitetura descentralizada da internet desarticula o modelo clássico do jornalismo, exigindo que sejam estabelecidos novos critérios de apuração, redação e divulgação dos conteúdos, que sejam capazes de garantir atenção e preferência do público (TRAQUINA, 2005). Esta necessidade torna-se cada vez maior, à medida em que as novas mídias se estabelecem como fontes de informação para os jornalistas e as tecnologias, para divulgação e busca de dados, abrem novas oportunidades para vozes alternativas.

Diante disso, é constante a busca das empresas por um novo posicionamento, que garanta fidelização dos públicos e manutenção do poder midiático. Trata-se de reconfigurar a cultura das empresas e de seus jornalistas (CORRÊA; LIMA, 2009).

Em todo o mundo, diferentes veículos de comunicação já apostaram em estratégias de comunicação voltadas para estas plataformas, com o intuito de promover maior interação com o público e disseminação de suas notícias. Neste sentido, as normas e regulamentações de uso das redes sociais tentam diminuir o distanciamento e “ensinar” um comportamento padrão, em nome da ética, neutralidade e credibilidade da organização e do profissional. Organizações como BBC, Reuters, The New York Times foram pioneiras no mundo na implantação destes manuais, bem como na adoção das redes sociais na rotina das redações. Aqui no Brasil, os principais grupos de comunicação e veículos com abrangência nacional já possuem regimentos, normas ou algum documento que regularize e oriente a adoção de práticas em plataformas como Twitter e Facebook. Alguns são mais restritivos, outros mais superficiais, mas a grande maioria identifica a necessidade de se tomar cuidado com o que se publica na rede particular de cada profissional. Neste ponto, se levanta uma questão: qual o limite desta interferência?

Mais do que isso: com a falta de um balizador comum, cada empresa cria suas próprias regras, institui suas próprias normas, alicerçada em seus próprios valores, o que significa que podem estar ferindo princípios éticos da profissão e direitos humanos (universais). Muitas normas e códigos distribuídos nas redações brasileiras impõem restrições ao conteúdo publicado nos perfis particulares dos jornalistas, ao alegar que mesmo fora das redações continuam reconhecidos como membros integrantes de determinado grupo. Afirmção que pode ferir um direito intrínseco à profissão e à Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948): a liberdade de opinião e expressão. É direito do jornalista ter liberdade na divulgação das informações e, toda a sociedade, deve ter condições de expressar livremente suas opiniões. Porém, a prática mostra que, no uso das redes sociais, opiniões e comentários de jornalistas em seus perfis particulares podem render sanções, que vão desde advertências até o afastamento das atividades.

Na falta de limites e regras éticas para normatizar a profissão nestes meios, cada organização define suas próprias normas, o que evidencia a falta de padrões gerais sobre quais devem ser os

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Christofolletti. E-mail da autora: janarant@gmail.com

comportamentos profissionais nas redes. A questão levantada aqui é como será possível garantir a liberdade de imprensa, se em tempos de redes sociais, os próprios jornalistas perderam o direito de dizer o que pensam e opinar nas redes sociais.

Diante desta problemática é indispensável saber: 1) como as organizações jornalísticas controlam a conduta de seus profissionais nas novas mídias, a partir da formulação de normas internas, técnicas e deontológicas de uso das redes sociais? 2) As normas de conduta são condizentes e respeitam os princípios éticos e deontológicos do Jornalismo? 3) Até que ponto esta padronização de postura interfere na liberdade de expressão individual dos jornalistas e no fazer jornalístico? Estes questionamentos servem como perguntas de partida e balizarão toda a execução da pesquisa proposta aqui.

Para tanto, o objeto de estudo considerado são as normas de uso das redes sociais das organizações jornalísticas, suas interferências técnicas e deontológicas sobre o fazer diário da profissão e a liberdade individual dos jornalistas submetidos a elas. A hipótese levantada neste projeto é que os documentos empresariais que regulamentam o uso das redes sociais comprometem a liberdade de expressão individual de cada jornalista, gerando um conflito entre o indivíduo particular e o profissional público, que está submetido à estas regras, sendo capaz de comprometer a qualidade e as potencialidades do fazer jornalístico por meio das redes sociais digitais devido às restrições impostas aos profissionais.

O objetivo geral é identificar de que forma as normas de uso das redes sociais, impostas pelas organizações jornalísticas aos seus profissionais, impactam no fazer jornalístico, na liberdade de expressão de cada profissional, e nas condutas ética e deontológicas da profissão.

Referências

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. 4ª Rev. Brasil: Unesco, 1998. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>>. Acesso em: 02/06/2011.

SAAD, Beth; LIMA, Marcelo Coutinho. **Modus Operandi Digital**: reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Economia Política e Políticas da Comunicação, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/14603911/Reflexoes-sobre-o-impacto-das-midias-sociais-nas-empresas-informativas>. Acessado em: 09/03/2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo** - porque as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

Apropriações do Twitter pelo jornalismo de moda no Brasil

FLORES, Ana Marta Moreira.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo de moda; Twitter; Jornalismo especializado; Convergência.

O projeto de pesquisa pretende investigar as apropriações das potencialidades para fins jornalísticos do microblog Twitter. O recorte temático se dará nessas apropriações tomadas pelo jornalismo de moda no Brasil.

Para isso, partimos de uma aproximação conceitual ao considerar jornalismo e moda em suas naturezas análogas de ritmo acelerado e alta capacidade de renovação. Resgatamos a origem da moda enquanto fenômeno para aproximá-la do jornalismo, para a partir daí, explorar o jornalismo especializado em moda. Ainda buscamos referências no webjornalismo, nas especificidades do ambiente online e no jornalismo convergente para compreender nosso objeto de pesquisa. Em seguida, apontamos o Twitter como expressão protagonista e contemporânea da conduta compartilhada pelos campos do jornalismo e da moda.

Ao compreender o objeto empírico - perfis no microblog Twitter - como uma manifestação de natureza genuinamente híbrida, selecionamos também procedimentos metodológicos que deem conta das particularidades do tema, do objeto e dos objetivos propostos. O estudo descritivo-analítico acompanhará por um mês (janeiro/2012) oito perfis de veículos jornalísticos e jornalistas especializados em moda. A pesquisa será desenvolvida em quatro etapas-base com o entrelaçamento de técnicas que visam obter o maior número de dados para aprofundarmos a análise. Propomos também uma classificação preliminar de categorias de análise com o objetivo de dar forma ao jornalismo de moda contemporâneo por meio de nossa pesquisa empírica. As etapas estão organizadas em quatro momentos: 1) Mirante teórico; 2) Observação exploratória e Apontamentos; 3) Descrição, Coleta e Tratamento e 4) Análise Integral e Comparativa.

Partimos de duas hipóteses, a primeira compreende a instantaneidade provida também pela facilitação de publicação no Twitter como principal uso da ferramenta para o jornalismo de moda. Isso porque, dentre as apropriações pré-elencadas, a instantaneidade é a característica que melhor se adapta às peculiaridades de suporte - o Twitter - e de condição jornalística. Pretendemos verificar tal pressuposto, especialmente, ao pontuar o uso durante as semanas de moda nacionais, favorecendo a apropriação para coberturas noticiosas no microblog. Para isso, a proposta é ainda aprofundar o conceito resultante da instantaneidade, a cobertura-pílula², elaborado durante pesquisas de teste realizadas em 2011.

Com o intuito de abranger o jornalismo de moda brasileiro fez-se necessária a seleção tanto de perfis de veículos jornalísticos como de jornalistas especializados. Essa organização nos leva à

¹ Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dra. Raquel Ritter Longhi. E-mail da autora: miuxapop@gmail.com.

² Em cobertura-pílula, utilizamos "pílula" no sentido metafórico da informação comprimida, pontual e em notas curtas, inseridas em um fluxo. Podemos considerar que quando as mensagens de cunho noticioso tratam de um mesmo evento ou acontecimento, tornam-se cobertura. Para Silva (2009, p. 269), os tweets podem ser classificados como "(...) pequenas 'pílulas' de notícias curtas [que] vão construindo um nó de informações que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia".

segunda hipótese, em que realizaremos um comparativo dentro do universo de perfis selecionados para a análise, baseados no que entendemos por web 2.0. O microblog é uma ferramenta criada originalmente para uso autoral e pessoal, com isso, nossa hipótese está centrada no perfil do jornalista de moda em comparação ao perfil corporativo no Twitter. Acreditamos que o jornalista adere a novas apropriações antecipadamente e faz uso mais variado e criativo do que os perfis que representam os veículos jornalísticos.

Ainda faremos um comparativo entre os perfis editoriais e corporativos para melhor abranger essas apropriações para o jornalismo de moda em tempos de redes sociais na internet.

Referências

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BRADSHAW, P. **A model for the 21st century newsroom: pt1** - the news diamond. Disponível em: <<http://goo.gl/g1PX7>>, 2007. Acesso: 21 de maio de 2011.

FAUS BELAU, A. **La ciencia periodística de Otto Groth**. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

JENKINS, H. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOFFILY, R. **Jornalismo e produção de moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

KOLODZY, J. **Convergence Journalism**. Writing and reporting across the news media. Rowman & Littlefield Publishing Group Inc.: Lanham, Maryland, USA: 2006.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero** - a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. São Paulo: Zahar, 2010.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2001.

A dinâmica da notícia na internet - redes sociais e portais de jornais de referência

SOUSA, Máira de Cássia Evangelista de.¹

PALAVRAS-CHAVE

Notícia; Redes Sociais; Portais de Referência; Jornalismo; Internet.

As notícias surgem como principal mercadoria do jornalismo ocidental no século XIX. Para atrair um maior número de leitores, ganham um novo formato, uma espécie de empacotamento: elas “tornaram-se crescentemente estandardizadas ao tomarem a forma do que chamamos hoje de ‘pirâmide invertida’, enfatizando o parágrafo de abertura, o lead.” (TRAQUINA, 2005). Mas a história do jornalismo é marcada pelo impacto tecnológico e a notícia precisa se adaptar às particularidades e às especificidades de cada novo meio de comunicação, tendo uma linguagem própria para cada mídia - impresso, rádio, televisão e internet (ALSINA, 2009, p. 54-55).

A internet é um espaço de “natureza constantemente efêmera e mutável”, (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2011). Com as redes sociais digitais, abre-se um novo espaço para a distribuição da notícia, que vem sendo intensamente utilizado pelos portais jornalísticos de referência. De acordo com Primo (2011), “as organizações midiáticas tradicionais não saíram de cena, mas sim desceram do palco central e agora colaboram e competem com vários outros atores, com os quais disputam pela atenção de múltiplas audiências.”

O uso desses novos espaços pelos jornais de referência² proporciona: “(1) melhora da identidade da marca, (2) fidelização dos leitores e (3) vantagens através da distribuição de seus conteúdos entre as redes, produzindo um efeito em cadeia entre os membros da rede social e melhorando sua repercussão.” (ORIHUELA apud FLORES, WEBER & LONGHI, 2011) A notícia reverbera numa dinâmica que envolve também os usuários dessas redes, que são produtores e consumidores desse conteúdo.

Este cenário traz muitas discussões quanto à linguagem produzida na internet. Para Salaverría (2005), usar a pirâmide invertida como formato único de notícia seria renunciar todas as possibilidades trazidas ao jornalismo pela internet. Edo (2009) defende que, futuramente, será criada uma narrativa identificada com a navegação e que recupere esquemas clássicos, como a pirâmide invertida.

Bradshaw (2007) propõe um novo modelo de notícia. Uma “alternativa” para a pirâmide invertida: o Diamante da Notícia (News Diamond), um modelo específico para o jornalismo interativo das novas mídias. A primeira etapa da produção jornalística na web seria o alerta de acontecimentos, uma atualização curta dando conta que determinado fato aconteceu. E a partir de então, começaria a produção de conteúdos jornalísticos mais detalhados, para serem disponibilizados em outros espaços da web.

Alsina (2009) afirma que “ainda não foram geradas as verdadeiras mudanças que podem

¹ Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dra. Raquel Ritter Longhi.

E-mail da autora: jornalista.maira@gmail.com.

² Jornais que ficam longe do sensacionalismo e da parcialidade. São referência imprescindível para os outros meios de comunicação, tanto escritos como audiovisuais, que não produziram suas próprias opiniões e juízos sobre um determinado assunto sem antes ter conhecimentos do que foi emitido por esse veículo.

acontecer na mídia através da internet. Porque, de fato, ainda não se produziu uma mudança na linguagem nesse quarto meio de comunicação, chamado por alguns de internet.”

Diante desta situação, pretende-se estudar com esta pesquisa a dinâmica da notícia na internet. O objetivo é analisar como se dá o movimento da notícia nas redes sociais e nos portais de jornais de referência, com foco na linguagem jornalística e da web. Para o direcionamento do estudo foram estabelecidas algumas questões orientadoras: Como as notícias reverberam na web? Estamos diante de uma forma inovadora e/ ou de uma reconfiguração de notícia? O que diferencia as notícias nos portais e nas redes sociais de jornais de referência?

O objeto empírico é formado por notícias veiculadas no Portal³, no Facebook⁴ e no Twitter⁵ do Estadão, em quatro períodos de 2012: -30/01 a 05/02; -07/05 a 13/05; -13/08 a 19/08; -19/11 à 25/11, e, por entrevistas semiestruturadas com os editores de mídia social do Estadão. Para a execução desta pesquisa, serão adotados procedimentos metodológicos que consideram o caráter híbrido da internet e as linguagens jornalísticas e da web. O estudo combina técnicas qualitativas⁶, e será desenvolvido em quatro etapas: 1) Buscas exploratórias; 2) Observação sistemática das notícias em ambientes virtuais e entrevista semiestruturada com os editores de mídia social do Estadão; 3) Leitura e descrição do material coletado; 4) Análise, comparação e interpretação do material coletado.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

BRADSHAW, P. **A Model for the 21st Century Newsroom: the news diamond**. Online Journalism Blog, 2007. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-newsdiamond/>> Acesso: 13 set 2011

EDO, Concha. **Periodismo informativo e interpretativo**. El impacto de internet em la noticia, las fuentes y los géneros. Alfandega Grupo Editor, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SALACERRÍA, Ramón. **Redección periodística em internet**. Ediciones Universidad de Navarra, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Volume I Florianópolis: Editora Insular, 2005.

³ www.estadao.com.br

⁴ www.facebook.com/estadao

⁵ twitter.com/estadao

⁶ Ver: ADGHIRNI, Zelia Leal; Moraes, de Francilaine. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo on-line. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. Metodologias de pesquisa em jornalismo Petrópolis: Editora Vozes, 2010./ FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

Ciber-Informações Nativas: uma análise da difusão da informação de dois cibermeios de autoria de povos indígenas residentes no território brasileiro entre 2005 e 2011

TAVARES, Joana Brandão.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo participativo; Jornalismo público; Jornalismo on-line; Povos indígenas; Comunicação comunitária.

Este trabalho propõe estudar a difusão da informação em cibermeios de autoria de povos indígenas por meio da análise de um blogue e um portal, ambos produzidos no território brasileiro. Buscamos observar as estratégias utilizadas para realizar a difusão da informação produzida nestes dois cibermeios a partir do estudo das potencialidades do uso da rede, do jornalismo on-line e da participação de comunidades como produtoras de informações. Com o advento da internet, ocorre uma mudança nas produções comunicativas o que leva alguns autores a mencionarem produção de informações pós-massivas (LEMOS, 2009), e faz emergir conceitos como jornalismo participativo, jornalismo de fonte aberta, entre outros, que remetem ao potencial dialógico das novas tecnologias, através das quais qualquer cidadão pode produzir e publicar informações globalmente. No entanto, não basta produzir informação, é necessário que esta seja lida e que as consequências de sua produção afetem o real-histórico das comunidades produtoras, seja no momento de sua difusão, ou mesmo no momento de sua produção, conforme apontado pelo aporte teórico da comunicação comunitária que defende o direito de comunicar e não apenas de acessar informações como essencial para todos os cidadãos em uma democracia (PERUZZO, 2009, PAIVA, 2003). A partir desta contextualização, a pesquisa busca verificar as estratégias técnicas – empreendidas no uso de ferramentas que o formato possibilita; na esfera de convergência, entendendo-se convergência como atitudes e comportamentos que surgem desde a coleta da informação e vão até o momento da publicação (JENKINS, 2008); e por meio das redes não tão visíveis no produto final, mas que compõem as articulações necessárias ao processo de difusão. Também estudaremos o acesso a esses meios por organizações jornalísticas que estão localizadas nos mesmos estados onde são produzidas as informações indígenas ao analisarmos os cibermeios destas organizações. Esta análise visa discutir a forma como as informações de autoria cidadã produzidas para a internet interferem no processo produtivo das organizações noticiosas. A metodologia aplicada é híbrida, tendo como fundamento o método desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) (MACHADO; PALÁCIOS, 2008) que prevê etapas como levantamento bibliográfico, análise prévia do objeto de estudo, levantamento de hipótese(s) e desenvolvimento de pesquisa empírica. Será feito um estudo de casos múltiplos no qual os procedimentos metodológicos utilizados serão: análise de conteúdo e descritiva (BARDIN, 2006), aplicação questionários e entrevistas semiestruturadas com os autores indígenas e com os jornalistas e editores das organizações.

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Elias Machado. E-mail da autora: joanabrandao@hotmail.com

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3ª Ed. Lisboa: Edições 70, 2006. 223p.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplica pelo GJOL**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. Metodologia de pesquisa em jornalismo (org.). 2ª. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. pp.199-222.

LEMOS, André. Nova esfera Conversacional, in Dimas A. Künsch, et al, **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, pp. 9 – 30.

JENKINS, Henry. **Culturada Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. Editora Aleph. 2008. 368p.

PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade**: os novos caminho do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2003.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. In. Revista ECO-Pós, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p.46-61.

Do jornal impresso ao webjornal: novas práticas de leitura de notícias

SILVA, Daiana da.¹

PALAVRAS-CHAVE

Leitura; Mediações culturais; Webjornal.

Este trabalho investiga as mudanças nas práticas de leitura do jornal impresso para o webjornal, observando o surgimento das ferramentas e possibilidades da internet, que trouxeram uma nova forma de produção, distribuição e consumo de notícias. Diante desse contexto, é possível pensar que o jornalismo impresso perde espaço para o formato digital. No entanto, os antigos hábitos de leitura não são excluídos, mas reconfigurados, existindo uma adaptação do leitor que não manuseia mais o jornal de papel, mas percorre caminhos em uma estrutura não-linear que mistura texto, imagem, vídeo, gráficos, infográfico e que permite escolher os caminhos da navegação. (CANAVILHAS, 2007). Observando que o próprio conceito de cultura foi reformulado, ao passar da cultura oral para a cultura escrita, até chegar à cultura digital (SANTAELLA, 2003), busca-se compreender as mudanças pelas quais passou a recepção e o receptor em meio ao aperfeiçoamento da técnica e dos modos de utilização de notícias. Nesta pesquisa são utilizados referenciais teórico-metodológicos que perpassam dos estudos culturais para os estudos ciberculturais, em que os processos de comunicação são pensados a partir da cultura, onde a leitura se estabelece como forma individual de atribuição de sentido. Para entender como as mudanças trazidas pelos novos meios interferem no entorno cultural das pessoas, tem-se como referencial a teoria das mediações, de Martín-Barbero (2009), onde foram configurados dois eixos de análise. Um diacrônico ou histórico, que perpassa do jornal impresso ao digital, onde se pretende verificar as mudanças e continuidades em relação ao formato dos produtos jornalísticos, e outro sincrônico que busca analisar a transformação nos hábitos de leitura no cotidiano das pessoas, em função das mudanças provocadas pelas novas tecnologias. Busca-se também aporte teórico da classificação dos tipos de leitores, de Lúcia Santaella (2009), para analisar como a relação com os meios tecnológicos influenciam a utilização do webjornal. A metodologia da pesquisa é composta por entrevistas etnográficas, que serão realizadas junto a dois grupos de leitores do jornal Diário Catarinense, de Florianópolis. Um grupo será constituído por leitores do jornal impresso e outro por leitores do webjornal. Serão analisadas algumas categorias como os procedimentos de leitura, caminhos da leitura, tempo e espaço de leitura, atenção e memorização, as seções e os temas mais lidos, o ingresso e a familiarização com a internet, os usos da web e sua influência na rotina dos leitores, a utilização dos recursos interativos e multimídia.

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Prof. Dra. Raquel Ritter Longhi. E-mail da autora: daiana175@yahoo.com.br

Referências

CANAVILHAS, João (2007). **Webnoticia**: proposta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/livros/labcom/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>, acesso em 10, 11 e 12 de novembro de 2011.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. Tradução Reginaldo de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998.

JACKS, Nilda (Coord.); MENEZES, Daiane & PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Televisión y audiencias**: Un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. Editora Paulus, São Paulo: 2004.

Jornalismo impresso e novas práticas

MESA 4

Jornal-laboratório no contexto da convergência: um estudo empírico-comparativo sobre ensino de jornalismo

ANUNCIÇÃO, Cristiano Pinto.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornal-laboratório; Convergência; Processo de produção; Ensino de jornalismo.

A presente pesquisa busca investigar o processo de produção de jornal-laboratório no contexto da convergência, a partir da constatação sobre as profundas transformações pelas quais passa o ensino de jornalismo (CANAVILHAS, 2011; MACHADO, 2010). O principal objetivo deste trabalho é identificar e caracterizar de forma comparativa como se dá a produção do jornal-laboratório no contexto da convergência, analisando o papel do referido modelo de atividade laboratorial na formação profissional do jornalista contemporâneo. Entre os objetivos específicos, temos: (a) situar e conceituar o jornal-laboratório no contexto da convergência; (b) investigar três diferentes etapas do processo de produção do jornal-laboratório: apuração, produção e circulação; (c) examinar o nível da produção laboratorial levando em consideração as potencialidades do ciberespaço; (d) avaliar a contribuição da produção de jornal-laboratório para a formação profissional do jornalista; e (e) refletir sobre as implicações do fenômeno da convergência no ensino contemporâneo de jornalismo. Assim sendo, direcionamos esta pesquisa com a hipótese de que os jornais-laboratório na contemporaneidade, embora partam do suporte impresso – ao qual estão historicamente vinculados –, já se colocam no contexto da convergência, explorando as potencialidades dos cibermeios em seus processos de produção, seguindo a premissa de que os procedimentos adotados pelos docentes dos cursos de jornalismo na esfera digital ainda são “tímidos”. Para isso, utilizaremos a metodologia criada pelo Grupo de Jornalismo Online da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (GJOL/FACOM/UFBA), uma vez que propõe uma discussão conceitual sobre os fenômenos estudados e considera as quatro etapas do processo de produção noticiosa (MACHADO; PALACIOS, 2007). Além disso, esta pesquisa fundamenta-se no aporte teórico-metodológico do newsmaking (TUCHMANN, 1978) – empregando como sustentáculo metodológico a observação e a elaboração de entrevistas e questionários – para a análise de três estudos de caso: Jornal da Facom, da Universidade Federal da Bahia/UFBA; Campus, da Universidade de Brasília/UNB; e Impressão, do Centro Universitário de Belo Horizonte/UNIBH. Deste modo, dividimos esta pesquisa basicamente em três abordagens teóricas que se correlacionam: 1) o ensino de jornalismo no Brasil; 2) as reflexões acerca de jornal-laboratório; 3) o ensino de jornalismo no contexto da convergência. A definição dos conceitos e a compreensão dos fenômenos relacionados ao ensino contemporâneo de jornalismo foram fundamentadas com base em pesquisas produzidas nos âmbitos nacional e internacional.

¹Aluno do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Elias Machado. E-mail do autor: crisanun@gmail.com

Referências

CANAVILHAS, João. **Ensino do jornalismo**: o digital como oportunidade. In: QUADROS, Claudia;

CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro (Orgs.). **Jornalismo e convergência**: ensino e práticas profissionais. Covilhã: Livros LabCom, 2011. p. 13-20.

MACHADO, Elias. Cinco teses equivocadas sobre o ensino em tempos de convergência. In: MACHADO, Elias; TEIXEIRA, Tattiana (Orgs.). **Ensino de jornalismo em tempos de convergência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010, p. 13-29.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007, p.199-222.

TUCHMANN, Gaye. Making news. New York: The Free Press, 1978.

O ensino da infografia nos cursos de jornalismo das universidades do Brasil e da Espanha

ALVES, Rafael Martins.¹

PALAVRAS-CHAVE

Infografia; Design Gráfico; Ensino Superior; Jornalismo.

O infográfico já vêm sendo usado nos meios de comunicação impressos com bastante frequência pelo menos desde a década de 80. No entanto, a crescente utilização deste produto ou subgênero jornalístico nos meios de comunicação contrasta com as raras inclusões, nas universidades, de disciplinas sobre infografia nas grades curriculares dos cursos de jornalismo. O Brasil e, principalmente, a Espanha, são duas referências mundiais em produção de infográfico. O ensino nas suas academias, no entanto, ainda carece de maior atenção. O uso sistemático da infografia em jornais impressos, revistas e cibermeios gera a necessidade de mais estudos sobre formas eficientes de ensino. A ausência de disciplinas voltadas para a formação específica do profissional infografista pode comprometer a eficácia desse produto jornalístico. O presente trabalho, cuja pesquisa bibliográfica será baseada em autores como Valero Sancho (2001), Cairo (2008), Teixeira (2010) e Lage (2001), tem como objetivo principal averiguar a situação atual do ensino da infografia nas universidades dos dois países. Por ser um campo que depende basicamente de duas áreas do conhecimento, a saber, o jornalismo e o design, o seu ensino deve, logicamente, incluir conteúdos oriundos desses dois campos. O infográfico deve auxiliar na transmissão e esclarecimento da informação através de peças gráficas que aliam de maneira interdependente, texto e imagem. O jornalista que concebe a reportagem infograficamente precisa saber pensar visualmente a informação, e é neste ponto que o design assume um papel crucial. Como hipóteses, consideramos que poucos professores conhecem o tema infografia a fundo, tema este que acreditamos ser subestimado nos projetos pedagógicos. A pesquisa irá explorar a bibliografia sobre o assunto, analisar os currículos dos principais cursos de jornalismo e realizar entrevistas com professores e profissionais que trabalham na produção da infografia como produto jornalístico, com o intuito de saber como a academia pode contribuir para a formação desse profissional e dos outros jornalistas que irão trabalhar com ele. O presente trabalho busca não apenas enfatizar a importância da disciplina estar presente nas grades curriculares do jornalismo, como também investigar e apresentar uma proposta de modelo de ensino para a disciplina de infografia com base na pesquisa que será realizada, e também na participação, como estagiário docente, em uma disciplina de infografia oferecida durante um semestre letivo no curso de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

¹Aluno do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dr. Tattiana Teixeira
E-mail do autor: rafaelma@yahoo.com

Referências

CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0** – visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Alamut, 2008.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro : Record, 2001.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil**: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2002.

RIBEIRO, Suzana Almeida. **Infografia de Imprensa**: História e Análise Ibérica Comparada. Coimbra : MinervaCoimbra, 2008.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo**. Salvador : EDUFBA, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis. Insular. 2004.

VALERO SANCHO, José Luis. **La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos**. València: Universitat de València; Castelló de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei Publicacions, D.L. 2001.

A utilização de recursos gráficos nas editorias de política.

NUNES, Mayara Rinaldi.¹

PALAVRAS-CHAVE

Política; Recursos gráficos; Jornal impresso; Contextualização.

O jornalismo, entendido a partir de Genro Filho (1987) como forma de conhecimento cristalizado no singular, busca a contextualização dos acontecimentos. Para além do texto declaratório e de uma construção em forma de colcha de retalhos, costurando opiniões de diferentes fontes para dar a sensação de pluralidade, espera-se explicações de como e por que tal fato ocorreu.

Nas editorias de política, a contextualização mostra-se ainda mais importante, tendo em vista que, na maioria das vezes, as declarações das fontes desta área são impregnadas de interesses – para o bem ou para o mal. A partir dessa problemática, este trabalho busca compreender como as editorias de política de jornais impressos utilizam recursos gráficos para contextualização de suas notícias e reportagens.

Partimos do pressuposto de que a representação de dados por meio de gráficos, infográficos e diagramas, pode auxiliar na construção de um discurso que ultrapasse a barreira do texto declaratório – muito comum em coberturas de política. Como nos apontam Cairo (2008) e De Pablos (1999), os recursos gráficos contribuem para chamar a atenção do leitor, para melhorar a compreensão do assunto e para fixar melhor as informações.

Além disso, a utilização de recursos gráficos se insere num contexto de mudanças e inovações dos projetos dos jornais impressos, que vem acontecendo deste a década de 1980. Essas alterações buscam unir imagem e texto para traduzir a informação de maneira mais atraente para os leitores. O jornal norte-americano USA Today é considerado um dos marcos dessa transformação (Teixeira, 2010; De Pablos, 1999; Stovall, 1997).

Dessa forma, para compreender como as editorias de política estão participando dessa mudança, serão analisadas tais editorias dos jornais Folha de S. Paulo e Diário Catarinense. O primeiro foi escolhido porque, de acordo com estudos preliminares sobre a história da infografia no Brasil, foi um dos jornais pioneiros na utilização de recursos gráficos no país. Além disso, trata-se de um dos maiores jornais de publicação nacional. O segundo foi escolhido por ter sido o primeiro jornal informatizado do Brasil e também por sua importância regional, sendo o maior periódico diário de publicação estadual em Santa Catarina.

Vale lembrar ainda que, embora sejam importantes para atrair a atenção do leitor, entendemos que os recursos gráficos não devem ser utilizados exclusivamente para efeitos estéticos na página. Assim como no texto convencional, deve-se cuidar primeiro da qualidade de informação em qualquer gráfico, infográfico e diagrama utilizado (Moreira Júnior, 2010).

Esse trabalho adotará a metodologia descrita por Machado e Palacios (2007). A pesquisa

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dr. Tattiana Teixeira
E-mail da autora: mah.rinaldi.nunes@gmail.com

deve ser realizada em três etapas, conforme indicam os autores. A primeira delas trata-se da revisão bibliográfica relacionada ao tema e da análise preliminar do objeto. O segundo passo é o estudo propriamente dito das publicações escolhidas, quando será utilizado o método de estudo de caso múltiplo (Yin, 2005). Serão realizadas também entrevistas com os profissionais dos jornais escolhidos. Por fim, a última etapa é a elaboração de categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos pesquisado.

Referências

- CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0**: visualización interactiva de información em prensa. Madrid: Alamut, 2008.
- DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo** – el periodista como creador de la infografía. Madrid: Síntesis, 1999.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê!, 1987. Disponível em: www.adelmo.com.br. Acesso: 20/04/2011
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada ao GJOL. IN: Machado, Marcia B., Lago, Claudia. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petropolis: Vozes, 2007.
- MOREIRA JÚNIOR, Rogério. **Manual de Gráficos para Jornalistas. 2010**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina.
- STOVALL, James Glen. **Infographics: a journalist's guide**. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.
- TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo** – conceitos, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso** – planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

O conteúdo do jornalismo feminino na revista Donna DC, do Diário Catarinense

BANDEIRA, Ana Paula.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Imprensa feminina; Donna DC; Conformação da mulher.

A tônica da imprensa feminina, desde o seu surgimento, na Europa do fim do século XVII e início do XVIII, é ser um jornalismo menos preocupado com a factualidade e mais atento às novidades, à vida e ao cotidiano do seu público-alvo, as mulheres. Nas revistas e suplementos voltados ao público feminino existe a ligação com o factual, mas seu conteúdo não é por ele determinado. Para Buitoni (1990), a imprensa feminina é considerada, por profissionais de jornalismo como jornalismo de amenidades, esclarecimento, serviço, entretenimento e sexo.

Marques de Melo (2006) é, inclusive, mais contundente ao concluir que, se desde meados do século passado temos no Brasil uma imprensa feminina, “nem sempre tivemos um jornalismo feminino” (2006, p. 146). Afirmativa respaldada na constatação de que as publicações destinadas à mulher, comumente, deixam de cumprir um preceito básico do jornalismo, que é a atualidade (BUITONI, 2009; SOUZA, 1957; MARQUES DE MELO, 1985-2006).

Buitoni (1990) explicita a importância do contexto histórico para as publicações, ao afirmar que “jornais e revistas femininos funcionam como termômetro dos costumes da época. Cada novidade é imediatamente incorporada” (BUITONI, 1990, p. 24). A autora é, seguramente, um dos nomes mais influentes em estudos e pesquisas sobre jornalismo feminino no Brasil, considerando as frequentes citações em trabalhos sobre o tema e a capacidade de ser fonte de inspiração de pesquisas afins.

Os estudos de Buitoni são, inclusive, grandes influências para este trabalho e o diálogo com ela, portanto, será uma constante. Para a afirmação acima, feita pela autora, cabe o questionamento: a imprensa feminina apenas contemporiza com o seu tempo, ou, de forma mútua, atua no estabelecimento de contextos históricos e culturais? Abreu (1996) argumenta que a imprensa “se atualiza para acompanhar as mudanças e ao mesmo tempo introduz novas formas de pensar” (ABREU, 1996, p. 17). O que corrobora com a afirmativa de Nucia Alexandra Silva de Oliveira, quando a autora da dissertação *As páginas da beleza: As representações sobre a beleza feminina na imprensa (1960-1980)* infere que “cada uma das revistas femininas, assim como outros veículos da mídia, têm em suas mãos um instrumento de poder que influencia e constrói modelos, costumes e padrões de beleza” (OLIVEIRA, 2001, p. 91).

Este trabalho visa discutir e problematizar essas premissas, por considerarmos relevante para uma pesquisa que se propõe a um estudo do percurso histórico do jornalismo feminino num comparativo às formas que ele assume atualmente na imprensa feminina catarinense, como segmentação dos jornais de circulação diária. O objetivo é perceber a forma como o jornalismo feminino se apresenta e verificar de que modo essa imprensa segmentada atua na tentativa de conformação da mulher catarinense.

Para tal, elege-se como objeto de trabalho a revista Donna DC, encarte dominical do jornal Diário Catarinense, cujo conteúdo é voltado ao público feminino. A investigação questiona a

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro César Silveira
E-mail da autora: a_p_bandeira@yahoo.com.br

existência de mecanismos de persuasão no conteúdo das publicações femininas e, para executar a proposta de avaliar as ações da imprensa voltada ao público feminino no sentido de tentar construir a identidade da mulher, a opção metodológica caminha pela Análise de Conteúdo. Ao tratar da Análise de Conteúdo hoje, Laurence Bardin afirma ser “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento” (2010, p. 11). Tal amplitude nos motiva a lançar mão deste método, já que, no contexto contemporâneo, a Análise de Conteúdo comporta, no processo de investigação, várias técnicas de pesquisa (FONSECA JÚNIOR, 2006; BARDIN, 2010) e, sobretudo, por se apresentar como uma técnica híbrida, “por fazer a ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais” (Bauer, 2002, p. 285, apud FONSECA JÚNIOR, 2006).

No jornalismo, conforme Heloiza Golbspan Herscovitz (2007), trata-se de um método de grande utilidade, servindo para “descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos” (2007, p. 123). A proposição aqui é analisar as matérias de capa veiculadas na revista Donna DC, do jornal Diário Catarinense. Encartado nas edições dominicais, a amostragem se daria pelo estudo analítico da matéria de capa das edições de dois meses a cada ano, desde que a respectiva revista foi fundada, em 4 de maio de 2003.

As matérias foram agrupadas em cinco temas – eleitos pela frequência com que estiveram presentes no veículo, no período entre 2003 e 2010, período delimitado pela pesquisa –, procedimento que se configura como categorização temática (FONSECA JÚNIOR, 2006). Assim, a pesquisa fica composta de 59 unidades de registro. Nesta fase, cumpre-se parte do estudo quantitativo proposto no trabalho, abrindo-se, a partir de então, caminho para o trabalho efetivamente qualitativo – o que nos interessa, sobretudo.

Referências

ABREU, Alzira; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; FERREIRA, Marieta; RAMOS, Plínio. **A Imprensa em transição**. Rio de Janeiro: Fund. Getúlio Vargas, 1996.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Trad. Luís Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2010.

BITTONI, Dulcília. **Mulher de Papel**. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

_____. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1990.

FONSECA JÚNIOR, Wilson. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

HERSCOVITZ, Heloiza. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

OLIVEIRA, Nucia. **As páginas da beleza... As representações sobre a beleza feminina na imprensa (1960-1980)**. Dissert. mestrado. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Departamento de História – UFSC. Florianópolis: 2001.

Ocas” e Hecho en Buenos Aires: um outro tipo de jornalismo na América Latina?

ROZENDO, Suzana.¹

PALAVRAS-CHAVE

Street paper; Jornalismo; Ocas”; Hecho en Buenos Aires .

Moradores de rua, sem-teto, marginalizados, homeless , trecheiros, andarilhos. As denominações são variadas nos diversos setores da sociedade civil, do poder público e dos movimentos sociais. A grande imprensa costuma utilizar a primeira expressão. Nas pesquisas científicas, mesmo as de áreas afins, não existe um consenso. Alguns estudiosos preferem utilizar a expressão “pessoas em situação de rua” ou “moradores em situação de rua”, outros defendem o uso de “desabrigados”. O que queremos mostrar é que cada variação carrega consigo um significado diferente e alguns vocábulos, mesmo que sem intencionalidade, são empregados de forma inadequada, corroborando para a estigmatização de quem faz da rua seu local de moradia e trabalho. Por isso, neste trabalho, utilizaremos o conceito “pessoas em situação de rua”, que denota a heterogeneidade do público.

Vieira, Bezerra e Rosa (1992, p. 93-95) apontam três situações que permeiam a realidade dos personagens de rua: há os que ficam na rua; há os que estão na rua e há as pessoas que são da rua. Com o intuito de ajudar indivíduos que passam por estas situações, foram criados os street papers. Na pesquisa de mestrado, propusemo-nos a abordar essa proposta editorial porque acreditamos que esses veículos alternativos podem funcionar como um mecanismo para minimizar a estigmatização de pessoas que, por alguma circunstância da vida, foram viver no espaço público. A história desses jornais teve início em 1989, em Nova Iorque, com o lançamento do jornal Street News. No entanto, o conceito de street papers que temos atualmente surgiu em Londres, com a publicação da The Big Issue, cujo objetivo inicial, influenciada pelo Street News, era de se constituir numa revista que fosse vendida por pessoas sem-teto a fim de que elas pudessem ganhar dinheiro de forma honesta e recuperar a autoestima.

O periódico inglês impulsionou o surgimento de vários outros projetos semelhantes criados com o objetivo de gerar renda e estabelecer relações entre sujeitos de níveis sociais diferentes, através do processo de compra e venda, além de servir como um canal para que pessoas marginalizadas pudessem ecoar suas vozes.

As publicações não são encontradas em bancas de revistas porque só podem ser compradas diretamente com os vendedores cadastrados, que circulam em pontos de venda alternativos. Um guia baseado nos métodos e práticas de street papers sugere que os vendedores devem ter idade mínima de dezoito anos, receber treinamento, assinar um código de conduta, usar uniforme e portar crachá (MEWBURN; HARRIS, 2003).

Esta pesquisa de mestrado pretende examinar o conteúdo veiculado nas colunas Cabeça sem Teto e Prensa del Asfalto, verificando se ele representa uma categoria de jornalismo já estabelecida, como por exemplo, jornalismo participativo, ativista ou cidadão, ou se pode ser considerado um novo tipo de jornalismo. Além disso, cabe-nos analisar, sob a perspectiva inclusiva, se há a efetiva

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro César Silveira
E-mail da autora: sukirozendo@hotmail.com

participação dos marginalizados no processo de produção dessas seções.

Os periódicos Hecho en Buenos Aires e Ocas” foram escolhidos porque trabalham com o formato de revista e os dois surgiram na década de 2000; ambos são distribuídos na América do Sul, por onde circulam um grande número de pessoas em situação de rua. Além disso, as duas publicações foram fundadas e idealizadas por profissionais ligados à área da Comunicação.

Partimos da hipótese de que o conteúdo veiculado nas colunas Cabeça sem Teto e Prensa del Asfalto é elaborado por pessoas em situação de rua e tem por objetivo a mobilização social. Neste caso, entendemos mobilização social como “a reunião de sujeitos que pretendem resolver problemas e transformar uma dada realidade, em relação a uma causa que possa ser considerada de interesse público” (HENRIQUES, 2005, p.8).

Do ponto de vista metodológico, utilizamos três fases para dar conta do objetivo da pesquisa. A primeira dela consistiu em fazer um amplo levantamento de livros, trabalhos de conclusão de curso, dissertações de mestrado e teses de doutorado acerca do tema em questão: os street papers e a população de rua.

A segunda fase consistiu nas investigações de campo, com visitas às sedes das revistas Ocas”, em São Paulo, e Hecho, em Buenos Aires. A terceira e última etapa consiste em analisar o conteúdo das colunas Cabeça sem Teto e Prensa del Asfalto. Hercovitz (2007) infere que a análise de conteúdo em jornalismo serve para “classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas (HERSCOVITZ, 2007, p.123)”.

A amostragem do trabalho será composta pelas edições de julho de 2010 a junho de 2011 de ambas as revistas. Este corpus contará com números díspares, pois serão 12 exemplares da revista Hecho, que tem publicação mensal, e seis exemplares da revista Ocas”, cuja impressão é realizada bimensalmente.

Referências

HENRIQUES, Márcio. **Comunicação, comunidades e os desafios da mobilização social**. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – setembro de 2005.

HERSCOVITZ, Heloiza. A análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

MEWBURN, Laila; HARRIS, Timothy. **A Guide to getting started**, 2003. Disponível em <<http://www.street-papers.org/assets/Documents/How-to-start-a-street-paper-guide.pdf>> Acesso em 18 maio 2011.

VIEIRA, Maria Antonieta da Costa; BEZERRA; Eneida Maria Ramos; ROSA, Cleisa Moreno Maffei. **População de Rua: Quem é, como vive, como é vista**. São Paulo: Hucitec, 1992.

Discurso jornalístico e legitimação

MESA 5

Da convicção à responsabilidade: desvendando o ethos do discurso jornalístico

GRANDO, Carolina Pompeu.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Discurso; Ethos; Ética; Convicção .

Este trabalho consiste em um estudo sobre o ethos discursivo do jornalismo. Considera-se o ethos uma noção determinante e esclarecedora da dimensão discursiva do jornalismo, reconhecendo o discurso como uma instância de poder sobre o imaginário social e a esfera pública; um espaço simbólico de disputas, de lutas hegemônicas e de ideologias, no qual circulam sentidos e significações sobre a realidade social. Assim, é importante questionar porque o discurso jornalístico detém tanto poder, investigar o que o torna tão eficaz tanto no movimento de transformação social quanto no movimento de manutenção da ordem estabelecida. Para responder a esse questionamento, recorri à noção de ethos discursivo.

A noção remonta aos retóricos antigos, para quem ethos significava o caráter que um orador deveria aparentar em seu discurso para conquistar credibilidade e adesão do auditório, ou seja, a capacidade de causar uma boa impressão a respeito de si mesmo por meio de seu discurso. O ethos discursivo é produto da combinação de vários aspectos referentes aos sujeitos envolvidos no ato de comunicação, ao espaço social no qual a comunicação ocorre e ao próprio discurso: procedimentos de uma ordem do discurso, regras que normatizam quem fala, como fala e o que fala, posicionamento discursivo (do autor real e do enunciador), lugar que locutor e destinatário ocupam no meio social, relação de colaboração e adesão entre ambos etc.

Apesar de ser uma construção dependente de tantos elementos, que resulta em vulnerabilidade conceitual, no âmbito da prática o ethos discursivo se revela um aspecto determinante do discurso, pois movimenta sentidos e significados de maneira mais eficaz que argumentos racionais presentes em dado enunciado – muitas vezes, é o ethos que garante a aceitação e adesão por parte do auditório a um discurso que, se fosse considerado somente por seus argumentos e fundamentação, seria facilmente questionado e invalidado. Diante da complexidade do conceito e dos movimentos que o criam, Maingueneau (2011) propõe a seguinte concepção de ethos:

- o ethos é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala;
- o ethos é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro;
- é uma noção fundamentalmente híbrida (sociodiscursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica. (Maingueneau, idem: 17).

A partir dessa reflexão é que foi construído o objeto de estudo dessa investigação, que consiste no ethos discursivo do jornalismo: um comportamento socialmente avaliado (o modo de dizer do

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco José Karam. E-mail da autora: carolinapompeo@gmail.com

jornalismo) que necessita ser apreendido dentro da situação de comunicação precisa na qual se realiza (o jornalismo impresso), que, por sua vez, é parte de determinada conjuntura sócio-histórica (a modernidade). Assim posto, os objetivos desse estudo são: desenvolver uma reflexão a respeito da noção de ethos para o jornalismo e investigar qual é o (ou quais são) ethos discursivo do jornalismo. Para alcançar tais objetivos, elaborei uma pergunta direcionadora para orientar o desenvolvimento da investigação e estabelecer os limites do objeto de estudo, valorizando sua especificidade: o ethos discursivo do jornalismo, ou o caráter do discurso jornalístico, se aproxima mais da convicção, a propósito dos objetivos originais da retórica, de persuasão e adesão, ou da responsabilidade, a propósito dos princípios básicos que orientam o jornalismo enquanto prática profissional?

Para apreender o ethos de um discurso que pela sua funcionalidade (informar) aborda tantos outros discursos sociais foi preciso estabelecer quais características desse ethos iriam guiar a análise. Convicção e responsabilidade foram as características escolhidas porque ambas englobam uma série de sentidos e podem ser identificadas nos textos jornalísticos por meio de enunciados, de expressões utilizadas, da escolha das fontes, da abordagem do tema, da presença de opinião ou neutralidade do autor do texto etc.

Quanto à orientação teórico-metodológica da pesquisa, optei pela Análise Crítica de Discurso (ADC), que se revelou o aparato adequado para atender às especificidades desse estudo. AADC é uma abordagem transdisciplinar desenvolvida pelo linguista Norman Fairclough que viabiliza o mapeamento das relações entre recursos linguísticos utilizados por determinados atores sociais ou grupos de atores sociais, neste caso os jornalistas; e a identificação de aspectos da rede de práticas na qual a interação discursiva se insere, neste caso o jornalismo enquanto instituição social e prática profissional. Nesta perspectiva, recorre-se à Teoria Social do Discurso, uma abordagem da ADC cujo pressuposto básico é a compreensão de que a linguagem (e o discurso) é parte irreduzível da vida social e está relacionada a outros elementos sociais de maneira dialética (Resende; Ramalho, 2006).

Referências

No que concerne ao referencial teórico, a pesquisa encontra suporte em dois grandes eixos teóricos de referência: nos estudos sobre o discurso, incluindo as pesquisas sobre ethos discursivo; e os estudos sobre jornalismo, incluindo aqui textos que, embora não venham da área de comunicação, abordam questões importantes para o jornalismo, especialmente aqueles cuja abordagem dialética concebe o jornalismo como prática social e construção social da realidade. Os autores que constituem o primeiro eixo do quadro teórico de referência são: AUCHLIN (2001), AMOSSY (2005), BAKHTIN (1997, 2000), CHARAUDEAU (2004, 2009), FAIRCLOUGH (1989, 2001a, 2001b), FIORIN (2003, 2009), FOUCAULT (1996, 1997, 2000, 2007), MAINGUENEAU (1993, 2001, 2008a, 2008b, 2011), POSSENTI (1988) e RESENDE; RAMALHO (2006). O segundo eixo do quadro teórico de referência é composto por: CORNU (1998, 1999), GENRO FILHO (1987), GOMES (2002), PONTE (2005), SAPERAS (1993), SCHMUHL (1987), WEBER (1996, 2000).

Jornalismo, credibilidade e legitimação: imagem de si e a construção do ethos no discurso jornalístico

OLIVEIRA, Cândida de.¹

PALAVRAS-CHAVE

Credibilidade e legitimidade jornalística; Imagem de si; Ethos; Análise do Discurso; Retórica.

O jornalismo constitui-se prática e expressão integrante e fundamental dos processos de produção e circulação de sentidos nas sociedades contemporâneas. Cabe a ele reinterpretar a realidade social e apresentar um presente social que se torna referência para escolhas e o agir diário (GOMIS, 1991). Assim, interfere na reconstrução dessa própria realidade. Tal perspectiva permite abordar o jornalismo sob o viés da linguagem, o que implica considerá-lo sob sua dimensão institucional. Assim como a linguagem o jornalismo é, pois, uma instituição social que detém o poder, derivado da palavra consignada, de organizar discursivamente o mundo – sua função primordial (GOMES, 2000). Esse poder se manifesta na medida em que o jornalismo oferece, à sociedade, seu testemunho e o testemunho do testemunho, legitimando outras instituições sociais, fiscalizando poderes, confirmando hierarquias e construindo efeitos de verdade. Desse modo, o jornalismo encontra credibilidade e legitimidade pública ancorando-se em seu caráter institucional, o qual fundamenta um saber e fazer específico – o ethos jornalístico (TRAQUINA, 2005) – utilizado para produzir um discurso cujos elementos se referem ao real sendo balizados pelo critério de verdade. Mas como se estabelece a credibilidade quando não há coerência entre o dizer e o fazer? Quando o discurso pretende mostrar algo que não condiz com a prática efetiva? Enfim, como o jornalismo se apresenta para a sociedade, a fim de conquistar e manter o elo de confiança com o público e, assim, garantir a credibilidade e legitimidade jornalística? Diante disso, esta pesquisa investiga o processo de credibilidade e legitimação do jornalismo, em sua dimensão institucional e discursiva. Se, no primeiro caso, a cultura profissional, historicamente constituída, serve de base para dar credibilidade ao jornalismo, discursivamente, é a imagem de si que se revela fundamental, pois é essa representação que exhibe os referenciais em contraponto à prática jornalística efetiva. Além disso, é parte intrínseca do ethos, noção trabalhada desde Aristóteles (2011), na retórica clássica, como argumento essencial à credibilidade. Contemporaneamente, a retórica é retomada por Perelman e Obrechts-Tyteca (2005) e o ethos, trabalhado em perspectiva discursiva nas obras de Maingueneau (2004). Deste modo, a pesquisa elege como objeto de estudo a imagem que o jornalismo faz de si na construção do ethos discursivo e as implicações dessa representação nos conceitos de credibilidade e legitimidade jornalística. Observa-se que o discurso jornalístico encontra-se em transformação: a autorreferência passa a ser adotada como estratégia de credibilidade, funcionando como um modo de legitimidade (FAUSTO NETO, 2008). No entanto, considera-se que a imagem de si extrapola a ideia de estratégia deliberada, uma vez que é constituída, também, por elementos extralinguísticos e que fogem ao controle do sujeito que enuncia. De modo geral, a pesquisa busca compreender e explicar como o jornalismo constrói a imagem de si e o ethos, e de que forma essa imagem interfere na credibilidade e legitimação do jornalismo. Especificadamente, visa identificar os sentidos que permeiam a representação que

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Christofletti. E-mail da autora: candida.oliveira07@gmail.com

o jornalismo faz de si, em seu próprio discurso; e identificar as marcas retóricas que estruturam esse discurso. Para complementar essa discussão será realizada uma análise empírica do discurso institucional (representado pelos manuais e códigos de princípios éticos e deontológicos) e opinativo (representado pelos editoriais publicados de julho a dezembro de 2011) de quatro grandes jornais brasileiros: Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, O Globo e Zero Hora. O quadro teórico-metodológico de referência adotado busca uma aproximação entre postulados que se inscrevem na teoria do jornalismo, da nova retórica e da análise do discurso francesa (AD), de vertente idealizada por M. Pêcheux (2010) em 1969. Essa abordagem, multidisciplinar, permite pensar o jornalismo para além de sua especificidade institucional, pois oferece um aporte teórico-conceitual que abarca a dimensão discursiva do jornalismo e, assim, possibilita investigar a estrutura e o funcionamento desse discurso, e como, ao funcionar de uma maneira e não de outra, esse discurso produz sentidos. Para este estudo importa os sentidos que sustentam a imagem de si e o ethos construídos no discurso jornalístico, os quais permitirão responder questões correlatas às formações imaginárias, noção esta que designa, conforme a AD, os lugares atribuídos aos sujeitos que participam do processo discursivo, para então seguir-se a discussão sobre as implicações dessa imagem nos conceitos de credibilidade e legitimidade jornalística.

Referências

ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: EDIPRO, 2011.

FAUSTO NETO, A. Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Ano V, n. 1, jan/jun 2008. p. 109-121.

GOMES, M. R. **Jornalismo e Ciências da Linguagem**. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000.

GOMIS, L. Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós Ibérica, 1991.

MAINGUENEAU, D. Análise de textos de comunicação. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs). **Por uma análise automática do discurso**. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 4ª ed. Campinas, SP: Editora UNICAMP, 2010. p. 59-158.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da Argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins, Fontes, 2005. (Original publicado em 1958).

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. V. I. 2ª Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

O discurso autorreferencial como instância de legitimação do jornalismo

GUERREIRO NETO, Guilherme Imbiriba.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Legitimação; Discurso; Autorreferencialidade; Instituição social .

Uma instituição pode ser definida como um padrão de controle, uma programação de conduta individual imposta pela sociedade (BERGER; BERGER, 2008). Organizações formais e também rotinas, roteiros, regras ou diretrizes informais que se espraiam sobre as organizações são instituições (RYFE; BLACH-ORSTEN, 2011). Olhar o jornalismo como instituição social significa considerar historicamente sua passagem por dois processos de objetivação da realidade: institucionalização e legitimação. Embora seja possível identificar marcos de cristalização dos padrões sociais e das justificativas para tais padrões, há caráter contínuo nesses processos, pois a ordem interna está sempre em interação com a realidade externa, que pode tensioná-la. Na ausência de “choques externos”, dizem os neoinstitucionalistas, as instituições se reproduzem (RYFE; BLACH-ORSTEN, 2011).

Quando há “tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 79), ocorre a institucionalização. A história da institucionalização do jornalismo é a história da institucionalização dos jornalistas, da redação, das editorias, da entrevista, da notícia, do lead... Ou seja, a instituição jornalística é formada por uma série de instituições, é o agrupamento de papéis, ambientes, estruturas, procedimentos, formatos, práticas e rotinas institucionalizados.

A legitimação é o processo de explicação e justificação do mundo institucional. “O edifício das legitimações é construído sobre a linguagem e usa-a como seu principal instrumento” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 92). A linguagem é, segundo Berger e Berger (2008), a instituição fundamental da sociedade porque as outras instituições se fundam nos padrões de controle subjacentes da linguagem. Por outro lado, as instituições são uma espécie de “linguagem social” (BRAGA, 2010), considerando que as regularidades da prática já expressam sentido. A articulação instituição-linguagem assenta o caminho por onde esta pesquisa pretende seguir.

Será analisado o discurso jornalístico tendo como balizas as noções de legitimação e autorreferencialidade. O discurso de autolegitimação do jornalismo tem a tarefa de “convencer a todos de que o jornalismo é uma instituição importante, preciosa e necessária para toda a sociedade e que, portanto, deve ser mantida, protegida e cuidada” (GOMES, 2009, p. 68). Para Fausto Neto (2008), em um contexto de midiatização², há um “modo de legitimidade” permeado pela autorreferencialidade; “iniciativas auto-referenciais que procuram expandir as novas possibilidades (para não dizer, as próprias fronteiras) de legitimidade da autonomia, via novos processos de produção de sentido” (p. 119).

O objeto de estudo são as estratégias de legitimação do jornalismo no discurso autorreferencial. Dito com mais detalhes e na forma de questão-problema: como se configuram

¹Aluno do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Eduardo Meditsch. E-mail do autor: neto.guerreiro@gmail.com

²“Trata-se da inscrição de uma ordem tecno-discursiva das lógicas e de operações midiáticas a permear a estrutura social, suas diferentes práticas e interações, e deslocando de modo transversal, para as instâncias societárias, os fluxos e efeitos sócio-técnicos, caracterizados pela cultura e operações midiáticas” (FAUSTO NETO, 2008, p. 111).

as estratégias de legitimação do jornalismo a partir da autorreferência na construção discursiva e argumentativa de editoriais? O recorte do editorial como gênero textual jornalístico a ser analisado se justifica por se tratar da “voz oficial” do jornal, do espaço em que a empresa jornalística expõe mais explicitamente opiniões e posicionamentos. Formam o objeto empírico editoriais dos jornais impressos Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo publicados em um período de dois anos: de março de 2009 a fevereiro de 2011.

O objetivo geral da pesquisa é analisar as estratégias discursivas de legitimação do jornalismo a partir da autorreferencialidade em editoriais de jornais impressos. Essa proposição é decomposta nos seguintes objetivos específicos: (1) explicitar temas dos editoriais sobre o jornalismo e os “outros” do discurso; (2) identificar valores e fundamentos articulados nos editoriais como explicação e justificação da pertinência social do jornalismo; e (3) caracterizar a imagem do jornalismo construída pelo discurso jornalístico autorreferencial de legitimação.

Recorre-se a contribuições da análise do discurso francesa e da nova retórica para compor a metodologia. Como à noção de interdiscursividade, segundo a qual os discursos se constituem na relação com outros discursos. Na medida em que o sistema de restrições semânticas relaciona enunciado e enunciação com a “rede institucional” de um “grupo” – “aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível” (MAINGUENEAU, 2008, p. 23) –, o discurso é entendido como prática discursiva. A noção de prática discursiva serve de base para tratar o discurso que busca a legitimação da instituição jornalística como um discurso em ato. O auxílio da nova retórica recai sobre a desconstrução dos argumentos legitimadores.

Referências

BERGER, Peter L.; BERGER, Brigitte. O que é uma instituição social? In: FORACCHI, Marialice Mencarini; MARTINS, José de Souza. **Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia**. Rio de Janeiro: LTC, 2008. Cap. 12, p. 163-168.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BRAGA, José Luiz. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. *Alceu*, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan./jun. 2010.

FAUSTO NETO, Antonio. Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, Ano V, n. 1, p. 109-121, jan./jun. 2008.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

RYFE, David M.; BLACH-ORSTEN, Mark. Introduction. **Journalism studies**, v. 12, n. 1, p. 3-9, 2011.

O Jornalismo como Instrumento de Accountability

TRICHES, Guilherme Longo.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Ministério Público; Accountability.

A independência frente aos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário coloca o Ministério Público e as Empresas Jornalísticas na condição de “Quarto Poder”. Dentre outras, a função deste “Quarto Poder” é a fiscalização. Quanto ao Ministério Público, a fiscalização é precipuamente atribuída à chamada função Custos Legis². Quanto ao Jornalismo, a fiscalização impingida é identificada sobretudo na editoria de Política. Mesmo nesta editoria, a “fiscalização jornalística” está associada à atuação do Ministério Público.

A ênfase à fiscalização proposta pela Constituição Federal (1988), aliada à forma de administrar dos governos que se sucederam desde a redemocratização (1985), fez com que mais estruturas de controle fossem criadas, bem como fossem disponibilizados instrumentos que facilitassem a fiscalização por parte da sociedade. Quanto aos primeiros, as Agências Reguladoras, o Conselho Nacional do Ministério Público e o Conselho Nacional de Justiça conjeturam exemplo. Quanto ao segundo, citam-se os Portais da Transparência, que permitem fiscalização também por parte da sociedade.

Com a “cultura da fiscalização” ativada ao longo do tempo e com o paralelismo de atuação entre Jornalismo e Ministério Público, a este trabalho interessa saber se a imprensa, a partir de sua atuação enquanto fiscal, mantém o Ministério Público passível de ser responsabilizado pelo seu desempenho. A esta responsabilização dá-se o nome de Accountability. O presente estudo analisará textos jornalísticos de caráter informativo em que haja citação à atuação do Ministério Público. O objeto empírico é a revista *Época*. Serão estudados números da revista ao longo de um ano a partir do exemplar 698 (de 03 de outubro de 2011), que marca a estréia de um novo projeto editorial.

O método utilizado será a análise de conteúdo. De acordo com Heloiza Herscovitz (2007, p. 123), esse método “pode ser utilizado para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos”. Sob a Hipótese do Agendamento, o estudo analisará se na mesma edição (Editorial) ou em posteriores (manifestação de leitores ou reportagens derivadas), há repercussão da matéria original. Aqui, a imprensa estaria atendendo seu objetivo caso gerasse repercussão, ou seja, se a sociedade ou os próprios jornalistas reverberassem o conteúdo agendado.

¹Aluno do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Christofolletti.

E-mail do autor: longotriches@gmail.com

² Custos Legis advém da linguagem jurídica e significa a função de Fiscal da Lei atribuída ao MP. É a situação em que o Promotor de Justiça não é autor da ação, mas “acompanha todas as fases do processo para garantir equilíbrio entre as partes.” (SANTA CATARINA, 2009, p. 28)

Referências

CENEVIVA, Ricardo. Accountability: novos fatos e novos argumentos – uma revisão da literatura recente. Anais do EnAPG 2006. **Encontro de Administração Pública e Governança da ANPAD**. São Paulo, nov 2006.

GUROVITZ, Hélio. Uma Nova Época. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p.8, 03/outubro,2011.

HERSCOVITZ, Heloiza. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

SANTACATARINA. Ministério Público. **Guia do Ministério Público de Santa Catarina**. Florianópolis: Procuradoria Geral de Justiça, 2009.

SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, Esfera Pública e Agendamento. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. Capítulo 4, p. 84 - 104.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

Texto Jornalístico e Cultura

MESA 6

As imagens de Amazônia produzidas pelas revistas Manchete, Veja e portal Globo Amazônia

SILVA JÚNIOR, Carlos Borges da.¹

PALAVRAS-CHAVE

Amazônia; Imagens; Narrativa; Literatura; Jornalismo.

A pesquisa investiga como a narrativa jornalística das revistas Manchete, Veja e do portal Globo Amazônia constrói as imagens de Amazônia na mídia brasileira se apropriando de certas representações produzidas no campo da Literatura. A hipótese levantada é que a narrativa jornalística incorpora imagens das narrativas literárias sobre a Amazônia para mostrar a região, ora reforçando, confrontando e/ou negando essas imagens. Para este estudo, utilizam-se as construções de Amazônia provindas da literatura referenciadas nos livros *À margem da história* (1909), de Euclides da Cunha; *A Selva* (1930), de Ferreira de Castro; *Contos Amazônicos* (1893), de Inglês de Sousa e *Cinzas do Norte* (2005), de Milton Hatoum. Essas narrativas fundamentam uma Amazônia Literária com temporalidades distintas, sendo partícipes na formação de imagens para a região: é terra sem história, espaço selvagem, ambiente de lendas e mitos, lugar de crises identitárias. O jornalismo, para construir as imagens de Amazônia no presente se apropria de construções passadas operando entre o dizível e o visível pela linguagem. A narrativa jornalística re-apresenta imagens da histórica Amazônia literária fazendo aparecer a dimensão do passado nas imagens do presente. O agora que inscreve o passado, torna-se índice que atualiza e aponta a noção de futuro ao construir o presente. Este presente temporal é feito de descontinuidades, como também são descontínuas as noções de passado e futuro. Temos imagens de passado e presente que se mesclam anacronicamente produzindo referências do agora na narrativa jornalística que constrói a Amazônia. Essas instâncias do tempo produzem um movimento alinear, fragmentário e anacrônico, referenciado por construções que funcionam como indícios, imagens a serem acionadas, operacionalizadas, mediante a construção de novos sentidos para o mundo e seus acontecimentos. Esta pesquisa discute os pressupostos do ver e as imagens que se formam a partir deles embasada na teoria de Didi-Huberman no livro *O que vemos, o que nos olha* (2010). No referencial o autor diz que “o que vemos só vale – só vive – em nossos olhos pelo que nos olha. Inelutável porém é a cisão que separa dentro de nós o que vemos daquilo que nos olha. Seria preciso assim partir de novo desse paradoxo em que o ato de ver só se manifesta ao abrir-se em dois” (DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 29). O estudo apresenta a Revista como Montagem e Arquivo de imagens em que opera um mosaico de temporalidades (VOGEL, 2010) e referencia a construção jornalística do portal como uma janela aberta também às temporalidades (CHEVALIER, 2008; LÓPES, 2003). Nesta parte da pesquisa, entende-se o acontecimento jornalístico como imagens – documentos da história e produtoras de historicidades (BENJAMIN, 2009). A análise das narrativas contrasta as imagens de Amazônia produzidas na Literatura e no Jornalismo. Problematiza o que vemos construído nelas. Como moldam e/ou organizam as nossas formas de ver os espaços. De que forma as imagens nos olham do espaço em que foram construídas, obrigando-nos a pensar o que há de defeituoso, jamais narrativizado, jamais totalizado em suas representações. Como o jornalismo e

¹Aluno do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel
E-mail do autor: borges-junior@hotmail.com

as imagens da arte atuam nesse espaço (DIDI-HUBERMAN, 2010). Aproveita-se a discussão para apontar que são essas imagens que constroem imaginários e identidades culturais para a região, tanto produzidas pela literatura quanto pelo jornalismo (MARTIN-BARBERO, 1993, 2003; HALL, 2003).

Referências

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

CASTRO, Ferreira de. **A Selva**. Portugal. V. 1, Ed. Verbo LTDA, 1972.

CUNHA, Euclides da. **À margem da História**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2010.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2003.

HATOUM, Milton. **Cinzas do Norte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

SOUSA, Inglês de. **Contos Amazônicos**. São Paulo: Martin Claret, 2005.

VOGEL, Daisi Irmgard. O acontecimento no Jornalismo e na Arte. In BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira (orgs). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

Jornalismo, samba e identidade brasileira: conexões

SILVA, Rodrigo José Brasil.¹

PALAVRAS-CHAVE

Construção do imaginário; Identidade nacional; Samba; Crítica musical; Revista da Música Popular.

Esta dissertação procura analisar como a imprensa – mais especificamente a crítica musical desenvolvida pela Revista da Música Popular, entre 1954 e 1956 – contribuiu para a construção de uma identidade nacional brasileira a partir do samba. A intenção é perceber como as imagens de brasilidade – presentes em discursos e narrativas sobre música popular da publicação – se articulam com outros projetos constitutivos de uma identidade musical brasileira, em busca de legitimação. Procura-se analisar como se engendra a tradição que a crítica musical tentava consolidar, observando as inter-relações que se estabeleceram entre os diversos fatores envolvidos: os avanços tecnológicos, a política nacionalista, a propagação da música pelas rádios e gravadoras, a atuação dos atores sociais (músicos, público, intelectuais).

Diversos autores indicam que o samba se desenvolveu como gênero musical entre as décadas de 1910 e 1930. A década de 1940 é considerada um período de consolidação do chamado samba urbano. Porém, na década de 1950, com a expansão da indústria fonográfica e do rádio, nossa cena musical sofria uma influência cada vez maior das forças do mercado e dos ritmos estrangeiros. Diante deste cenário, um grupo de críticos musicais e intelectuais, capitaneado por Lúcio Rangel e Pêrsio de Moraes, decidiu criar uma publicação para intervir na cena musical e valorizar nossas raízes culturais.

A Revista da Música Popular surgiu com a proposta de preservar a música popular brasileira que considerava autêntica e criar um espaço de formação e reflexão sobre os rumos que a mesma deveria seguir. A revista assumiu uma postura claramente militante em sua linha editorial, adotando como critério de valor principal a consonância do samba com os elementos da cultura popular e do folclore e o pertencimento a uma tradição musical representada por cânones como Pixinguinha, Donga, Ismael Silva e Noel Rosa. Assim como ocorreu em outras áreas artísticas, “a nacionalidade tornou-se critério de seleção, ordenação e valorização”.

A revista tinha entre seus colaboradores alguns dos críticos musicais mais importantes daquele período, como Almirante, Sérgio Porto (Stanislaw Ponte Preta), os escritores Manuel Bandeira, Paulo Mendes Campos, Rubem Braga e Vinícius de Moraes. Esses jornalistas, intelectuais e artistas, chamados folcloristas urbanos por terem sistematizado um pensamento folclorista aplicado à música urbana, adotaram uma postura de contestação à música que lhes era contemporânea, alertando para o risco de que sofresse influência do mercado e de ritmos estrangeiros, como rumbas, boleros e suingues.

Segundo Tárík de Souza, a crítica musical só conseguiu se sistematizar no Brasil com a criação da Revista de Música Popular. Um dos maiores méritos da publicação foi ter reiterado uma dada tradição musical carioca como sinônimo de autêntica música brasileira e contribuído para a consolidação de cânones e paradigmas para nossa música popular. Sua atuação foi fundamental

¹Aluno do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel
e-mail do autor: rodrigobrasil@hotmail.com

para formar os conceitos de “velha guarda” e “época de ouro”.

A perspectiva histórica desempenha papel preponderante nesta pesquisa, pois as questões levantadas estão diretamente relacionadas à modernidade e às transformações nos modos de produção, consumo e distribuição das manifestações artísticas dela decorrentes. Os conceitos de crítica cultural e crise mantêm entre si uma conexão profunda. As mudanças ocorridas a partir do século XVIII, com a queda dos Estados absolutistas, a falência do Iluminismo, a revolução industrial, a fragmentação do homem moderno na sua relação com o capital, geraram um sentimento de crise e questionamento, um posicionamento crítico. Tornava-se assim cada vez mais necessário ter critérios de valor para refletir sobre o fazer artístico.

Tendo como referência teórico-metodológica as teorias do imaginário e os textos de Walter Benjamin, especialmente o livro *Passagens*, esta pesquisa procura identificar as imagens textuais mais frequentes na Revista da Música Popular e refletir sobre como o jornalismo intervém na constituição de novas simbologias e identidades culturais.

Parte-se da hipótese de que a crítica musical criou novos espaços de discussão e possibilitou o amadurecimento de ideias e teorias relacionadas ao samba, contribuindo para formular uma teoria musical mais consistente, valorizar uma tradição associada à “velha guarda”, criar referenciais valorativos e exercer uma resistência cultural em defesa da música popular brasileira. O folclorismo urbano praticado pelos críticos da revista possibilitou uma maior integração entre os músicos, leitores e demais agentes dessa trama multicultural. Contribuiu, portanto, para formar um público que partilhava valores e referências comuns, formar conexões e redes, ligar pessoas e saberes, bem como para amadurecer a reflexão sobre temas ligados à nossa música e identidade nacional.

Referências

ANTELO, Raúl. **Algaravia**: discursos de nação. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

NAPOLITANO, Marcos; WASSERMAN, Maria Clara. Desde que o samba é samba: a questão das origens no debate historiográfico sobre a música popular brasileira. **Revista Brasileira de História**, 2000.

RIBEIRO, Janaina Faustino. **A crítica musical dos anos 1960 e o processo de construção da MPB: uma análise da coluna “música popular”, de Torquato Neto**. Niterói: Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF, 2008.

VIANNA, Hermano. **O mistério do samba**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1995.

WASSERMAN, Maria Clara. A Revista da Música Popular e a cena musical brasileira nos anos 50. Rio de Janeiro: **Revista Eletrônica Boletim do TEMPO**, Ano 3, Nº22, Rio, 2008.

WEBER, João Hernesto. **A nação e o paraíso: a construção da nacionalidade na historiografia literária brasileira**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1997.

Plata Yvyguy - Imprensa Paraguaia, Objetivação e Representação do Imaginário dos Tesouros Enterrados

COSTA, Andriolli de Brites da.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Imaginário; Realidade; Objetivação; Paraguai.

Baseada fortemente na razão instrumental e muitas vezes numa orientação tecnicista norteadada na busca incessante pela objetividade, a produção jornalística de maneira geral tem como meta aproximar a realidade midiática - manifesta no universo textual - da realidade social a ser representada. Esse conceito, no entanto, é complexificado quando se leva em conta aquilo que a princípio não pertenceria ao domínio do real em seu sentido de concreto. O mundo subjetivo das imagens do simbólico-mítico não encontra espaço no jornalismo tradicional que, como afirma Gislene Silva (2010, p. 2) “ignora ou recusa as manifestações sensíveis e emocionais, simbólicas e míticas do mundo imaginário, percebidas aquém e além do que nos mostram os recursos do racionalismo”.

No âmbito da cultura popular, por exemplo, têm-se grande dificuldade em abordar objetivamente matérias que tratam de elementos envolvendo manifestações imaginárias, como no caso dos mitos e lendas de determinada sociedade. Em casos assim, é comum o jornalista optar por uma cobertura que chame atenção para o curioso, o exótico, ao estilo fait-divers. Mais do que isso, o frequente uso de trechos de obras cinematográficas para cobrir um off, ou de ilustrações e caricaturas para acompanhar reportagens com essa temática, reforçam o tom jocoso, ficcional ou de entretenimento da matéria.

Na imprensa paraguaia, entretanto, percebe-se um fenômeno singular. Frequentemente os meios de comunicação do País veiculam matérias relacionadas a uma lenda muito recorrente na região, a da plata yvyguy, abordando-a sempre com seriedade. O termo, que em guarani significa “tesouro enterrado”, diz respeito a crença de que haveria toneladas de ouro escondidas no subsolo paraguaio desde o período das missões jesuíticas e, principalmente, da Guerra do Paraguai (GONZALES TORRES, 1995, p.149).

Partindo do pressuposto de que o mito folclórico se manifesta concretamente na sociedade por meio das ações que inspiram nas pessoas, num conceito nomeado por Marshal Sahlins como “mitopraxis” (1981) – e que são estas ações que tornam o fenômeno comunicável pelo jornalismo - este trabalho elege como objeto de estudo o modo como a imprensa paraguaia representa o imaginário dos tesouros enterrados, com a proposta de analisar as formas como um jornal do País, o ABC Digital, torna objetivável uma manifestação essencialmente subjetiva, num processo dialético em que também é realimentado e reforçado o imaginário de seus leitores.

Para tanto, será realizada uma análise de conteúdo tendo como base o termo plata yvyguy em um clipping do ABC Digital realizado de agosto de 2009 a outubro de 2011, de onde foram retiradas 33 matérias. O material clippado foi organizado em 5 categorias preliminares baseadas no contexto envolvendo cada uma: Cultura, para obras artísticas inspiradas pela lenda; Patrimônio para matérias sobre roubo e depredação de patrimônio público na caça de tesouros ocultos; Denúncia

¹Aluno do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Gislene Silva
E-mail do autor: andriolli_costa@hotmail.com

para acusações de escavações ilegais em busca de ouro enterrado; Acidente para as vezes em que estas operações não terminaram bem para os caçadores e, por fim, Entrevista. De cada uma destas, será retirado um exemplo para ser destrinchado pela pesquisa.

Desta forma, busca-se um diálogo com as teorias construcionistas, que reavivam debates inspirados nos conceitos de Berger e Luckman (1966). Propõe-se, deste modo, a questionar o desprezo do jornalismo na cobertura de manifestações do imaginário, visto que em seus universos discursivos, e dentro de suas próprias limitações, a realidade construída pelo mito na mente das pessoas – e, por que não, aquela construída pelo jornalismo - é tão real quanto o mundo em que elas vivem.

Referências

BERGER, P. L.; LUCKMANN [1966]. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

CASCUDO, L. C. **Geografia dos mitos brasileiros**. 2 ed. São Paulo: Global, 2002.

GONZALEZ TORRES, D. M. **Folklore del Paraguay**. Asunción, Paraguay; Editora Litocolor SRL, 1995.

MEDITSCH, E. **Jornalismo e construção social do acontecimento**. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. (orgs). **Jornalismo e acontecimento**. Florianópolis : Insular, 2010.

SAHLINS, Marshall. **Historical metaphors and mythical realities**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1986.

SILVA, G. **Imaginário coletivo**: estudos do sensível na teoria do jornalismo. In: Revista Famecos. Porto Alegre, RS. Vol. 17, n. 3, p. 244-252, set./dez. 2010.

_____. **O sonho da casa no campo**: jornalismo e imaginário de leitores urbanos. Florianópolis: Insular, 2009.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009

Jornalismo e diversidade sociocultural – as reportagens da revista Brasileiros

MONTIPÓ, Criselli Maria.¹

PALAVRAS-CHAVE

Fundamentos do Jornalismo; Reportagem; Narrativas da nação; Diversidade sociocultural; Revista Brasileiros .

O relato jornalístico tem como pressuposto ser plural e democrático, ou seja, pretende ser o espaço compartilhado para o qual os diferentes sujeitos sociais projetem seus discursos. Kovach e Rosentiel (2004) destacam que o jornalismo deve prover um fórum para a crítica e o comentário público, capaz de tornar possível o exercício da democracia e, portanto, da cidadania. Diante disso, como o jornalismo contemporâneo tem relatado a vivência humana imbricada em sua diversidade sociocultural? Os veículos de comunicação, principalmente as revistas brasileiras, estão atentas à necessidade de mostrar sua gente em suas reportagens? Como tais narrativas constroem um sentido de pertencimento à nação?

A partir destes questionamentos, esta pesquisa tem como objeto de estudo investigar se e como a reportagem jornalística da revista Brasileiros prioriza o relato da fonte e a dimensão sociocultural de sua vida. Afinal, em sua primeira edição, a revista Brasileiros trazia sua proposta estampada no editorial assinado pelo diretor de redação Hélio Campos Mello:

Brasileiros, revista mensal de reportagens, tem como foco o Brasil, seus grandes temas, seus grandes desafios e, principalmente, seus habitantes e suas histórias. Este é seu primeiro número e o início de um trabalho em que a saga dos personagens deste país plural será o alvo de nossos repórteres (2007, p. 7)

Desta forma, esta pesquisa elegeu dois objetivos principais: (1) investigar se e como a diversidade sociocultural brasileira é tratada nas reportagens da revista e (2) identificar como este modo de fazer jornalístico atribui sentidos à narrativa. Tal estudo se justifica pela necessidade de investigar se, conforme definiu a proposta editorial da revista Brasileiros desde sua primeira edição, este veículo de comunicação pratica um jornalismo pluralista, atento à diversidade sociocultural, que respeite as diferenças econômicas, culturais e sociais e que esteja preocupado em oferecer oportunidades democráticas, um dos princípios da promoção da cidadania. Medina já ressaltou que enunciar um texto que espelhe o dramático presente da história é, a princípio, “um exercício doloroso de inserção no tempo da cidadania e da construção de oportunidades democráticas” (2003, p. 48). A investigação contará, em seus procedimentos metodológicos, com recursos da análise da narrativa (REUTER, 2002) e da análise pragmática da narrativa jornalística (MOTTA, 2010), que possibilitam o estudo das relações humanas que produzem sentidos por meio de expressões narrativas.

Os elementos da narrativa (enredo, personagens, tempo, espaço, ambiente e narrador) nortearão a análise das reportagens com atenção especialmente aos entrevistados, nesta pesquisa chamados de fontes-personagens por se tratar de narrativas jornalísticas. Recorre-se a Reuter porque o autor

¹Aluna do 3º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
E-mail da autora: criselli@gmail.com

sugere categorias para distinguir e hierarquizar personagens de acordo com o seu fazer (suas ações), o seu ser (sua posição e sua designação). Conforme destaca Motta (2010) “a narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores, etc) em relatos” (p. 143).

Hall (2003) enfatiza a narrativa da nação, tal como é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. “Essas fornecem uma série de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos, históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação” (2003, p. 52). O autor sublinha que essa narrativa é responsável pelo compartilhamento de ideias, valores e crenças da comunidade. “Ela dá significado e importância à nossa monótona existência, conectando nossas vidas cotidianas com um destino nacional que preexiste a nós e continua existindo após nossa morte” (p. 52). No caso da nação Brasil, tais narrativas estão em toda parte, pois, como mencionou DaMatta, o Brasil está em toda parte.

É país, cultura, local geográfico, fronteira e território reconhecidos internacionalmente, e também casa, pedaço de chão calçado com o calor de nossos corpos, lar, memória e consciência de um lugar com o qual se tem uma ligação especial, única, totalmente sagrada” (DAMATTA, 2001, p. 11-12).

Assim, a seleção das reportagens se dará a partir de dois critérios principais: (1) que tenham como fonte-personagem brasileiros de todas as regiões do país; (2) que privilegiem a narrativa de contexto, com recursos como a descrição do entrevistado, do ambiente e as observações do repórter, de maneira a abranger diferentes sujeitos associados a contextos socioculturais diversificados.

Referências

BRASILEIROS, Revista. Edição 1. São Paulo: Brasileiros, julho de 2007.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?**. Rio de Janeiro: Rocco. 2001.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 7. ed. - Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. O que os jornalistas devem saber e o público exigir. Tradução de Wladir Dupont, 2a edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**. Narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística in LAGO, C. e BENETTI, M. (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

REUTER, Yves. **A análise da narrativa**: O texto, a ficção e a narração. Tradução Mario Pontes. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

Jornalismo e intuição: uma relação traçada pela fotografia

ROSA, Luiza Martin da.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Intuição; Memória; Experiência; Fotografia; Duração; Acontecimento; Instante.

Além da racionalidade técnica, do faro jornalístico, acreditamos que o jornalista possa ser guiado pela intuição na construção do acontecimento noticioso. Esse ato intuitivo encontra na fotografia um campo fértil para o seu desenvolvimento, tanto na captura do instante quanto na contemplação da imagem.

Embasamo-nos em noções elaboradas pelo filósofo Henri Bergson sobre tempo e espaço, duração, experiência, consciência, memória e intuição que, em hipótese, contribuem para compreensão do fazer jornalístico. Acreditamos que tais ideias podem ser apropriadas como categorias para pensar o jornalismo, que se valeria tanto da inteligência (racionalidade e técnica) quanto da intuição na construção do acontecimento.

A fotografia, na medida em que pode evocar algo da duração do acontecimento jornalístico, estabelece relações com a memória ao ser contemplada, possibilitando ao jornalista percorrer caminhos intuitivos na construção do acontecimento. Mas, a intuição possível na experiência da fotografia seria a mesma intuição pura da teoria bergsoniana? É possível pensar uma intuição pura?

Reconhecemos que o modo como Bergson construiu suas é válido para pensar o jornalismo. As noções de tempo, espaço e a primazia da experiência relacionamos com a atitude do jornalista, que necessita perceber diretamente os fenômenos para construir os acontecimentos que compartilha. Essa experiência implica em percepção, que por sua vez está relacionada à memória, a qual proporciona tanto a manifestação intelectual quanto a intuitiva.

Na fotografia encontramos um ato misto de inteligência-intuição, sendo que o próprio reconhecimento desse ato e contemplação de seu resultado — a fotografia — pode levar o jornalista a experimentar a intuição. Além da inteligência e do faro jornalístico, há a possibilidade do intuitivo. Essas relações entre conceitos apontam para a fotografia como intuição peculiar do jornalismo.

Nossos principais objetivos nesse percurso consistem em: relacionar noções de tempo, espaço, duração, experiência, consciência memória e, principalmente, intuição da teoria bergsoniana com as teorias do jornalismo, buscando compreender a fotografia como intuição peculiar do jornalismo; pensar a fotografia como caminho para a memória e aliada do jornalista na construção do acontecimento jornalístico; e questionar a possibilidade de se conseguir alcançar a intuição pura, almejada por Bergson.

A intuição é auto-método da pesquisa, na medida em que buscamos teorizá-la e permitimos a sua manifestação nas escolhas que formam o corpus e que constituem seu percurso do trabalho. Intuitivamente, o livro “Life — photographers, their careers and favorite pictures”, escrito e editado por Stanley Rayfield, contém as imagens eleitas. Nas linhas introdutórias do livro encontramos as seguintes ideias: “Without pictures there would be no magazine called Life; and without

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Fundamentos do jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel. E-mail da autora: luiza.martin.jornal@gmail.com

photographers there would be no pictures. So this book is dedicated to Life's photographers — a remarkable group of men and women unique in the world of journalism" (RAYFIELD, p.6).

Não nos deteremos sobre o livro, nem sobre a Life magazine. São 13 fotos escolhidas para a pesquisa (vide final do resumo) e favoritas de seus próprios fotógrafos que movem o trabalho. Percorreremos a superfície bi-dimensional, nos deixando tomar pela intuição e permitindo que ela ilumine a construção racional-teórica sobre esse objeto de estudo híbrido, composto de jornalismo, fotografia e intuição.

As fotografias serão requisitadas pelo texto, no decorrer dos capítulos. Organizaremos o percurso em três partes. A primeira abordará o jornalismo e a intuição; a segunda contemplará fotografia e intuição; a terceira relacionará fotografia e jornalismo na perspectiva intuitiva. Sobretudo, a ideia de memória articula os demais conceitos relacionados à fotografia, ao jornalismo e à intuição. A memória está presente nos três campos que interagem na pesquisa. "No que concerne à memória, ela tem por função primeira evocar todas as percepções passadas análogas a uma percepção presente, recordar-nos o que precedeu e o que seguiu, sugerindo-nos assim a decisão mais útil" (BERGSON, p.266). Não seria função do jornalismo compartilhar informações para que os sujeitos possam se guiar em suas ações sobre o mundo?

CORPUS

FOTÓGRAFO(A)	FOTOGRAFIA
R. Capa	Death of a spanish loyalist
R. Crane	"Bad boy" attempts to scape from children's hom
J. Dominis	Polish-americans practice old polish folk dance
A. Eisenstaedt	V-J day in time square
E. Elisofon	Michael Duchamp descending the stairs (multiple exposure)
A. Fenn	Tow-year-old is the eyes and ears of his deaf, blind parents
F. Goro	Aborigine circumcision ceremony
Y. Joel	How to complicate a chess game
D. Kessel	Boys with scalp infections line up for treatment, Iran
N. Leen	A teenager monopolize the family telephone
M. Rougier	Dazed P.W. comprehends He is free at last, Korea
G. Villet	How to handle a revolver
H. Walker	Saudi Arabian prince has his first timid look at US

Referências

BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. [1897] Trad. de Paulo Neves. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

RAYFIELD, Stanley. **Life — photographers, their careers and favorite pictures**. United States: Doubleday & company, ing., 1957

Jornalismo, imagem e televisão

MESA 7

O telespectador no discurso do telejornal e os efeitos de sentido sobre meio ambiente

CAVENAGHI, Beatriz.¹

PALAVRAS-CHAVE

Telejornalismo; Discurso; Meio Ambiente

Ao assistir uma reportagem na televisão sobre um problema ambiental, o telespectador sente-se culpado, responsável ou capaz de resolver o problema? Ou, ao contrário, apenas absorve as informações como se fizessem parte de um filme? Diversos autores (BUENO, 2007; TRIGUEIRO, 2005; BELMONTE, 2004) têm apontado uma possível deficiência na informação ambiental divulgada pela mídia: a tendência de afastar o meio ambiente dos aspectos urbanos e da vida cotidiana.

Uma das abordagens sobre o papel social do jornalista é a elaborada por Nelson Traquina, que se apóia na teoria democrática para defender duas funções para o jornalista: atuar como porta-voz da opinião pública e proteger os cidadãos dos abusos do poder político (TRAQUINA, 2005). Para que a informação ambiental divulgada pela mídia possa cumprir este papel educador e conscientizador – previsto no papel social da prática jornalística – é necessário que o telespectador sinta identificação com o assunto abordado.

Partindo desse contexto, a pesquisa pretende identificar, no discurso produzido por três telejornais do horário nobre da televisão aberta brasileira, qual a posição do sujeito telespectador no discurso elaborado por esses telejornais e como esse discurso afeta a identificação do telespectador com os problemas ambientais. Farão parte do corpus da pesquisa edições de três telejornais: Jornal Nacional (Rede Globo), Jornal da Record (Rede Record) e Jornal da Band (Bandeirantes).

O objetivo desta pesquisa é descrever e analisar as estratégias discursivas construídas pelos telejornais ao noticiar temas relacionados ao meio ambiente para apontar a posição que o telespectador ocupa na produção discursiva. A análise considera três possíveis atores na roteirização televisual, de acordo com Patrick Charaudeau (2009): a) vítimas (aquelas que perdem bens e entes queridos nas enchentes, sofrem com falta de água e energia, ficam doentes por causa da poluição etc.); b) agressores/responsáveis (que consomem demais, produzem lixo demais, provocam desmatamentos, desperdiçam) e c) salvadores (aqueles que podem realizar pequenas atitudes ou se organizam socialmente em prol do bem comum).

Assim, pretende-se utilizar conceitos e técnicas da Análise do Discurso para compreender os efeitos de sentido construídos acerca do meio ambiente e verificar se são capazes de promover identificação entre o telespectador e o tema apresentado ou se, ao contrário, colaboram para uma falsa noção de que meio ambiente é sinônimo apenas de fauna e flora.

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dra. Valci Zuculoto
E-mail da autora: cavenaghi.bea@gmail.com

Referências

BELMONTE, V. R. Cidades em mutação: menos catástrofes e mais ecojornalismo. In: VILAS BOAS, S. (Coord.). **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004. p. 15-48.

BUENO, W. da C. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: teoria e pesquisa 1**. Ed. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007. 199 p.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias. 1**. ed. São Paulo: Contexto, 2009. 285 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. 2**. ed. Florianópolis: Insular, 2005. 224 p.

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável: Abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação. 2**. ed. São Paulo: Globo, 2005. 304 p.

Práticas inovadoras no telejornalismo: a participação do telespectador na produção da notícia

FRAZÃO, Samira Moratti.¹

PALAVRAS-CHAVE

Inovação; Jornalismo Participativo; Interatividade.

As recentes transformações no telejornalismo brasileiro, especificamente as práticas inovadoras adotadas na produção da notícia com a participação do telespectador, será o objeto de estudo desta pesquisa. Analisar-se-á especificamente o quadro Parceiro do RJ, veiculado no telejornal RJTV 1ª edição, transmitido pela Rede Globo do Rio de Janeiro. A proposta do quadro é levar informações sobre oito comunidades locais do Grande Rio (Campo Grande, Complexo do Alemão, Cidade de Deus, Copacabana, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, São Gonçalo e Tijuca) contando com a participação de moradores da própria região, treinados pela emissora e com ferramentas cedidas por ela para conduzir a reportagem. Objetiva-se verificar qual seria o limite permitido à participação deste telespectador no processo de produção da notícia, e inferir, por meio de entrevistas e pesquisa de campo, até que ponto a adoção de práticas como estas, que permitam que o público aprenda técnicas do processo de produção da notícia, beneficia ou não o campo profissional e acadêmico do Jornalismo.

A pesquisa será desenvolvida analisando reportagens em vídeo veiculadas entre março e dezembro de 2011 do quadro citado (a ser determinada a quantidade de vídeos analisados). Também serão realizadas entrevistas – durante a pesquisa de campo – com os dois grupos ligados à atração: os editores responsáveis e os participantes do quadro, combinando as pesquisas quantitativa e qualitativa neste processo (na primeira, quantificando as reportagens feitas pelos participantes do quadro, bem como os temas mais abordados e, na segunda, realizando entrevistas com ambos os grupos mencionados, a fim de compreender como se dá o processo de produção da notícia). Como método, será aplicada a perspectiva dos modos de endereçamento, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo da Universidade Federal da Bahia, levando-se em conta o modo como eles constroem sua relação com os telespectadores, para o público peculiar que constitui a audiência do programa. Serão utilizados como autores principais Tourinho (2009) e Crocomo (2007) cujas pesquisas estão ligadas com os conceitos de Inovação, Interatividade e Jornalismo Participativo os quais, inclusive, serão discutidos no desenvolvimento da pesquisa.

Busca-se, assim, confirmar as seguintes hipóteses. Primeira: o telespectador passa a ser um dos protagonistas do fato (por ser indivíduo integrante da comunidade onde colhe a informação, apesar de mediá-la), constituindo uma fonte profissionalizada influenciada pelos efeitos da inovação no telejornalismo; e segunda: quadros como o Parceiro do RJ tendem a beneficiar as empresas telejornalísticas, com a contratação de mão-de-obra barata, em detrimento do recrutamento de profissionais capacitados em nível superior.

O interesse no tema se baseia no posicionamento dos veículos de imprensa, em especial os telejornais, em incentivar práticas como o Jornalismo Participativo, permitindo que o público participe do ciclo noticioso, enviando sugestões de pauta às redações ou sendo o cinegrafista/

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação do Prof. Dr. Antônio Cláudio Brasil Gonçalves. E-mail da autora: samiramoratti@gmail.com

fotógrafo/repórter amador que publica informações nas redes sociais sobre a comunidade onde vive ou situações atípicas que vivencia. Isto configuraria a transformação do público telespectador em uma nova audiência diferenciada que conhece e pratica a linguagem e as técnicas telejornalísticas. Com a inovação, presente principalmente nas novas tecnologias, o telespectador passa ele próprio a praticar uma nova forma de noticiar. Assim, diante das recentes discussões em torno do fim ou não dos jornais impressos e da queda de audiência de veículos antes populares como a televisão (TOURINHO, 2009), tem-se a impressão que os telejornais – assim como outros meios noticiosos – passaram a deixar de ser indiferentes ao público, buscando nele a saída para criar novos formatos, formas de reduzir gastos nas redações e coberturas jornalísticas e, incluí-se ai, a busca pelo aumento na audiência do programa televisivo. O telespectador passa a ser ativo na busca e mediação de informações, tornando-se um aliado na produção da notícia.

No entanto, também se busca compreender até que ponto a adoção do Jornalismo Participativo – aqui enfatizando o telejornalismo – é benéfica ou não para os profissionais que atuam no ramo, cuja formação foi construída não só com a prática pura e simples, mas também com técnicas e referenciais teóricos aprendidos nas Academias de Jornalismo. Diante da crise de audiência e dos problemas orçamentários, somado a não-obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista (STF..., 2009), ações como a tomada pelo RJTV 1ª edição seriam benéficas para o veículo. Contudo, não se pode afirmar se o mesmo ocorre para o campo jornalístico, seja profissional ou acadêmico, ou mesmo para o público, uma vez que se poderia questionar a qualidade da apuração e intermediação da notícia praticada por pessoas destituídas do conhecimento profundo da técnica.

Referências

CROCOMO, Fernando. **TV digital e produção interativa: a comunidade manda notícias**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

DOMINGUEZ, Michelle Borges. **VC no RJTV: Jornalismo participativo no RJTV 1ª edição**. Orientadora: Prof.^a Carla Cristina da Costa Teixeira de Faria. Rio de Janeiro: UERJ/FCS, 2009. 99p. Monografia. (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo).

GOMES, Itania Maria Mota Gomes (org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

STF derruba a obrigatoriedade do diploma de jornalista. **O Globo**, 17 de junho de 2009. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/mat/2009/06/17/stf-derruba-obrigatoriedade-do-diploma-de-jornalista-756381129.asp>>. Acesso em: 2 nov. 2011.

O uso da infografia em produtos jornalísticos audiovisuais

SILVA, Ana Juliana Fontes da.¹

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo científico; Infografia jornalística; Audiovisual; Conhecimento.

Já dizia José Reis (1967), o jornalismo científico deve propiciar o leitor, e no caso aqui a sociedade como um todo, com o espírito da ciência. Ao centrar-se na difusão coletiva da ciência, como parte dessa perspectiva, o jornalismo científico seria uma prática, essencialmente jornalística, nesse sentido, no que concerne a sua periodicidade, suas referências atuais, a universalidade e a periodicidade através dos media são “atributos” dessa prática. (BUENO, 1988). Calvo Hernando (1997, p.10-11) coloca que a ciência pode ser levada ao público através da divulgação científica de maneira mais ampla e o jornalismo científico de forma particular através dos mídia, acerca desse último, ele reflete a partir de Bromberg y Granes (1986) que se trata de uma atividade que seleciona, reorienta, adapta e retransmite um conhecimento científico “com el fin que tal conocimiento, así transformado, puede ser apropiado dentro de um contexto distinto y com propósitos diferentes, por uma determinada comunidad cultural”. Assim o jornalismo produz também uma forma de conhecimento (MEDITSCH, 1997) e refle seu lugar dentro da dinâmica do campo social juntamente com outros atores.

Contribuir nesse contexto através de práticas, como o uso de recursos gráficos, que possam ajudar a promover a popularização da ciência e do conhecimento, tem um importante papel nesse processo. Seguindo as idéias de De Pablos (1999) “Simpre há habido infografia”, o autor a define como uma informação visual que existe entre “um desenho ou um pintura enfatizados por um texto alusivo” como infografia, e de outra, forma um binômio de imagem + texto em um suporte, cuja mensagem informativa persiste nessa conexão.

O uso da “arte de informar” na mídia através de recursos gráficos, como a infografia são muito recorrentes. Ela atua na articulação de diversos aspectos da informação que não teriam o mesmo alcance de entendimento que se não combinados através da relação texto com a imagem, constituindo-se como um todo informativo ela “pode melhorar a narrativa jornalística e torná-la mais clara compreensível aos leitores, além de ser algo muito atrativo, como já demonstram algumas pesquisas. O objetivo deveria ser, sempre, favorecer o leitor e a função primordial do jornalismo enquanto forma de conhecimento [...]” (TEIXEIRA 2010, p. 41). No jornalismo audiovisual televisivo, que consegue alcançar um público mais amplo e, algumas vezes, atua como principal via de acesso ao conhecimento, o uso de infográficos adquire especial relevância, ainda no que refere a linguagem peculiar do próprio meio, que se constitui a partir de diversos elementos: o texto, o som e a imagem em movimento.

A partir desse aspecto geral, a pesquisa analisa a infografia no jornalismo audiovisual televisivo e suas contribuições na popularização do conhecimento, tendo como objeto empírico três reportagens infográficas audiovisuais produzidas pela equipe do “UFSC Ciência” e “Ciência em pauta”. E pretende (a) descrever e analisar como se dá o processo de produção de infográficos

¹Aluna do 1º semestre do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de Pesquisa: Processos e produtos jornalísticos, sob a orientação da Profa. Dra. Tattiana Teixeira. E-mail da autora: juliannafontes@gmail.com

no jornalismo audiovisual televisivo, (b) avaliando a composição de seus elementos. Ainda, (c) promover uma reflexão sobre o jornalismo (científico) enquanto modalidade social de conhecimento, compreendendo os usos de recursos infográficos em suas práticas.

A pesquisa apóia-se como método base o estudo de caso múltiplo (YIN, 2009), pois permite a observação do caso em diferentes ângulos e a percepção de diferentes abordagens, uma vez ainda que favorece sua análise e reflexão durante todo o decorrer da pesquisa que se pretende desenvolver em três etapas a partir da pesquisa teórico-empírica: (a) a primeira parte pretende descrever e analisar a pré-produção do produto em si, avaliando os critérios de seleção de temas e propostas para a criação de pautas de infográficos para o jornalismo audiovisual televisivo, através da observação participante e entrevista com os profissionais envolvidos, (b) a segunda parte foca-se no processo de produção das reportagens, verificando a composição dos elementos que constituiriam as infografias no suporte, bem como informativos, da narrativa-linguagem audiovisual tipografia e iconografia (análise descritiva e interpretativa da síntese dados); (c) a terceira parte refere-se a finalização dos materiais, dialogando com as diferentes etapas, propor uma reflexão sobre do produto em si e seu uso no jornalismo científico enquanto instância importante popularização do conhecimento que reflete a “transcodificação do conhecimento” a fim de “sensocomunizar-se”, ou seja, criar mecanismos e pontes para o diálogo do conhecimento com a sociedade (SANTOS, 1989).

Referências

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. São Paulo, CJE/ECA/USP, 1988.

DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía**. Madrid: Síntesis, 1999.

MEDITISCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?**. Trabalho apresentado na Conferência feita nos Cursos da Arrábida – Universidade de Verão. Disponível em << <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/view/1084/5273>>>, acesso 16.10.2011

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

HERNANDO, Manuel Calvo. **Manual de periodismo científico**. Barcelona: Boch Communication, 1997.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo: Conceito, análises e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.