

Caderno de
Resumos

2024

PPG
JOR 15
ANOS
UFSC



14^A JORNADA DISCENTE

PPGJOR | UFSC | 2024

Reitor

Irineu Manoel de Souza

Pró-Reitor de Pós-Graduação

Werner Kraus Junior

Diretor do CCE

Fabio Luiz Lopes da Silva

Vice-Diretor do CCE

Milton Luiz Horn Vieira

Chefe do Departamento de Jornalismo

Ildo Francisco Golfetto

Coordenador do PPGJOR

Carlos Augusto Locatelli

Subcoordenadora do PPGJOR

Fabiana Quatrin Piccinin



Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR)

Campus Universitário, Trindade

CEP 88040-980 - Florianópolis - SC

+55 (48) 3721-9463 - www.ppgjor.posgrad.ufsc.br

14^A JORNADA
DISCENTE

PPGJOR | UFSC | 2024

COMISSÃO ORGANIZADORA

Coordenação Geral:

Wagner Rodrigo Arratia Concha
Rafael Mafra
Carlos Locatelli
Fabiana Quatrin Piccinin

Comissões:

Programação

Presidente: Wagner Rodrigo Arratia Concha

Adana Lopes, Alan Milhomem da Silva, Karine Tavares Nunes, Leandra Cruber Teixeira, Luis David Falcão Padilha, Lynara Ojeda de Souza (vice-presidente), Schirlei Alexandre Alves, Yaskara Ferreira Pinto

Caderno de resumos

Presidente: Luiz Henrique Zart

Daniel Cassol, Diana Mannes Koch, Gessiela Nascimento da Silva, Ivone Rocha, Márcio Norberto, Patrícia Hadlich Aquino, Ricardo Alves Chaves Pereira, Sebastião Clovis Brito do Nascimento Junior, Stefanie Machado (vice-presidente).

Identidade visual

Presidente: Maria Clara Moura

Joana Kraemer, Mariela Cancelier (vice-presidente), Raphaela Ferro, Renatha Giordani

Certificados

Presidente: Luiza Zanotti Moro

Giovanni Vellozo (vice-presidente), Jaine Araújo, Leopoldo Neto, Lucas Santos Carmo Cabral, Marcella Borba, Natália Huf

Divulgação

Presidente: Anderson Luiz Condor Baltar

Ana Luiza Duarte, Eduardo Iarek, Karin Konzen Franco, Lara Hinkel, Luísa Michels Surdi (vice-presidente)

Logística e Cerimonial

Presidente: Jamila Carvalho

Francilene de Oliveira Silva, Gabriela Bregolin Grillo, Letícia de Faria Ávila Santos, Lia Gabriela Pagoto, Marcelo de Franceschi dos Santos, Thais Araujo

Fotografia

Presidente: Matheus Lobo Pismel

Anderson José da Costa Coelho (vice-presidente), Karla Gabriela Quint, Rubens Lopes

Diagramação:

Letícia Emerim

Projeto Gráfico:

Letícia Emerim (redesign sobre projeto original de Lauriano Benazzi).

Capa:

Letícia Emerim

Logotipo original da Jornada Discente:

Frederico S. M. de Carvalho

Logotipo dos 15 anos do PPGJOR:

Ana Marta M. Flores

Revisão final:

Daniel Cassol, Diana Mannes Koch, Gessiela Nascimento da Silva, Ivone Rocha, Luiz Henrique Zart, Márcio Norberto, Patrícia Hadlich Aquino, Ricardo Alves Chaves Pereira, Sebastião Clovis Brito do Nascimento Junior e Stefanie Machado

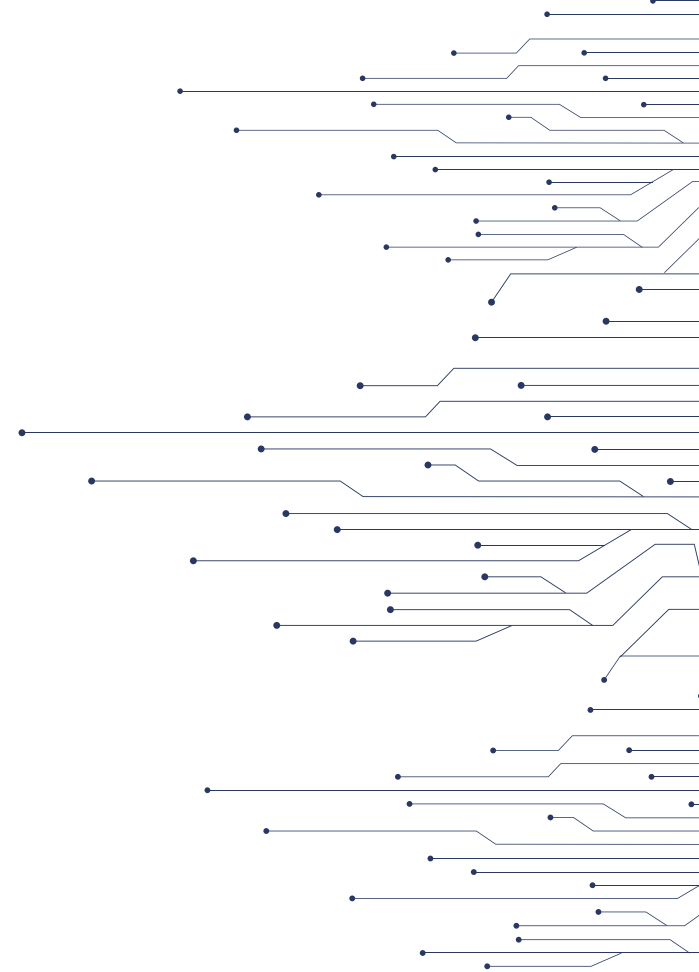
Caderno de
Resumos

2024

ISSN 2526-1231

SUMÁRIO

Apresentação	8
Programação 2024	10
Sessão 1: Meio Ambiente e Jornalismo Local	16
Sessão 2: Transformações no Trabalho Jornalístico	32
Sessão 3: Jornalismo e Tecnologias	40
Sessão 4: Cobertura Jornalística e Impactos Sociais	58
Sessão 5: Conhecimento e Trajetórias Profissionais	72
Sessão 6: Crítica Musical e Mídias Sonoras	80
Sessão 7: Política e Processos Democráticos	84
Sessão 8: Audiência e Jornalismo Audiovisual	102
Roda de Conversa	126



“Inteligência artificial” e “desinformação” tornaram-se assuntos incontornáveis. Além de preencherem as manchetes e movimentar polêmicas pelas redes sociais, protagonizam transformações nas dinâmicas da cadeia produtiva global. Para nós, jornalistas e pesquisadores do Jornalismo, influenciam direta e indiretamente em nossos problemas de vida e de pesquisa, intensificam as possibilidades deontológicas e éticas da profissão, assim como implicam nos processos de recepção e de subjetivação dos públicos.

É notável o esforço coletivo do nosso campo em torno da compreensão sobre esses temas, que têm sido frequentes em eventos e dossiês de revistas acadêmicas. Inspirados e afetados pelas incertezas advindas da articulação entre a acelerada transformação tecnológica e a guinada extremista da política no Brasil e no mundo, acertamos em encarar este desafio. O corpo discente do PPGJOR propôs o tema “Impactos e potencialidades do uso da inteligência artificial no combate à desinformação” para nortear sua 14ª Jornada Discente.

A cerimônia de abertura contou com a presença da jornalista Natália Leal, da Agência Lupa, com a mediação do jornalista Alexandre Gonçalves, da newsletter agenteGPT, e do professor do PPGJOR, Rogério Christofolletti. Para as boas-vindas, o pró-reitor de Pesquisa e Inovação da UFSC, professor Jacques Mick, lembrou que a instituição

é uma das pioneiras no Brasil em estudos sobre “inteligência artificial”, legado que carregamos com crítica e inovação. Já o professor Carlos Locatelli, coordenador do PPGJOR, pontuou a necessidade de reacender os ânimos na universidade.

Natália explicou que a agência é uma plataforma de combate à desinformação por meio da educação midiática, do jornalismo baseado no fact-checking (verificação de fatos), e do desenvolvimento de soluções de conteúdo e de tecnologia. Graças à mediação de Rogério e Alexandre, o debate ajudou a desmistificar as dinâmicas da “IA generativa”, como também de seus outros usos.

Nas atividades preparatórias da 14ª Jornada Discente, realizamos palestras e discutimos os resultados da pesquisa “O que conecta os públicos ao jornalismo local: hábitos, interesses, sustentabilidade, engajamento e participação em Florianópolis”. Também votamos, em assembleia extraordinária discente, a mudança da data da Jornada Discente, que passará, a partir de 2025, a ser no primeiro semestre. Com isso, ingressantes no PPGJOR, que começamos estudos no segundo semestre, terão um pouco mais de tempo para desenvolverem suas pesquisas e apresentá-las no semestre seguinte. No encerramento do evento, realizamos uma roda de conversa, na qual discentes que estão com suas pesquisas mais avançadas puderam compartilhar os desafios enfrentados.

Pudemos apresentar nossas pesquisas, dialogar com colegas, sugerir leituras e caminhos possíveis. E neste caderno publicamos os resumos das produções acadêmicas em andamento no PPGJOR. Gostaríamos de agradecer a todos/as que atuaram nas comissões para a realização de mais uma Jornada Discente.

Boa leitura!

Rafael Mafra

Wagner Rodrigo Arratia Concha

Comissão Geral de Organização da 14ª Jornada Discente do PPGJOR-UFSC

PROGRAMAÇÃO 2024

PALESTRA DE ABERTURA

Natália Leal
(Agência Lupa)

**Impactos e potencialidades do uso
da inteligência artificial no combate
à desinformação**

22 de outubro | 19h

Mediação: Alexandre Gonçalves (agenteGPT)
e Rogério Christofolletti

MEIO AMBIENTE E JORNALISMO LOCAL

22 de outubro | 9h30 às 12h

Mediação: Carlos Locatelli e Suelyn Luz
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Anderson José da Costa Coelho | Doutorado
Amazônia pelo fotojornalismo: narrativas imagéticas em tempos de devastação

Daniel Cassol | Doutorado
Estratégias de sustentabilidade em jornais baseadas em práticas de governança

Lauriano Benazzi | Doutorado
Fotojornalismo, sustentabilidade e o ODS nº 13 nas capas do jornalismo impresso

Lucas Santos Carmo Cabral | Doutorado
Potências do Lugar para o Jornalismo Local como um Comum

Wagner Rodrigo Arratia Concha | Doutorado
Debate midiaticizado sobre responsabilidade no rompimento
da barragem em Brumadinho

TRANSFORMAÇÕES NO TRABALHO JORNALÍSTICO

22 de outubro | 14h às 16h

Mediação: Beatriz Marocco
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Ana Luiza Duarte | Mestrado
O papel do jornalismo na visibilidade de crimes reais

Gustavo Paulo Zonta | Doutorado
A autoria em projetos fotojornalísticos de longa duração premiados
pelo *World Press Photo*

Marcella Borba da Silva | Mestrado
Práticas de influência no *Instagram*: Análise de três perfis jornalísticos

SESSÃO TEMÁTICA 1

SESSÃO TEMÁTICA 2

JORNALISMO E TECNOLOGIAS

SESSÃO TEMÁTICA 3

22 de outubro | 16h às 18h30

Mediação: Raquel Longhi e Stefanie Silveira
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Francilene de Oliveira Silva | Doutorado

IA Generativa: tendências nas pesquisas em jornalismo nos anos de 2023 e 2024

Ivone A. Santos Rocha | Doutorado

A educomunicação e o jornalismo aplicados no ensino básico de Portugal

Jamila Fernanda Carvalho Lima | Mestrado

Slow journalism em nativos digitais: *Manual* e *Nexo* na contramão das *hard news*

Laura Rayssa de Andrade Cabral | Doutorado

Jornalismo Automatizado e o uso de Inteligência Artificial (IA) no Brasil

Mariela Cancelier | Mestrado

Correspondente por acaso: uma análise de influenciadores que praticam jornalismo

COBERTURA JORNALÍSTICA E IMPACTOS SOCIAIS

SESSÃO TEMÁTICA 4

23 de outubro | 9h30 às 11h30

Mediação: Isabel Colucci e Jorge Ijuim
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Diana Mannes Koch | Doutorado

Representações de mulheres agricultoras na cobertura jornalística

Karla Gabriela Quint | Mestrado

Imprensa: escassez de informações sobre a violência psicológica contra a mulher

Patrícia Hadlich Aquino | Mestrado

“Coitados” e “violentos”: Narrativas sobre pessoas em situação de rua em SC

Thais Araujo | Doutorado

Vozes deficias: aleijando representações de mulheres com deficiência no Jornalismo

CONHECIMENTO E TRAJETÓRIAS PROFISSIONAIS

SESSÃO TEMÁTICA 5

23 de outubro | 14h às 16h

Mediação: Jessica Gustafson e Márcia Veiga
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Aline de Oliveira Rios | Doutorado

Mulheres jornalistas no Sul: uma análise sobre acesso e permanência na profissão

Gabriela Bregolin Grillo | Doutorado

Parâmetros das epistemologias feministas para a forma de conhecer do Jornalismo

Jaine Araújo | Doutorado

Apontamentos sobre o perfil das jornalistas negras na região Norte do Brasil

Leopoldo Pedro Neto | Doutorado

Jornalistas como trabalhadores de dados: precarização laboral e reificação

CRÍTICA MUSICAL E MÍDIAS SONORAS

SESSÃO TEMÁTICA 6

23 de outubro | 16h às 18h30

Mediação: Aureo Mafra e Valci Zuculoto
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

Anderson Luiz Condor Baltar | Doutorado

A cobertura radiofônica do Carnaval carioca nos 40 anos da Sapucaí (1984-2024)

Gessiela Nascimento da Silva | Doutorado

A configuração das fontes em podcasts jornalísticos brasileiros

Giovanni de Sousa Vellozo | Doutorado

Funções da crítica musical: proposta de categorias em uma coluna de “O Estado”

Luis David Padilha | Doutorado

A história da *Rádio Ponto UFSC* e seu papel no ensino, pesquisa e extensão

Matheus Lobo Pismel | Doutorado

Vagalume, Jota Efegê, Francisco Duarte: história do Carnaval e da imprensa

RODA DE CONVERSA

24 de outubro | 15h30 às 18h50

Participação: **Márcia Veiga e Suelyn Luz**

POLÍTICA E PROCESSOS DEMOCRÁTICOS

24 de outubro | 9h30 às 11h

Mediação: **Daiane Bertasso**
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

SESSÃO TEMÁTICA 7

Eduardo Iarek | Mestrado

A imagem pública de Lula em 2023: análise dos portais *g1* e *UOL Notícias*

Renatha M. Giordani | Doutorado

Jornalismo sob cerco algorítmico: fluxos informacionais em campanhas eleitorais

Ricardo A. C. Pereira | Mestrado

Opinião ou desinformação? Imagem pública de Lula nas eleições de 2022 no *Estadão*

AUDIÊNCIA E JORNALISMO AUDIOVISUAL

24 de outubro | 14h às 15h30

Mediação: **Fabiana Quatrin Piccinin**
Local: Auditório Henrique Fontes (CCE)

SESSÃO TEMÁTICA 8

Caroline Westerkamp Costa | Doutorado

Cartografia de repórteres cinematográficas no telejornalismo brasileiro

William Castro Morais | Doutorado

A audiência em 10 anos: as pesquisas no Alcar, Compós, Intercom e SBPJor

Yaskara Ferreira Pinto | Doutorado

Íntimo e pessoal ou público e exposto? A subjetividade no Instagram da *RBS TV*

Alan Milhomem da Silva | Doutorado

Na ponta do Bico: o jornalismo local na microrregião do Bico do Papagaio (TO)

Kalianny Bezerra | Doutorado

De abertura a estratégia: adoção de elementos de transparência em reportagens publicadas por veículos independentes

Karin Konzen Franco | Mestrado

A apuração convergente no radiojornalismo na *Rádio Super Najua FM*

Letícia de Faria Ávila Santos | Doutorado

Transformações e práticas do jornalismo feminino e do jornalismo feminista

Luiz Henrique Zart | Mestrado

Narrativa jornalística de *Trivela*: a trajetória da Argentina na Copa de 2022

Márcio Barbosa Norberto | Doutorado

Fronteiras do Brasil nas dissertações e teses em Jornalismo (2000 a 2020)

Maria Clara Guimarães da Costa Moura | Mestrado

Informação e entretenimento: o jornalismo de infotenimento no site *gshow*

Natália Huf | Doutorado

Dilemas éticos, práticas e identidades jornalísticas na era do *branded content*

Rafael Giovani Venuto | Doutorado

Imagem Exu e jornalismo: subjetivações e *RIR*sistências com *pathos* em jogo

Raphaela Xavier de Oliveira Ferro | Doutorado

Narradoras em transmissões de futebol no rádio esportivo brasileiro

Raphaelle Batista | Doutorado

A relação entre ética e credibilidade para jornalistas brasileiros e espanhóis

Victor Vinícius de Santana Palmeira | Mestrado

O uso da narrativa jornalística em conteúdos desinformativos de sites religiosos

MEIO AMBIENTE E JORNALISMO LOCAL

Amazônia pelo fotojornalismo: narrativas imagéticas em tempos de devastação 17

– Anderson José da Costa Coelho

Estratégias de sustentabilidade em jornais baseadas em práticas de governança 20

– Daniel Cassol

Fotojornalismo, sustentabilidade e o ODS n° 13 nas capas do jornalismo impresso 23

– Lauriano Benazzi

Potências do Lugar para o Jornalismo Local como um Comum 26

– Lucas Santos Carmo Cabral

Debate midiaticizado sobre responsabilidade no rompimento da barragem em Brumadinho 29

– Wagner Rodrigo Arratia Concha

Amazônia pelo fotojornalismo: narrativas imagéticas em tempos de devastação

Anderson José da Costa Coelho · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Flávia Garcia Guidotti

Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio do Programa de Ações Afirmativas (PAA) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Palavras-chave: fotojornalismo; fotojornalismo na Amazônia; Amazônia; imaginário; narrativa.

A Amazônia, frequentemente vista como um enigma, foi historicamente retratada através de estereótipos, mas a documentação da região evoluiu ao longo dos séculos, abrangendo entre narrativas orais e fotojornalismo. No entanto, essas representações, muitas vezes não refletem a complexidade real da Amazônia, servindo como uma oportunidade de reflexão sobre a maneira como as imagens moldam a percepção pública e a construção de narrativas em torno dessa região emblemática e vital do planeta.

Diante disso, o presente trabalho visa a entender as mudanças na representação da Amazônia nas reportagens imagéticas, assim como destacar a necessidade de analisar o processo de elaboração das narrativas e os parâmetros que as regem, reconhecendo a diversidade de produtos fotojornalísticos.

Para tanto, a pesquisa tem como temática a investigação de veículos de mídia, tanto nacionais quanto internacionais,

a saber como as imagens ressoam no imaginário social. Deste modo, busca-se compreender como são as publicações jornalísticas em meios on-line sobre a temática Amazônia e suas variantes durante o governo Bolsonaro (2019-2022).

A escolha do período se deu por ter uma grande quantidade de matérias fotojornalísticas sobre a Amazônia e seus impactos ecológicos e sociais advindos do desmatamento, garimpo ilegal e outras transgressões ambientais, dentro de um contexto de política de Estado, período de flexibilização do desmatamento e exploração institucionalizada da fauna e flora amazônicas.

Dessa maneira, de modo geral, tenta-se identificar elementos que levam a temática da Amazônia a se preponderar no fotojornalismo contemporâneo e como suas narrativas se situam através das imagens das publicações de matérias jornalísticas. De modo específico, analisar o papel do fotojornalismo dentro do contexto do imaginário da Amazônia; classificar publicações fotojornalísticas para entender as configurações e padrões temáticos das narrativas; e, por fim, compreender como as publicações fotojornalísticas sedimentam as narrativas calcificadas pelos estereótipos ou arquétipos das imagens da Amazônia.

Para lograr tais objetivos, adota-se a reflexão sobre seu estatuto do real, explorando obras que discutem a natureza mutante da fotografia e suas implicações, como André Rouillé, (2005), Philippe Dubois (1994) e Boris Kossoy, (1989; 1999; 2007). Além disso, Dulcília Buitoni (2012), revisita a história do fotojornalismo e sua adaptação à era digital, enquanto Pepe Baeza (2001) analisa criticamente o papel da imagem na sociedade contemporânea. E José Afonso da Silva Junior (2011) que discute a configuração do fotojornalismo em tempos de convergência digital, abordando a necessidade de adaptação do fotojornalismo às novas dinâmicas das redes.

A pesquisa tem como partida uma revisão documental-bibliográfica envolvendo esses três temas: fotojornalismo, Amazônia e imaginário, abordando o estado da

arte das supracitadas e suas possíveis correlações. Posteriormente, terá uma pesquisa quantitativa temática dos veículos jornalísticos. Para as reportagens fotográficas a serem estudadas, realizar-se-á uma investigação qualitativa e análise crítica das narrativas das fotorreportagens e, assim, a elaboração da tese e suas conclusões. Em virtude do trabalho estar em fase inicial, se encontra no processo de leitura e definições bibliográficas.

Referências

- BAEZA, P. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2001.
- BUITONI, D. **Fotografia e jornalismo**: a informação pela imagem. São Paulo: Saraiva, 2012.
- DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papyrus, 1994.
- KOSSOY, B. **Fotografia e história**. São Paulo: Ática, 1989.
- KOSSOY, B. **Os tempos da fotografia**: efêmero e o perpétuo. 2 ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- KOSSOY, B. **Realidade e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.
- ROUILLÉ, A. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.
- SILVA JUNIOR, J. A. da. **O fotojornalismo depois da fotografia**: Modelos de configuração da cadeia produtiva do fotojornalismo em tempos de convergência digital. [S.l.], 2011.

Estratégias de sustentabilidade em jornais baseadas em práticas de governança

Daniel Cassol · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

Palavras-chave: jornalismo local; sustentabilidade do jornalismo; governança social do jornalismo; jornalismo como serviço público.

A crise do modelo de negócio do jornalismo possui razões mais complexas do que aquelas relacionadas à diminuição de receitas com publicidade e venda de assinaturas, motivada pela concorrência com a oferta de informação gratuita na internet. Lima e Vieira (2021) definem a crise do modelo de negócio do jornalismo como o aspecto mais visível de uma cadeia de relações sociais afetadas por fenômenos tecnológicos, estéticos, econômicos e políticos. Trata-se de uma crise relacionada à governança social do jornalismo, conceito que compreende “os padrões de relacionamento entre organizações jornalísticas e seus públicos” (Mick; Tavares, 2021, p. 15) e pode ser dividido nas dimensões editorial, de engajamento e circulação, de controle e gestão e, por fim, de sustentabilidade. “É o conjunto dessas relações entre o jornalismo e seus públicos que está em questão, e poucos estudos sobre o tema se dispõem a enfrentá-lo de maneira multidimensional” (Lima; Vieira, 2021, p. 72). Essa compreensão leva à necessidade de se pensar a sustentabilidade do jornalismo para além da diversificação das fontes de financiamento, das inovações tecnológicas

ou das estratégias de difusão de conteúdo na internet. O desafio, portanto, é “conceber formas alternativas de governança, que recriem, sob outras bases, as relações entre os jornalistas e seus públicos” (Mick; Tavares, 2017, p. 121), especialmente no que se refere às relações estabelecidas entre o jornalismo local e os territórios nos quais está inserido.

Neste sentido, relatórios internacionais vêm demonstrando sinais de vitalidade da indústria jornalística (The Poynter Institute, 2024) a partir de uma perspectiva que toma o jornalismo como serviço público, mobilizando estratégias e conceitos descritos como jornalismo centrado na comunidade (Wenzel; Crittenden, 2021), jornalismo de reciprocidade (Lewis; Holton; Coddington, 2013) e jornalismo engajado (Dornelles, 2008), processo este que inclui eventualmente experiências de jornalismo sem fins lucrativos. Este trabalho pretende examinar, a partir de uma abordagem metodológica multidimensional, as estratégias mobilizadas por dois veículos jornalísticos da cidade de Porto Alegre (RS) relacionadas à governança social do jornalismo, discutindo a efetividade e as limitações dessas estratégias no que se refere à sustentabilidade financeira do negócio jornalístico. A escolha pelos sites *Sul21* e *Matinal Jornalismo* se justifica por serem arranjos independentes de tipo generalista que têm atuado na perspectiva do jornalismo como serviço público em uma cidade historicamente caracterizada pela existência de uma sociedade civil organizada, interessada em discutir a cidade. Como hipótese, sugere-se que o engajamento dos públicos em um contexto de sociedade civil fortalecida pode indicar condições para a sustentabilidade de um jornalismo de novo tipo.

Referências

DORNELLES, B. O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental. *Brazilian Journalism Research*, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 121-131, 2008. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/167>. Acesso em: 26 set. 2024.

LEWIS, S. C.; HOLTON, A. E., & CODDINGTON, M. Reciprocal Journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences. **Journalism Practice**, 2013, p. 229–241. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2013.859840> Acesso em: 27 set. 2024.

LIMA, S. P.; VIEIRA, L. S.. Sustentabilidade, mudanças estruturais e escolhas políticas. In: MICK, Jacques; CHRISTOFOLETTI, R.; LIMA, S. P. (orgs.). **Jornalismo local a serviço dos públicos**: como práticas de governança social podem oferecer respostas às crises do jornalismo. 1 ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2021, p. 69-80.

MICK, J.; TAVARES, L. M. Dimensões da governança social do jornalismo: para entender as relações entre jornalistas e seus públicos. In: MICK, J.; CHRISTOFOLETTI, R.; LIMA, S. P. (orgs.). **Jornalismo local a serviço dos públicos**: Como práticas de governança social podem oferecer respostas às crises do jornalismo. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2021, p. 13-22.

THE POYNTER INSTITUTE. Values Rising: Trends and traction in journalism and the news industry. **The Poynter**, 2024. Disponível em: <https://www.poynter.org/onpoynt-report/> Acesso em: 27 set. 2024.

WENZEL, A. D.; CRITTENDEN, L. Reimagining Local Journalism: A Community-centered Intervention. **Journalism Studies**, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2021.1942148> Acesso em: 27 set. 2024.

MICK, J.; TAVARES, L. M. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. *Brazilian Journalism Research*, v. 13, n. 2, ago. 2017. p. 114-140. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/948>. Acesso em: 12 dez. 2024.

Fotojornalismo, sustentabilidade e o ODS n° 13 nas capas do jornalismo impresso

Lauriano Benazzi · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: Fotojornalismo; Sustentabilidade; ODS 13; Jornalismo impresso; Teorias do Jornalismo.

Catalisador de mudanças nos campos humanístico e social, o fotojornalismo é um elo preponderante de conscientização sobre aspectos ambientais contemporâneos, como as mudanças climáticas, preservação, sustentabilidade, entre outros elementos que se conectam aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) n° 13, “Ação Contra a Mudança Global do Clima”, da Organização das Nações Unidas (ONU) (2024). Com interdisciplinaridade, o estudo é um recorte de uma das etapas da tese *Fotojornalismo em três tempos: conexões e interseções com os direitos humanos* e se soma aos trabalhos apresentados em edições anteriores desta Jornada Discente. Nesta etapa, expõe-se como seis grandes jornais impressos diários de grande circulação retratam as questões climáticas, via fotojornalismo, em suas manchetes de capa. A profusão envolve recortes pontuais entre 2021 e 2023, período em que, além de eventos intergovernamentais como a *Conference of the Parties (COP)*

e relatórios da ONU, o planeta passou por eventos climáticos extremos. No Brasil, seca, incêndios florestais e crise hídrica contrastando com chuvas torrenciais, enchentes e deslizamentos, com impactos na população, na agricultura e na economia. Com este quadro múltiplo foram eleitos: *El País* (Espanha), *Folha de S.Paulo* (Brasil), *O Estado de S.Paulo* (Brasil), *Público* (Portugal), *The Guardian* (Inglaterra) e *The New York Times* (Estados Unidos). A escolha envolve amplo espectro, englobando representatividades, idiomas e contextos geopolíticos e ideológicos, o que gerou análise abrangente das narrativas visuais voltadas para os ODS sintetizados. A escolha pelo mecanismo impresso se deu por razões que envolvem aspectos gráfico-editoriais; relevância das manchetes; perenidade do meio; valores-notícia tradicionais; filtros editoriais que se alinham à *agenda setting*; entre outros fatores conectados ao jornalismo *mainstream* e seus aspectos tradicionais (que ainda mantém relação de poder sobre as demais mídias); ligação com as grandes agências internacionais de notícia; coberturas factuais em zonas extremas e - na contramão da multimídia - a busca pela foto única, retomando uma máxima imagética.

Com tal mix, o trabalho é vestido pela abordagem cartográfica enquanto metodologia-chave da pesquisa (Deleuze; Guattari, 2000), o que possibilita a incursão que integra as múltiplas camadas analíticas que emergem de tais interseções. Somando-se ao fio sistêmico, construiu-se um ferramental metodológico com uso do estudo de caso (Yin, 2015), respondendo à análise em seu aspecto macro, com etapa anterior sedimentada via análise de conteúdo (Bardin, 1977) e tabulada pelas taxonomias do fotojornalismo (Baeza 2001; Benazzi, 2010).

A base teórica, que visa os resultados da análise tem como fulcro a função social do jornalismo na moldagem da opinião pública, com aplicação dos conceitos da *agenda building* (Hanitzsch; Vos, 2018). Em outra necessária camada, considerações sobre o impacto e reflexos das imagens

na percepção do leitor, síntese moldada em aportes da fenomenologia (Heidegger, 1995), e elementos teóricos e culturais ligados à sociologia, psicologia e filosofia da Comunicação (Debord, 1997; Flusser, 2002; Baudrillard, 1991). Como resultado, cuja discussão flana sobre a sociologia do Direito e conceitos de sustentabilidade e de geografia humana, nessa interlocução entre a Agenda 2030 da ONU e a fotografia, enquanto protagonista da imprensa, algumas contradições, paradoxos, surpresas e distorções, somadas a algumas práxis óbvias e protocolares. Todavia, também há a defesa ambiental em larga escala, elementos que serão destacados na sequência deste trabalho.

Referências

- BAEZA, P. **Por uma función crítica de la fotografía de prensa**. FotoGrafia. Barcelona: GG, 2001.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- BENAZZI, L. **Fotojornalismo: taxonomias e categorização de imagens jornalísticas**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Londrina: UEL, 2010.
- DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- HANITZSCH, T.; VOS, T. Journalism beyond democracy. In: **Journalism**, v. 19, n. 2, 2018, p. 146-164.
- HEIDEGGER, M. **Ser e o tempo**. Petrópolis: Vozes, 1995
- ONU, Organização das Nações Unidas. Objetivo 13: Ação contra a mudança global do clima. Disponível em: <https://sdgs.un.org/goals/goal13>. Acesso em: 15 set. 2024.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Potências do Lugar para o Jornalismo Local como um Comum

Lucas Santos Carmo Cabral · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES)
- Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo local; comum; lugar.

Este trabalho busca investigar, teoricamente, as conexões entre os conceitos de lugar e de comum na relação com o jornalismo local. Reconhecer o jornalismo, enquanto um comum, implica pensar uma atividade mais aberta e transparente, que perceba o público como parte integrante do processo jornalístico e que reconheça o acesso à informação de qualidade como direito das pessoas.

O comum, aqui, é entendido principalmente pela chave desenvolvida por Dardot e Laval (2016), que pensam o comum como princípio político. Todavia, é necessário lidar com a característica difusa e pouco definida dos comuns, que se definem enquanto processos. Ou seja, um dos desafios desta pesquisa é: como definir ou compreender sem limitar uma das principais potências do comum, que mora na sua fluidez.

A proposta de olhar especificamente para o jornalismo local nasce a partir do reconhecimento da importância de noções como pertencimento, proximidade e corresponsabilidade para o comum. O modo como vemos o jornalismo local aqui busca uma perspectiva interdisciplinar,

dialogando especialmente com a geografia (Lefebvre, 1991; 1999; Harvey, 2006; Santos, 2000; 2020). Trata-se de um jornalismo feito sobre e para o lugar (Santos, 2020).

Na sua conexão com o lugar, os comuns de um lugar e aquilo que há de essencial para a vida das pessoas, o jornalismo pode ser capaz de se tornar também essencial e se estabelecer como um comum ou, ao menos, incorporar parte de seus princípios na atividade. Em um contexto de crise da atividade, trata-se de uma abordagem possível para buscar saídas para o jornalismo hoje.

Para realizar esse trabalho, será necessário cruzar métodos variados. Parte deles se insere no grupo de pesquisa *LocalJor*, como o *survey* realizado com 604 habitantes da cidade de Florianópolis. A princípio, analisei questões como o interesse das pessoas por temáticas específicas, os temas que elas consideram que faltam no jornalismo local e a motivação para o consumo de notícias no dia a dia. Com isso, percebe-se que há temas que conseguem interessar à maior parte dos respondentes, apesar da influência das características sociodemográficas na maioria das respostas. Além disso, há uma ligação entre os motivos para consumir notícias e o local, mais do que o âmbito nacional ou internacional.

Será necessário, todavia, aprofundar parte das respostas através de grupos focais, com parcelas específicas da população. Nos grupos focais, buscarei realizar um mapeamento coletivo da cidade de Florianópolis, na tentativa de identificar pontos importantes do lugar para a população e se há comuns na perspectiva dos habitantes da cidade. Com isso, será possível reconhecer questões essenciais para um jornalismo preocupado com o comum e o lugar.

Por fim, pretendo realizar uma análise de dois veículos locais (*NSC* e *NDMais*) por uma técnica de geolocalização das matérias. Para isso, farei uma raspagem das matérias dos dois jornais e identificarei lugares mencionados nos textos. Por fim, cruzarei os lugares com as variáveis sociodemográficas sobre a cidade, identificando como elas

impactam na cobertura jornalística.

A partir desses métodos, vou desenvolver um modelo ou guias para um jornalismo produzido para o comum e o lugar, além de uma agenda de pesquisa para o jornalismo como comum.

Referências

DARDOT, P.; LAVAL, C. **Comum**: Ensaio sobre a revolução no século XXI. São Paulo: Boitempo, 2017.

HARVEY, D. **Espaços de esperança**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

LEFEBVRE, H. **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. edição ed. São Paulo, SP: EDUSP, 2020.

Debate midiaticizado sobre responsabilidade no rompimento da barragem em Brumadinho

Wagner Rodrigo Arratia Concha · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Terezinha da Silva

Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: Brumadinho; mineradora Vale; certificadora TÜV Süd; responsabilidade corporativa; análise de conteúdo.

Em 2019, uma barragem da mineradora Vale se rompeu em Brumadinho (MG), causando a morte de 272 pessoas (duas pessoas estavam grávidas) e danos socioambientais ao longo da Bacia do rio Paraopeba. O rompimento da barragem é abordado nesta pesquisa como um acontecimento público, que ganhou visibilidade tanto no Brasil quanto no exterior. Para Quéré (2005), o acontecimento é um fenômeno de ordem hermenêutica, tem um poder de revelação, pois ajuda a interpretar a realidade e pode revelar problemas públicos ou questões da vida coletiva. Outra característica do acontecimento é o seu poder de afetação da experiência individual e/ou coletiva. Os problemas revelados pelos acontecimentos demandam a formação de públicos, que se formam devido às consequências das ações humanas (Dewey, 2008) e têm um caráter eventual, pois estão relacionados com a lógica dos

acontecimentos, possuem vínculos provisórios e dependem da comunicação (Henriques; Silva, 2022).

Também partimos do pressuposto de que organizações privadas envolvidas em problemas de interesse público precisam prestar contas aos cidadãos, por isso, problematizamos o conceito de *accountability*, normalmente adotado para instituições e agentes públicos. Segundo Schedler (1999), a *accountability* é composta pela *answerability*, a obrigação de oficiais públicos de informar e explicar o que fazem, e pela *enforcement*, a capacidade de agências de controle de impor sanções a detentores de poder que tenham violado deveres públicos. No âmbito das organizações, discute-se a responsabilidade social corporativa, que, para Tamvada (2020), deve ser obrigatória, e não voluntária, por isso a necessidade de regulação para que resulte em *accountability* corporativa. Assim, o objetivo geral desta pesquisa é compreender como se dá o debate mediado (Maia; Choucair, 2022) pela cobertura jornalística sobre o rompimento da barragem em Brumadinho e suas consequências, buscando observar o modo como diferentes atores afetados pelo acontecimento se posicionam em relação às responsabilidades da mineradora Vale e/ou da certificadora alemã TÜV Süd, que havia atestado a estabilidade da estrutura meses antes do colapso. Temos como objeto de estudo o debate midiático por mídias jornalísticas sobre as responsabilidades das organizações privadas envolvidas. A investigação envolve metodologias complementares, como pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo (Maia; Hauber; De Paula, 2022; Sampaio; Lycarião, 2021) de material empírico discursivo selecionado da cobertura de mídias jornalísticas do Brasil e da Alemanha. Os objetivos específicos são identificar os atores que participam desse debate, seus argumentos – principalmente quanto à atribuição de responsabilidades (An; Gower, 2009) – e as sanções impostas às organizações implicadas,

bem como se o jornalismo mantém essas corporações *accountable*, como faz com agentes públicos (Maia, 2008). O recorte temporal do material empírico jornalístico coletado está em processo de definição.

Referências

- AN, S.-K.; GOWER, K. K. How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. **Public Relations Review**, v. 35, n. 2, p. 107-112, 2009. <http://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.01.010>.
- DEWEY, J. Em busca do público (1927). In: FRANCO, A. de; POGREBINSCHI, T. (orgs.). **Democracia cooperativa**: escritos políticos escolhidos de John Dewey. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008, p. 25-50.
- HENRIQUES, M. S.; SILVA, D. R. Os públicos e sua abordagem comunicacional: bases conceituais. In: SILVA, D. R.; HENRIQUES, M. S. (orgs.). **Públicos em movimento**: comunicação, colaboração e influência na formação de públicos. Belo Horizonte: Autêntica, Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC), 2022, p. 25-48.
- MAIA, R. C. M.; CHOUCAIR, T. Media analysis. In: ERCAN, S. A.; ASENBAUM, H.; CURATO, N.; MENDONÇA, R. F. (orgs.). **Research methods in deliberative democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2022, p. 370-389.
- MAIA, R. C. M. Visibilidade midiática e paradoxos da accountability: o caso do ônibus 174. In: MAIA, R. (org.). **Mídia e deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, p. 297-320.
- MAIA, R. C. M.; HAUBER, G.; DE PAULA, J. E. Análise de conteúdo. In: MAIA, R. C. M. (org.). **Métodos de pesquisa em comunicação política**. Salvador: EDUFBA, 2022, p. 39-79.
- QUÉRÉ, L. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos**, n. 6, p. 59-75, 2005.
- SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação [e-book]. Brasília: Enap, 2021.
- SCHEDLER, A. Conceptualizing accountability. In: SCHEDLER, A.; DIAMOND, L.; PLATTNER, M. F. (orgs.). **The self-restraining state**: power and accountability in new democracies. Boulder: Lynne Rienner Publishers, 1999, p. 13-28.
- TAMVADA, M. Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR. **International Journal of Corporate Social Responsibility**, v. 5, n. 2, p. 1-14, 2020. <http://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>.

2

TRANSFORMAÇÕES NO TRABALHO JORNALÍSTICO

**O papel do jornalismo
na visibilidade de crimes reais** 33
– Ana Luiza Duarte

**A autoria em projetos fotojornalísticos de longa duração
premiados pelo *World Press Photo*** 35
– Gustavo Paulo Zonta

**Práticas de influência no *Instagram*:
Análise de três perfis jornalísticos** 38
– Marcella Borba da Silva

O papel do jornalismo na visibilidade de crimes reais

Ana Luiza Duarte · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel Ritter Longhi
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: true crime; YouTube; mídias sociais; Jornalismo de crimes; plataformação.

As plataformas de mídias sociais, espaços de ampla disseminação de conteúdos, se tornaram uma ferramenta valiosa para dar visibilidade a crimes particularmente hediondos ou ainda sem solução. Nesse cenário, o *true crime*, que pode ser definido como subgênero do Jornalismo onde representações da violência são retratadas através de crimes verídicos (Guedes, 2022, p. 18), encontrou nas mídias sociais uma forma de atingir mais pessoas, uma vez que o gênero se popularizou ao longo dos anos por meio da literatura específica e da mídia audiovisual.

Os profissionais especializados em Jornalismo de crimes – além de entusiastas do gênero, vítimas de crimes e suas famílias – utilizam dessas plataformas para criar conteúdo, trazendo visibilidade e buscando respostas para os casos ainda não resolvidos. Além de conscientizar o maior número de indivíduos possível, em alguma medida, estes movimentos também pressionam as autoridades para que os casos não caiam no esquecimento.

Com mais de três milhões de inscritos, o canal da jornalista e YouTuber Jaqueline Guerreiro se tornou

referência na comunidade de *true crime* brasileira, chamando a atenção de familiares de vítimas de crimes hediondos do Brasil e do mundo, que procuram a jornalista para a produção de conteúdo sobre os casos em sua plataforma e ajude a trazer luz para os acontecidos.

A partir desse contexto, o trabalho tem o objetivo de esclarecer como o jornalismo pode usar o *YouTube* como ferramenta para dar visibilidade a casos de crimes hediondos. Para isso, será utilizada uma abordagem qualitativa, que proporciona a abrangência do olhar do pesquisador, fazendo com que ele tenha meios “para considerar a complexidade da realidade vivida pelas pessoas e da que ele próprio vive” (Taquete; Borges, 2021). A metodologia também irá combinar uma pesquisa bibliográfica acerca da literatura acadêmica de *true crime* do Brasil e do exterior, além de uma análise de conteúdo (Bardin, 2011) dos casos brasileiros cobertos por Guerreiro (s. d., *on-line*), postados a partir da criação do quadro *Quinta Misteriosa*, em maio de 2018.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

GUEDES, H. D. **Brutal e Obscuro (BO)**: Um podcast sobre crimes reais. Memorial de Projeto Final em Comunicação Organizacional (Bacharelado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação. Brasília: Universidade de Brasília, 2022. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/32869/1/2022_HelenaDubeuxGuedes_tcc.pdf. Acesso em: 02 out. 2024.

GUERREIRO, J. Quinta misteriosa. **YouTube**, s. d. [Recurso eletrônico]. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLRNehZ52u9FDBeVpCg5e-D7AHfhc-pZDh>. Acesso em: 27 set. 2024.

TAQUETE S. R.; BORGES, L. **Pesquisa qualitativa para todos**. Petrópolis: Vozes; 2021. (Taquete; Borges, 2021, p. 96)

A autoria em projetos fotojornalísticos de longa duração premiados pelo *World Press Photo*

Gustavo Paulo Zonta · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel Ritter Longhi
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: Jornalismo; fotojornalismo; *World Press Photo*; autoria; projetos de longa duração.

Este trabalho tem como objeto de estudo a autoria em projetos fotojornalísticos de longa duração premiados pelo *World Press Photo*. O estudo se concentra nos ensaios produzidos para o espaço *Long Term Projects*, criado em 2015. Para guiar a discussão, mobilizam-se questões do pensamento de autores como André Rouillé (2009), sobre a fotografia-expressão, Vilém Flusser (2011), e o conceito de imagem-técnica, Barthes (2004) e Foucault (2009), sobre concepções da autoria, e Eduardo Queiroga (2016), a respeito da formação do autor na fotografia.

Flusser (2011) procura construir as bases para uma filosofia da fotografia na relação entre fotógrafo (autor) e câmera (dispositivo). O autor vê na imagem fotográfica, na invenção da imagem técnica, uma segunda revolução nas estruturas culturais da sociedade, comparável à criação da escrita. Como primeira imagem produzida por aparelhos, por uma mediação técnica, a fotografia inaugura uma nova era: a do mundo pós-industrial, marcado pela automatização da

produção. Esse novo cenário reconfigura a relação autor-obra.

Barthes publica, em 1967, artigo intitulado “A morte do autor”. Nele, o teórico francês denuncia, a partir da crítica literária, a construção do personagem moderno do autor por parte da ideologia capitalista, fundada no positivismo. A tirania do autor, conforme Barthes, está centrada na ideia de que a obra representa sempre a voz de uma mesma pessoa, o autor, e revela sua confidência. Na verdade, segundo o pensador, é sempre a linguagem que fala e não o autor.

Dois anos depois, em 1969, Michel Foucault apresenta o texto “O que é um autor?”, que problematiza o pensamento barthesiano. Ao tentar compreender como um texto se relaciona com seu criador, como aponta para essa figura que lhe é exterior e anterior, o filósofo francês cunha a expressão “função-autor”, uma proposta de releitura do papel da autoria. Barros (2010, p. 154) explica que, para Foucault, “a ideia de autoria se refere à especificação de certo discurso, a fim de, em uma determinada cultura, adquirir um estatuto autoral, a função-autor”.

Neste sentido, na formação do autor no campo da fotografia, Queiroga (2016) defende ser necessário avançar para além da análise dos aspectos formais e elementos constitutivos da imagem fotográfica. Ele aponta a existência de outras camadas que precisam ser reconhecidas neste debate: edição, relação com o texto, circuito e nome do autor. Na edição, destaca-se a produção de ensaios fotográficos. Na relação com o texto, a associação com legendas ou textos ajudam a apontar o fato gerador das imagens. No circuito, o autor chama atenção para o público destinatário. Para finalizar, o aspecto do nome do autor indica a importância da marca própria dos fotógrafos.

Estudos mais recentes, desenvolvidos por pesquisadores como Ramos (2018) e Persichetti (2012), reconhecem uma retomada da fotografia autoral no fotojornalismo contemporâneo. Identificamos essa nova autoria em projetos

fotojornalísticos de longa duração premiados pelo *World Press Photo*, uma das premiações mais importantes do fotojornalismo mundial.

Referências

- BARROS, E. P. O autor imaginário da pós-modernidade: repensando Flusser e Foucault. **Revista das Ciências Sociais**. Unisinos, v. 46, p. 152-155, 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/938/93820638004.pdf>. Acessado em 02 maio 2024.
- BARTHES, R. A morte do autor. **O rumor da língua**, v. 2, n. 1, p. 57-64, 2004.
- FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Annablume, 2011.
- FOUCAULT, M. O que é um autor? In: FOUCAULT, M. **Ditos e escritos**: estética, literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. v. 3, p. 1-44.
- PERSICHETTI, S. Morte anunciada? Não necessariamente! O fotojornalismo renasce nas agências fotográficas. **Líbero**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 93-100, jun, 2012. Disponível em: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/8-Morte--anunciada.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- QUEIROGA, E. O autor e o discurso: relações de controle na fotografia documental. **Anais [...] XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2016, São Paulo, SP.
- RAMOS, J. C. L. O retorno da autoria e uma nova consciência documental no fotojornalismo contemporâneo. **Revista Observatório**, [S.l.] v. 4, n. 1, p. 349-376, jan. 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4600/12209>. Acesso em: 20 mar. 2024.
- ROUILLÉ, A. **A Fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0781-1.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2024.

Práticas de influência no Instagram: Análise de três perfis jornalísticos

Marcella Borba da Silva · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Stefanie Carlan da Silveira
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: influenciadores digitais; jornalismo brasileiro; redes sociais.

As plataformas de redes sociais têm revolucionado a forma como as pessoas se comunicam e consomem informações, impactando diretamente o comportamento da população. O objetivo desta pesquisa documental e qualitativa, é identificar possíveis reconfigurações da profissão do jornalista nas redes sociais, a partir dos influenciadores digitais, que desempenham um papel fundamental nesse novo ecossistema da comunicação, e são sujeitos que possibilitam esse funcionamento. Seguindo os passos de Karhawi (2018), que disserta sobre o surgimento da blogosfera no Brasil, e como isso redefiniu os modos de produção de conteúdo, permitindo a criação de espaços digitais onde sujeitos não pertencentes à grande mídia passaram a atuar como vozes influentes, moldando novas formas de comunicação e visibilidade, com desdobramentos para a realidade que existia até então no país, conforme a autora cita em sua tese:

Hoje, com a blogosfera de moda já constituída e com a

entrada da noção de influenciador digital nas dinâmicas e negociações do mercado da Comunicação, as características necessárias para se tornar uma blogueira de moda ou um influenciador digital passam a ser mais nítidas e conhecidas (Karhawi, 2018, p. 112).

E com a profissionalização da blogosfera, vem em seguida o surgimento dos denominados “influenciadores digitais”. Para realizar esta pesquisa, a plataforma digital utilizada será o *Instagram*, e contará com três sujeitos femininos, jornalistas, empregadas pela mesma emissora, a *GloboNews*. As mulheres são, por ordem alfabética, respectivamente: Andréia Sadi (possui 718 mil seguidores), Daniela Lima (possui 183 mil seguidores) e Natuza Nery (447 mil seguidores). A justificativa da escolha das três jornalistas deve-se ao fato de que todas elas são profissionais consolidadas dentro da maior emissora de notícias do Brasil, a *GloboNews*, o que lhes confere grande credibilidade dentro e fora das redes sociais, fenômeno causado pela espetacularização de quem trabalha na TV. Além disso, essas jornalistas possuem perfis ativos no *Instagram*, onde compartilham informações relevantes sobre política e atualidades, engajando diretamente com seus seguidores. A diferença no número de seguidores entre Andréia Sadi, Daniela Lima e Natuza Nery pode permitir uma análise comparativa da influência digital dessas profissionais, considerando a amplitude de suas audiências e os formatos de engajamento adotados. O estudo busca, assim, entender como essas jornalistas estão usando as redes sociais para reconfigurar sua atuação e se firmar como influenciadoras no cenário atual da mídia digital, além dos possíveis rumos do jornalismo diante deste cenário.

Referências

KARHAWI, I. S. **De blogueira à influenciadora:** motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira. 2018. Tese (Doutorado em Teoria e Pesquisa em Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-17092018-163855/publico/ISSAAFSANT_OSKARHAWIVC.pdf. Acesso em: 10 mar. 2023.

3

JORNALISMO E TECNOLOGIAS

- IA Generativa: tendências nas pesquisas em jornalismo nos anos de 2023 e 2024** 41
– Francilene de Oliveira Silva
- A educomunicação e o jornalismo aplicados no ensino básico de Portugal** 44
– Ivone A. Santos Rocha
- Slow journalism em nativos digitais: Manual e Nexa na contramão das hard news** 48
– Jamila Fernanda Carvalho Lima
- Jornalismo Automatizado e o uso de Inteligência Artificial (IA) no Brasil** 52
– Laura Rayssa de Andrade Cabral
- Correspondente por acaso: uma análise de influenciadores que praticam jornalismo** 55
– Mariela Cancelier

IA Generativa: tendências nas pesquisas em jornalismo nos anos de 2023 e 2024

Francilene de Oliveira Silva · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa; Jornalismo; pesquisa em Jornalismo; Teoria Ator-Rede; Teoria Human Machine Communication.

Este trabalho apresenta o estado da arte sobre o tema Inteligência Artificial Generativa em pesquisas brasileiras voltadas para o jornalismo. Para isso, parte de um levantamento de artigos publicados em anais dos congressos nacionais Intercom Nacional, SBPJor e Compós nos anos de 2023 e 2024. O principal objetivo é entender a abordagem adotada pelos autores mensurando, de forma específica, os trabalhos que reconhecem a agência da tecnologia e seu papel simétrico.

Segundo Lemos e Bitencourt (2021), o campo de pesquisas em Comunicação no Brasil parece assumir uma posição antropocêntrica “não reconhecendo o papel simétrico que as mediações dos objetos algorítmicamente performativos possuem na coautoria dos fenômenos investigados” (Lemos; Bitencourt, 2021, p. 42). Para os autores, pouca atenção tem sido dada a esta questão, o que pode negligenciar agências materiais envolvidas nos processos comunicacionais. Segundo Lemos e Bitencourt (2021), o campo de pesquisas

em Comunicação no Brasil parece assumir uma posição antropocêntrica “não reconhecendo o papel simétrico que as mediações dos objetos algorítmicamente performativos possuem na coautoria dos fenômenos investigados” (Lemos; Bitencourt, 2021, p. 42).

O surgimento de tecnologias cada vez mais complexas, como a Inteligência Artificial Generativa, introduz complicações significativas para o entendimento de processos e produtos da cultura contemporânea, difíceis de serem compreendidos sem levar em conta as agências da tecnologia (Gunkel, 2023; Guzman, 2018; Lemos, Bitencourt, 2021; Lemos 2020). Para Lemos (2020, p. 197), uma análise comunicacional centrada apenas nos sujeitos “não perceberia todas as relações em jogo, e não conseguiria entender em profundidade os novos arranjos sociais”.

Este artigo propõe, então, investigar os panoramas teóricos do enquadramento da Inteligência Artificial Generativa, com enfoque nas perspectivas não-antropocêntricas que reconhecem as agências das tecnologias.

A metodologia adotada é a revisão bibliográfica e análise de conteúdo mista. O trabalho tem como *corpus* da análise os títulos, os resumos e as palavras-chave que contenham o termo “Jornalismo” associado a uma das seguintes expressões: “Inteligência Artificial Generativa”, “IAG”, “IAGen”, “GenAI” e “IA Generativa” em anais dos congressos nacionais citados acima. Para apoio à análise qualitativa será utilizado o software VosViewer.

Referências

- GUNKEL, D. Philosophical Contexts and Consequences of Human-Machine Communication. In: GUZMAN, A. L.; MCEWEN, R.; JONES, S. (Orgs). **The SAGE Handbook of Human-Machine Communication**. SAGE Publications, jun. 2023, 640p.
- GUZMAN, A. L. What is human-machine communication, anyway? In: GUZMAN, A. L. (Ed.). **Human-machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves**. New York: Peter Lang, 2018, p. 1-28.
- LEMOS, A.; BITENCOURT, E. C. Antropocentrismo e Comunicação: Análise dos GT da COMPÓS “Epistemologia da comunicação” e “Comunicação e Cibercultura” de 2017 a 2019. **Fronteiras: estudos midiáticos**. v. 23 n. 1, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2021.231.04>. Acesso em: 10 dez. 2024.
- LEMOS, A. Comunicação, Mediação e Modo de Existência na Cibercultura. In: ALZAMORA, G., ZILLER, J., COUTINHO, F. (Orgs). **Dossiê Bruno Latour**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020, p. 179-206.

A educomunicação e o jornalismo aplicados no ensino básico de Portugal

Ivone A. Santos Rocha · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil
(CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo na educação; educomunicação; escola básica; educação midiática; letramento midiático.

Este trabalho compreende uma parte de meu doutoramento e visa a troca de experiência entre Portugal e Brasil, no campo da educomunicação, conjugando educação e jornalismo. O objetivo é compreender como são trabalhados a educação e o letramento midiáticos na escola básica portuguesa, tendo o jornalismo como ferramenta. Para isso, pretendo analisar as atividades educacionais curriculares ou extracurriculares da escola de Portugal e como elas influenciam no interesse do aluno pelo aprendizado. A metodologia compreende a observação sistemática no ecossistema educativo, para a obtenção de dados comportamentais, atitudes, entre outros atributos; e a pesquisa documental, com análise de projetos pedagógicos e relatórios anuais de atividade.

Os critérios para análise são os princípios do *Referencial de Educação para os Media*, produzido pela Direção Geral de Educação do Ministério da Educação de Portugal.

O documento orienta as escolas básicas para levar a compreensão da literacia midiática à comunidade escolar, a partir de dez princípios: **1º O valor da comunicação entre as pessoas; 2º As tecnologias mais do que ferramentas; 3º A informação e a comunicação como ecossistema; 4º Os media como representação do social; 5º O papel do jornalismo e desafios da desinformação; 6º Olhar os media a partir dos seus públicos; 7º O digital e os riscos de exclusão; 8º As novas literacias e a formação de cidadãos críticos; 9º Campo mediático: espaço social, ambiente simbólico e texto a interpretar; e 10º Razão de ser e horizontes da literacia mediática.**

Cada um desses pontos apresentados tem a contribuição do jornalismo, seja com atividades em sala de aula com a utilização da prática jornalística, como a de pesquisa, entrevistas, apuração de fatos; seja com o uso da tecnologia para levantar informação qualificada, reportá-la aos colegas de sala e aos professores de forma transversal; ou compartilhando notícias e dados que sejam relevantes para o ecossistema educativo como um todo.

No Brasil, documento semelhante é *Estratégia Brasileira de Educação Midiática*, que está fundamentado em seis eixos de atuação, quais sejam: **1º Educação midiática na educação básica; 2º Formação e qualificação continuada de profissionais da educação e multiplicadores; 3º Parcerias com sociedade civil, academia e iniciativa privada; 4º Campanhas educativas; 5º Uso consciente de telas e dispositivos digitais por crianças e adolescentes; e 6º participação social.** A diferença deste para o *Referencial de Educação para os Media* (português) se configura em suas origens. Enquanto o brasileiro foi produzido pela área da comunicação, o de Portugal foi desenvolvido pela diretoria de educação.

Porém, ambos têm como norte a educação para o uso responsável das mídias e o combate à desinformação, uma

problemática muito presente nas sociedades modernas, embora não seja um problema recente, Evans (2015) assinala que já no início do século XX, se convivia com a desinformação. A mídia tradicional desempenha um papel crucial nesse cenário, tanto como veículo potencial de desinformação quanto como baluarte na luta contra ela.

A fundamentação teórica trava um diálogo entre teóricos como McLuhan, a partir da publicação *Understanding Media: The Extensions of Man* (2003); Paulo Freire, em *Pedagogia do Oprimido*, (1987); Renee Hobbs, com o livro *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom* (2011), que defende a educação para os media; David Buckingham (2000), que pesquisa a educação midiática entre crianças e jovens; além da *Cultura de Convergência*, de Henry Jenkins (2009).

Referências

BRASIL. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática**. SECOM. Brasília - DF: Imprensa Nacional, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-spdigi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Acesso em: 27 jun. 2024.

BUCKINGHAM, D. **Media Education**: Literacy, Learning and Contemporary Culture. London, 2000.

EVANS, R. **El Tercer Reich en la historia y la memoria**. Barcelona: Ediciones B, 2017.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HOBBS, R. **Digital and Media Literacy**: Connecting Culture and Classroom. Thousand Oaks, CA: Corwin, 2011.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**: a Circulação de Conteúdos nas Mídias Contemporâneas. Tradução de Maria Elisa Britto e Elisabete de Almeida Ribeiro. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

MCLUHAN, M. **Understanding Media**: The Extensions of Man. Critical Edition. Edited by W. Terrence Gordon. Gingko Press, 2003.

PORTUGAL. **Referencial de educação para os media** Educação pré-escolar, ensino básico, ensino secundário. Dezembro/2023. Disponível em: <https://www.internetsegura.pt/noticias/dge-apresenta-nova-versao-do-referencial-de-educacao-para-os-media>. Acesso em 26 jun. 2024.

Slow journalism em nativos digitais: Manual e Nexo na contramão das *hard news*

Jamila Fernanda Carvalho Lima · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Stefanie Carlan da Silveira
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC)

Palavras-chave: *slow journalism*; nativos digitais; aceleração; ciberespaço; estudo de casos múltiplos.

O Jornalismo se reconfigura de tempos em tempos, de maneira cíclica. O *Zeitgeist* no Jornalismo se manifesta por meio de vários movimentos ou nomenclaturas que surgem para traçar soluções a problemas ou desafios que aparecem diante de novos contextos. Loosen *et al.* (2022, p. 2) mostram, na prática, ao quantificarem os variados termos qualificantes do Jornalismo nos artigos acadêmicos das duas principais revistas da área – apresentando o conceito de *X-Journalism* –, que a evolução do Jornalismo compreende mudanças que se relacionam com questões conceituais, de produção, distribuição, recepção, geográficas, dentre outras.

O *Slow Journalism* (SJ) é uma destas novas nomenclaturas que surgem para dar conta de contextos específicos: em tempos de aceleração social e tecnológica acirradas, dois dos três tipos de acelerações definidos por Rosa (2003), o tempo, por outro lado, também é vivido e percebido em outra dinâmica. O jornalismo, por conseguinte, não escapa

às mudanças temporais advindas desses processos. Para explicar brevemente o que seria o SJ, podemos nos valer na definição de Pedriza (2017, p. 144), que atualiza o conceito para o ambiente digital e ao fenômeno da “inoficação”:

Ao contrário do que opina a maioria da doutrina, não se trataria de um gênero, **mas de um processo, entendido como um conjunto de práticas profissionais, aplicável a todos os gêneros jornalísticos e que tende a adaptar eficientemente os tempos de produção e atualização da informação jornalística de modo a fornecer ao leitor informações relevantes, suficientes, com valor agregado e mais do que comprovado.** [...] O SJ é concebido como uma tendência transversal que visa aumentar a qualidade dos produtos noticiosos digitais, agregando valor através do contexto, análise e interpretação dos fatos narrados de forma rigorosa. O SJ se beneficia das inovações tecnológicas para renovar os gêneros jornalísticos e é voltado para um público global, familiarizado com o uso das redes sociais e o consumo de produtos audiovisuais e multimídia (Pedriza, 2017, p. 144, tradução nossa).

Tendo em vista os novos arranjos jornalísticos que surgiram a partir da cibercultura que é, segundo Prazeres (2017, p. 3), um desses fatores contextuais que “reconfigura os processos jornalísticos, mexendo nas suas estruturas e incidindo na produção, na distribuição e na recepção de seus produtos”, valendo-se de valores estabelecidos dentro da cultura ciber, porém sem trazer uma perspectiva positivista e totalizante da tecnologia e sem percebê-la como neutra ou acultural (Prazeres, 2017, p. 2), o que esta pesquisa pretende é investigar o fenômeno do *Slow Journalism* e como ele se manifesta em veículos jornalísticos nativos digitais, utilizando dois deles, o “Manual do Usuário” e o “Nexo Jornal”, ambos projetos consolidados, mas diferentes entre si tanto na questão editorial, no tamanho dos projetos, equipes e financiamento, buscando tensionar o conceito de SJ como um movimento de reforma do Jornalismo (Min, 2022, p. 82) ainda que não se pretenda universalizante e nem de superação de outras formas do fazer jornalístico.

Através de uma extensa revisão sistemática de bibliografia que revelará o estado da arte dos estudos no Brasil e fora dele, este projeto de pesquisa propõe um estudo de casos múltiplos (Yin, 2001, p. 68) através de entrevistas semiestruturadas com os jornalistas envolvidos e a análise dos conteúdos disseminados em cada projeto. Desta forma, com as técnicas combinadas, será possível entender: 1) Como os próprios jornalistas/mantenedores de cada veículo conceituam o próprio fazer jornalístico e como o projetam em suas decisões editoriais/jornalísticas, a fim de entender se há ou não intencionalidade em relação ao SJ; 2) Como os produtos finais se encaixam na conceituação do SJ, ainda que não se reinvidiquem como tal e se a intencionalidade é eficaz ou não nos produtos finais; e 3) Como esse jornalismo se manifesta como um movimento ideológico e ativista em relação ao jornalismo produzido em outras temporalidades, dada a normatização da rapidez, no ambiente digital.

O problema que norteará o andamento da pesquisa pretendida é: “Como o fenômeno do *Slow Journalism* é praticado no Brasil e contribui para um movimento de ressignificação do Jornalismo, a partir das experiências e produções dos veículos nativos digitais independentes ‘Manual do Usuário’ e ‘Nexo Jornal’, bem como ele é percebido e valorado pelos jornalistas que o produzem?”.

Referências

LOOSEN, W. *et al* (2020). ‘X Journalism’: exploring journalism’s diverse meanings through the names we give it. **Journalism**, v. 23, n. 1, p. 39-58, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884920950090>. Acesso em: 09 out. 2024.

PEDRIZA, S. B. El Slow Journalism en la era de la “infoxicación”. Doxa Comunicación. **Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales**, [S. l.], n. 25, p. 129-148, 2017. DOI: 10.31921/doxacom.n25a6. Disponível em: <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/719>. Acesso em: 09 out. 2024.

PRAZERES, M. **Tecnologia, Velocidade e Jornalismo**: Tensões e possibilidades da produção de reportagem em ambientes digitais. Projeto de Pesquisa. Cásper Libero. São Paulo: 2017.

MIN, S. J. **Rethinking the new technology of Journalism**: how slowing down will save the news. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, 2022. 140 p.

ROSA, H. Social Acceleration: ethical and political consequences of a desynchronized high speed society. **Constellations**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 3-33, 2003. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8675.00309>. Acesso em: 09 out. 2024.

YIN, R. K. **Pesquisa estudo de caso**: desenho e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 1994.

Jornalismo Automatizado e o uso de Inteligência Artificial (IA) no Brasil

Laura Rayssa de Andrade Cabral · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES).

Palavras-chave: jornalismo; automatização; softwares; Natural Language Generation.

O debate sobre a Inteligência Artificial (IA) vem se tornando cada vez mais recorrente em diversas áreas do conhecimento. Grande parte deve-se ao fato de ser um fenômeno em ascensão, graças à popularização e ao acesso que a IA Generativa vem provocando na sociedade. Muito embora a IA não seja uma novidade, tendo em vista que as primeiras aplicações práticas dessa tecnologia datam da década de 1950, nunca se produziu tantos dados digitais quanto hoje, fazendo com que o fenômeno ganhasse novas dimensões. Diante de todas as implicações que a IA reflete, como as reconfigurações nas rotinas laborais, a necessidade de aperfeiçoamento profissional e o uso adequado das tecnologias exponenciais, está a relação entre humanos e não-humanos.

É a partir disso que este trabalho busca compreender as implicações provocadas pela relação entre IA e Jornalismo Automatizado (Carlson, 2014; Graefe, 2016), com um olhar

voltado às organizações jornalísticas brasileiras. Para tanto, o objetivo geral é analisar como se dá a prática do Jornalismo Automatizado no Brasil, e o papel que o jornalista cumpre ou poderá cumprir nesse contexto, em diversos níveis de suas rotinas laborais. E os objetivos específicos são: a) descrever como organizações jornalísticas brasileiras estão fazendo uso de automatização e IA; b) compreender a atuação dos atores não-humanos no Jornalismo Automatizado; c) avaliar diferentes linguagens e formatos de narrativas escritas por IA; d) sintetizar o que é passível de inovação no jornalismo a partir da IA.

Assim sendo, iremos realizar um estudo de casos múltiplos (Yin, 2001; Gil, 2008), com duas organizações jornalísticas brasileiras: *Agência Pública* e *Aos Fatos*. A primeira é uma organização sem fins lucrativos, especializada em jornalismo investigativo, com foco na produção de grandes reportagens para a promoção do interesse público, fornecendo informações relevantes à sociedade. Já a segunda surgiu em 2015 e se dedica ao trabalho de fact checking, em que ao longo do tempo foi se destacando por sua atuação no combate à desinformação, sendo, inclusive, vencedora de premiações nacionais e internacionais. A escolha pelas duas organizações deve-se ao fato de serem pioneiras no uso de automatização juntamente com IA. A *Agência Pública* desenvolveu um projeto chamado “Reportagens para Ouvir”¹, com a finalidade de realizar leituras por IA de reportagens feitas pela própria agência, que são transformadas em áudio com cerca de 8 a 20 minutos e posteriormente veiculadas em seu site. A *Aos Fatos* realiza um monitoramento de desinformação nas plataformas de mídias sociais, a partir de um projeto denominado de *Radar Aos Fatos*², em que são feitas grandes reportagens com base nos dados obtidos por IA.

¹ Disponível em: <https://apublica.org/2023/10/agencia-publica-lanca-leitura-de-reportagens-por-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

² Disponível em: <https://www.aosfatos.org/radar/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

Correspondente por acaso: uma análise de influenciadores que praticam jornalismo

Mariela Cancelier · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel Ritter Longhi
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: redes sociais; Jornalismo; influenciadores digitais; brasileiros no Japão; jornalismo correspondente

A

popularização das redes sociais e a consolidação do *smartphone* como um objeto pessoal e indispensável no cotidiano permitiram que produtores de conteúdo sem formação jornalística ou na área da comunicação comessem a criar vídeos e textos com caráter informativo, frequentemente adotando abordagens e estruturas típicas do jornalismo. Esse fenômeno é evidente no Japão, onde conteúdos em português podem atualmente alcançar um público de cerca de dois milhões de japoneses e seus descendentes residentes no Brasil, além dos mais de 206 mil brasileiros que vivem no país asiático.

Brasileiros que foram ao Japão a trabalho ou estudo passaram a utilizar as redes sociais para mostrar a realidade do país por meio de seus cotidianos e experiências. Para atender à comunidade, esses novos influenciadores digitais optam por abordagens que lembram o jornalismo, como entrevistas com imigrantes e quadros comentando as notícias locais.

Como forma de complementar as informações adquiridas através do estudo de casos múltiplos, sugerimos a aplicação de entrevistas semiestruturadas com profissionais que atuam nas redações das organizações jornalísticas acima destacadas. O intuito é que tenhamos o máximo de informações, para que seja possível cruzá-las com os demais dados alcançados no estudo de casos, e possamos responder aos objetivos traçados neste trabalho. As entrevistas serão realizadas remotamente, através de videoconferência, uma vez que as organizações jornalísticas dos objetos empíricos se localizam em diferentes regiões do Brasil, esse formato virtual facilita a participação dos entrevistados, evitando deslocamentos e custos maiores para a pesquisadora.

Como principais resultados da pesquisa, esperamos tensionar sobre o Jornalismo Automatizado no Brasil enquanto prática inovadora nas redações; a constituição de novos ecossistemas jornalísticos em que trabalham mutuamente atores humanos e não-humanos, e a crescente utilização de tecnologias com IA no presente e no futuro do jornalismo.

Referências

CARLSON, M. The Robotic Reporter. **Digital Journalism**, 2014. DOI: 10.1080/21670811.2014.976412. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976412>. Acesso em: 15 set. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GRAEFE, A. **Guide to Automated Journalism**. Tow Center for Digital Journalism. Janeiro, 2016. Disponível em: <http://towcenter.org/research/guide-to-automated-journalism>. Acesso em: 17 set. 2024.

YIN, R. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. 2^a ed. Bookman, Porto Alegre: 2001. Disponível em: https://saudeglobaldotorgl.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf. Acesso em: 20 set. 2024.

Embora tais conteúdos frequentemente não se aprofundem na investigação política e cultural como faz o jornalismo tradicional, as produções dos influenciadores parecem ter potencial para preencher as lacunas deixadas pelos veículos oficiais de imprensa. Sartorato (2005) já observava os impactos da internet no jornalismo internacional, apontando que a conectividade global reduziu distâncias, custos de transmissão e democratizou o acesso à informação.

A internet possibilitou que qualquer pessoa divulgasse notícias e suas opiniões em uma plataforma de alcance global. Na ausência de correspondentes televisivos voltados para a comunidade brasileira no Japão, influenciadores digitais acabam assumindo esse papel de maneira indireta. O correspondente tem a vantagem de estar imerso em outra cultura, o que lhe permite transmitir acontecimentos com maior compreensão e acesso a fontes relevantes (Sartorato, 2005 *apud* Braga, 2016, p. 6).

Contudo, esses influenciadores podem assumir o papel de jornalistas correspondentes? Com base em uma revisão bibliográfica atual, este projeto pretende acompanhar influenciadores brasileiros no Japão para compreender como ocorre o planejamento e a produção de conteúdo nas redes sociais. A proposta é investigar se há uma aproximação com técnicas jornalísticas e como esses conteúdos se tornaram referências para as comunidades brasileira e japonesa.

A pesquisa visa contribuir para o campo do jornalismo digital, analisando a convergência de técnicas jornalísticas com as dinâmicas das redes sociais. Já a escolha do Japão para o objeto de estudo justifica-se pela raridade com que o país é abordado no jornalismo acadêmico, aparecendo com mais frequência em teses sobre medicina, política ou economia, como apontado em minha pesquisa preliminar. Além disso, o Brasil é o maior parceiro comercial do Japão na América Latina, sendo destino de 21,4 bilhões de dólares em investimentos japoneses, concentrados principalmente na indústria de transformação.

Para analisar essas características e identificar competências em comum entre jornalistas e influenciadores, a metodologia proposta é uma análise qualitativa de conteúdos com visualização baseada em gráficos de radar. Foram selecionados três perfis de influenciadores brasileiros na plataforma Instagram que residem no Japão e produzem conteúdo majoritariamente em português. Os três perfis escolhidos para a análise empírica foram selecionados com base em critérios importantes para a pesquisa, como o uso de técnicas jornalísticas em suas postagens, o número de seguidores e o nível de engajamento.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRAGA, K. L. **Jornalismo Internacional: Competências para atuação na área**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo), Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação, Universidade Católica de Brasília: Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ucb.br:9443/jspui/bitstream/123456789/8085/1/KamilaDeLimaBragaTCCGRADUACAO2016.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2024.

SARTORATO, E. S. **Correspondência internacional, privilégio da grande mídia**. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo), Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás: Goiânia, 2005. 62f. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/riserver/api/core/bitstreams/b85c58e1-07bf-4991-84e0-71ecba1b77f7/content>. Acesso em: 10 dez. 2024.

SILVEIRA, S. C. **Conteúdo jornalístico para smartphones: o formato da narrativa sistêmica no jornalismo ubíquo**. 2017. 223f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo (ECA/USP), São Paulo, 2017. 223f. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-01062017-093438/>. Acesso em: 10 dez. 2024.

4

COBERTURA JORNALÍSTICA E IMPACTOS SOCIAIS

Representações de mulheres agricultoras na cobertura jornalística 59

– Diana Mannes Koch

Imprensa: escassez de informações sobre a violência psicológica contra a mulher 62

– Karla Gabriela Quint

“Coitados” e “violentos”: narrativas sobre pessoas em situação de rua em SC 65

– Patrícia Hadlich Aquino

Vozes deficias: aleijando representações de mulheres com deficiência no Jornalismo 68

– Thais Araujo

Representações de mulheres agricultoras na cobertura jornalística

Diana Mannes Koch · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Terezinha da Silva
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

Palavras-chave: cobertura jornalística; gênero; território rural; mulheres agricultoras; Movimento das Mulheres Camponesas.

O território rural impacta profundamente a vida das mulheres agricultoras, pois a geografia local, a economia, os costumes e os valores que circulam nesse ambiente interferem diretamente nas suas liberdades e escolhas. Uma série de levantamentos¹ realizados em 2021 pela Associação Brasileira de Reforma Agrária (ABRA), em parceria com a Friedrich-Ebert-Stiftung Brasil (FES Brasil), aponta que a abordagem da categoria gênero em contextos rurais envolve diversos aspectos. Como as longas distâncias entre vizinhos, as estradas precárias, os meios de transporte reduzidos, a falta de telefonia e internet, a ausência de serviços de saúde e de delegacias especializadas, além de tradições e práticas próprias das comunidades rurais. São camadas de violências e desigualdades naturalizadas que se desdobram na negação do direito à herança de terra, na restrição ao espaço doméstico/privado, na falta de opções de lazer, na obrigatoriedade do trabalho reprodutivo e do cuidado e no não reconhecimento como agricultora.

¹ Disponível em: <https://brasil.fes.de/publicacoes.html>.

Observando essa realidade, consideramos que gênero e territorialidade se interseccionam como fatores de exclusão e discriminação, contribuindo para processos de precariedade na vida das mulheres do campo. Consideramos que o território é composto por aspectos materiais (espaço físico) e imateriais (espaço social) e, defendemos, de acordo com Rossana Cagnone (2023), que é necessário um olhar com perspectiva feminista para os territórios que contemple essas desigualdades e considere a dimensão do corpo também como um território. Nesse sentido, compreendemos gênero conforme Joan Scott (1998, p. 16), “uma forma primeira de classificar as relações de poder”, a qual precisa ser examinada concretamente, contextualmente e de considerá-la como um “fenômeno histórico, produzido, reproduzido e transformado em diferentes situações ao longo do tempo” (Scott, 1994, p. 19).

A partir dessa reflexão, elaboramos as seguintes questões-problema para nortear a investigação: as mídias hegemônicas pautam temáticas relacionadas às vivências das mulheres do campo? Se sim, quais representações são construídas por essas mídias e em que medida tencionam gênero e território? Ao observar invisibilidades e lacunas na cobertura jornalística, quais são as estratégias comunicacionais que as mulheres do campo adotam através do *Movimento das Mulheres Camponesas (MMC)*² para evidenciar e difundir suas agendas? De que forma essa comunicação própria auxilia no fortalecimento da identidade coletiva e do reconhecimento do trabalho feminino no campo?

O objetivo desta pesquisa, portanto, é interseccionar jornalismo, gênero e agricultura familiar a fim de identificar representações acionadas em reportagens que pautam a mulher agricultora, verificar se especificidades relacionadas ao território são abordadas nas produções jornalísticas

² O Movimento de Mulheres Camponesas (MMC) é um movimento social brasileiro de mulheres trabalhadoras do campo, das águas e das florestas. Mais informações disponíveis em: <https://mmcbrasil.org/>

e investigar estratégias comunicacionais desenvolvidas por essas mulheres para divulgação de suas agendas. Para isso, esta pesquisa está dividida em dois eixos: 1. Análise de coberturas jornalísticas de veículos nacionais, para compreender como o jornalismo hegemônico constrói sentidos sobre mulheres agricultoras e 2. Entrevistas com participantes do *Movimento das Mulheres Camponesas (MMC)*, para verificar como o maior movimento social de mulheres do campo no Brasil desenvolve suas próprias práticas comunicacionais e de que maneira essas ações auto-organizadas vêm transformando a vida, o trabalho e o território rural. Utilizaremos o conceito de Representações Sociais de Serge Moscovici (2015) como operador teórico-metodológico para análise dos materiais jornalísticos e entrevistas em profundidade para compreender como as mulheres do MMC se organizam em busca de visibilidade.

Referências

CAGNONE, R. C.; LEZICA, L. R. Olhares e caminhadas coletivas: experiências de extensão rural e pesquisa-ação feminista no leste do Uruguai. In: HERNÁNDEZ, D. T. C.; JIMÉNEZ, M. B. (Orgs). **Corpos, territórios e feminismos**: compilação latino-americana de teorias, metodologias e práticas políticas. São Paulo: Elefante, 2023.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. IIª edição. Petrópolis: Vozes, 2015.

SCOTT, J. W. **Gênero**: uma categoria útil para a análise histórica. Tradução: Maria Betânia Ávila e Cristine Dabatt. Recife: SOS Corpo, 1998.

SCOTT, J. W. **Preface a gender and politics of history**. Cadernos Pagu, nº. 3, Campinas/SP, 1994.

Imprensa: escassez de informações sobre a violência psicológica contra a mulher

Karla Gabriela Quint · Mestrado

Orientador: Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: Jornalismo; violência contra a mulher; violência psicológica; gênero; Direitos Humanos.

Amparada sob a compreensão de que a produção do jornalismo tem como potencial ressignificar contextos sociais e apresentar suas complexidades e singularidades (Genro Filho, 2012), a presente pesquisa parte do pressuposto de que, assim como a cobertura sobre feminicídio e outras violências de gênero, a violência psicológica contra a mulher também é digna de atenção. Quando debatemos sobre violências de gênero, estamos mais inclinados a pensar sobre as que são cometidas contra os corpos das vítimas, sejam elas sexuais, como o assédio ou o estupro, ou contra a vida, como o feminicídio. No entanto, a Lei Maria da Penha, instituída em 2006, considera cinco os tipos de crimes contra a mulher: violência física, psicológica, sexual, patrimonial e moral.

Para avançarmos, é importante refletir que a Lei compreende por violência psicológica, foco desta pesquisa,

condutas que causem dano emocional e que afetem a autoestima, constrangimento, humilhação ou qualquer outra forma de prejuízo à saúde psicológica e à autodeterminação (Lei 11.340/2006 - Lei Maria da Penha). Este crime também está previsto no Código Penal. A Lei nº 14.188, de 2021, em seu artigo 147-B, o define com semelhança à Lei Maria da Penha, e estabelece pena de seis meses a dois anos, e multa, se a conduta não constitui crime mais grave. Desde que foi incluído no código penal, a primeira decisão judicial por crime de violência psicológica contra a mulher ocorreu em Santa Catarina. Em janeiro de 2023, um homem foi condenado a um ano de reclusão pelo crime contra a companheira, em decisão inédita da 2ª Vara Criminal da comarca de Lages, na Serra Catarinense.

Neste estudo, buscamos entender o porquê da escassez de informações sobre a violência psicológica na imprensa catarinense. Este problema de pesquisa foi modificado ao longo do percurso, a partir de um levantamento preliminar do material jornalístico publicado em veículos hegemônicos e com perspectiva de gênero de Santa Catarina, como o *NSC Total*, *ND Mais* e o *Portal Catarinas*. Identificamos, até agora, com apoio da análise de conteúdo, em diálogo com Bardin (1977) e Herscovitz (2008), ser um tema com poucas matérias publicadas e informações rasas sobre o assunto. Por este motivo, também acabamos por não estipular um período de análise, que foi estendido para “em qualquer data” na ferramenta de busca. Sendo assim, os procedimentos metodológicos também estão baseados no estudo exploratório e descritivo, recorrendo a Triviños (1987). Além disso, a bibliografia do estudo apoia-se em estudos de gênero e interseccionalidade, e estudos de outras áreas, como psicologia, direito e sociologia, para tentar compreender o porquê da invisibilidade dessa violência e, por consequência, a escassez de informações divulgadas pela imprensa.

Ao constatarmos a insuficiência de materiais relativos a violência psicológica contra a mulher e relações conjugais

“Coitados” e “violentos”: narrativas sobre pessoas em situação de rua em SC

Patrícia Hadlich Aquino · Mestrado

Orientador: Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil
(CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: Jornalismo; pessoas em situação de rua;
Direitos Humanos; decolonialidade.

Como consequência da pandemia de covid-19 e do desmonte de políticas públicas durante o governo de extrema-direita de Jair Bolsonaro, o número de pessoas em situação de rua cresceu 38% no Brasil entre 2019 e 2022, segundo o *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)*. Houve, ainda, uma mudança de perfil: a população de rua – composta majoritariamente por homens negros – passou a incluir famílias inteiras.

Após esses anos, os poderes Executivo e Judiciário retomaram os esforços institucionais de garantia dos direitos humanos a essa população. Porém, em Santa Catarina, até mesmo as normativas se tornaram mais violentas. Destacamos, aqui, a aprovação da internação compulsória em, pelo menos, quatro municípios.

Desta forma, temos como objeto de estudo as narrativas sobre pessoas em situação de rua em jornais de referência de Santa Catarina, no período pós-pandêmico e pós-governo

abusivas nos veículos de Santa Catarina citados acima, os objetivos voltaram-se a compreender as razões pelas quais há escassez de informações sobre este tema, e relacionar a importância da prática jornalística nesse debate para a manutenção dos Direitos Humanos e a promoção de políticas públicas contra a violência de gênero no Brasil. Assim, a presente proposta de pesquisa parte da seguinte pergunta: por que há escassez de informação sobre a violência psicológica contra a mulher na imprensa catarinense?

Entendemos que a violência psicológica contra a mulher, que normalmente antecede e está relacionada a outras violências de gênero, merece reconhecimento e aprofundamento na prática jornalística para ampliarmos esse debate se desejamos um país com menos violência de gênero e mais equidade.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. **Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006**. Cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher [...]. Brasília, DF: Presidência da República, 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111340.htm. Acesso em: 13 ago. 2023.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, C. **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. (Coleção Fazer Jornalismo) ISBN 978-95-326-3503-7.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

Bolsonaro. O objetivo é compreender quais narrativas dominam as reportagens. O empírico são os jornais *ND Mais* e *NSC Total*, os maiores conglomerados de comunicação do Estado. O período demarcado para a pesquisa é de janeiro de 2023 a junho de 2024.

A proposta teórica de Adelmo Genro Filho (1987) serve de base para a pesquisa, que também aciona pensadores decoloniais para refletir sobre o processo de colonização e o entendimento do Outro (Fanon, 2020; 2022; Herrera Flores, 2009; Freire: 1979; 1996; 2005). Também são referência no estudo a *Política Nacional para a População em Situação de Rua* (2009), a *Constituição Cidadã* (1988) e a *Declaração Universal dos Direitos Humanos* (ONU, 1948).

Os procedimentos metodológicos estão divididos em três etapas: varredura nos portais para identificação e seleção de reportagens; estudo exploratório para levantamento e recorte do corpus, apoiados na Análise de Conteúdo (Bardin, 2016); como também a Análise da Narrativa (Motta, 2013). Apoiamo-nos, também, nos recursos da pesquisa participante (Peruzzo, 2006), a fim de apreender o fenômeno social a partir de dentro.

Resultados preliminares apontam para a predominância de narrativas que representam as pessoas em situação de rua como “coitados(as)” e “violentos (as)”. Identificamos ainda fragilidades na contextualização da complexidade da rua e fortalecimento de discursos individualistas. Tais fatores contribuem para a pouca presença de políticas públicas, além do fortalecimento do medo e insegurança contra as pessoas que vivem nas ruas, o que nutre o silêncio social necessário para a adoção de práticas mais truculentas.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 13 mai. 2024.
- BRASIL. Decreto nº 7.053, de 23 de dezembro de 2009. **Institui a Política Nacional para a População em Situação de Rua**. Diário Oficial da União. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D7053.htm Acesso em: 13 mai 2024.
- FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas**. São Paulo, SP: Ubu Editora, 2020.
- FANON, F. **Os condenados da terra**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.
- FREIRE, P. O Compromisso do profissional com a sociedade. In: FREIRE, P. **Educação e mudança**. 12a ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa / Paulo Freire. - São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro. Paz e Terra. 2005.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Tchê! Editora Ltda. 1987.
- HERRERA FLORES, J. **A reinvenção dos direitos humanos**. Florianópolis, SC: Fundação Boiteux, 2009.
- IPEA - **Estimativa da população em situação de rua no Brasil** (2012-2022). Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/13457-populacao-em-situacao-de-rua-supera-281-4-mil-pessoas-no-brasil> Acesso em: 13 mai. 2024.
- MALDONADO-TORRES, N. **Apuntes sobre la colonialidad de la paz**. Artigo publicado em Frantz Fanon Foundation em jun/20. Disponível em: <https://fondation-frantzfanon.com/notes-on-the-coloniality-of-peace/> Acesso em: 01 set. 2024.
- MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2013.
- ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universaldeclaration/translations/portuguese?LangID=por> Acesso em: 23 set. 2023.
- PERUZZO, C.M.K. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J; BARROS, A. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

Vozes defieças: aleijando representações de mulheres com deficiêcia no Jornalismo

Thais Araujo · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Terezinha Silva
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC)

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo com perspectiva de gênero; deficiêcia; jornalismo anticapacitista; mulheres com deficiêcia.

O reconhecimento da cidadania e a inclusão das pessoas com deficiêcia nos diversos espaços da vida social são condicionados de forma significativa pelo modo como a sociedade constrói representações sobre elas e suas práticas. O jornalismo, enquanto prática comunicativa institucionalizada (Silva; França, 2017), que fundamenta historicamente sua relevância enquanto instituição social sobre o valor do interesse público e da defesa da cidadania (Gomes, 2009; Silva; França, 2017), tem papel fundamental nesse processo.

Em pesquisa anterior (Freitas, 2021), observamos que a mídia hegemônica pouco incorpora uma dimensão cidadã e emancipatória das pessoas com deficiêcia, nelas silenciadas de duas formas: por exclusão e por tutela. Neste trabalho, voltamos nossos esforços de análise para mídias alternativas que se definem com perspectiva de gênero e que têm entre seus valores o anticapacitismo (são contrárias à discriminação de pessoas com deficiêcia): *Portal Catarinas* e *Revista*

AzMina. Partimos do pressuposto que, ao problematizarem a objetividade jornalística (Costa, 2018), tensionando lógicas hegemônicas masculinista e heterossexista, tais mídias são mais sensíveis a outras hierarquias e desigualdades sociais, como as decorrentes da lógica da corponormatividade e da capacidade obrigatória, interseccionadas com o gênero, entendido como forma primeira de significar relações de poder (Scott, 1990, p. 21).

Tomamos, portanto, como pergunta de pesquisa: em que medida a inclusão discursiva de mulheres com deficiêcia em relatos jornalísticos pode “aleijar” — rejeitar a ideia de que não ter uma deficiêcia é um estado natural de todo ser humano — as representações sobre elas em circulação na sociedade, de modo a lhes garantir posição de sujeitas de seus próprios discursos e histórias, em vez de submetê-las à condição de objetos? Como objetivo geral: compreender as potencialidades da inclusão discursiva de mulheres com deficiêcia em relatos jornalísticos de dois portais com perspectiva de gênero para “aleijar” as representações sobre elas em circulação na sociedade. Para isso, utilizamos a estratégia da triangulação metodológica - combinação e cruzamento de metodologias e técnicas de pesquisa - que nos será útil não para alcançar a “verdade” sobre nosso objeto de estudo, mas para compreender como determinados aspectos da vida cultural e social “se articulam em um momento específico da história e da sociedade” (Fígaro, 2014, p. 1545).

Para analisar o material coletado — até agora 90 unidades de análise na *Revista AzMina*; e 188 no *Portal Catarinas* — após definido o corpus, aplicaremos, inicialmente, entrevistas com ativistas da temática da deficiêcia - dois de cada região do país. Consideramos que são, conforme Mingus (2011, n.p.), “pessoas politicamente com deficiêcia”, com leitura crítica acerca das injustiças, desigualdades, opressões que recaem sobre pessoas com deficiêcia, e não apenas “descritivamente com deficiêcia”. Acreditamos que a partir dessas entrevistas será possível obter respostas que nos

auxiliarão a compreender lacunas e possibilidades para uma cobertura jornalística mais qualificada e respeitosa sobre essa temática.

A partir das categorias identificadas nas respostas das/os entrevistadas/os, vamos analisar os produtos jornalísticos, observando se a inclusão discursiva das mulheres com deficiência em mídias com perspectiva de gênero atendeu em alguma medida as lacunas/problemas apontados pelas/pelos entrevistados.

Referências

COSTA, J. G. **Jornalismo feminista**: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo. 2018. 218 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

FIGARO, R. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo-RS, v. 16, n. 2, p. 124-131, mai./ago. 2014.

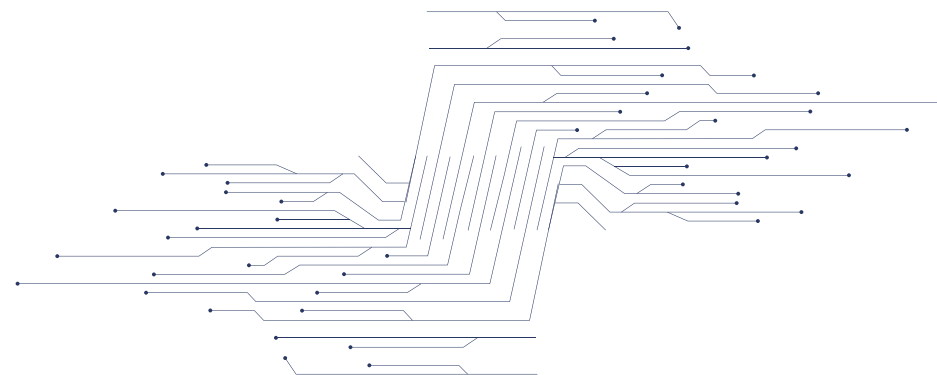
FREITAS, T. A. **Representações sociais de pessoas com deficiência em notícias do portal G1**. 2021. 419 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

GOMES, W. Jornalismo e interesse público. In: GOMES, W. **Jornalismo, fatos e interesses**: Ensaios de teoria do jornalismo. Série Jornalismo a Rigor. V. 1. Florianópolis: Insular, 2009.

MINGUS, M. **Moving toward the Ugly**: A politic beyond desirability [post em blog]. Leaving Evidence. 2011. <https://leavingevidence.wordpress.com/2011/08/22/moving-toward-the-ugly-a-politic-beyonddesirability/>.

SCOTT, J. Gênero, uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**, v. 16, n. 2, Porto Alegre: UFRGS, 1990.

SILVA, T.; FRANÇA, V. Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais. **E-compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 20, n. 3, p.1-21, 2017.



5

CONHECIMENTO E TRAJETÓRIAS PROFISSIONAIS

Mulheres jornalistas no Sul: uma análise sobre acesso e permanência na profissão 73

– Aline de Oliveira Rios

Parâmetros das epistemologias feministas para a forma de conhecer do Jornalismo 75

– Gabriela Bregolin Grillo

Apontamentos sobre o perfil das jornalistas negras na região Norte do Brasil 78

– Jaine Araújo

Jornalistas como trabalhadores de dados: precarização laboral e reificação 81

– Leopoldo Pedro Neto

Mulheres jornalistas no Sul: uma análise sobre acesso e permanência na profissão

Aline de Oliveira Rios · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

Palavras-chave: mulheres jornalistas; acesso e permanência; interseccionalidade; perfil do jornalista.

A presente pesquisa busca compreender, de uma perspectiva interseccional, como as condições de trabalho para mulheres jornalistas que exercem a atividade jornalística nos três estados do Sul do Brasil forjam lógicas de acesso e permanência na profissão na contemporaneidade.

Para tanto, tem-se como objetivo geral identificar as condições de trabalho atualmente vivenciadas por mulheres jornalistas¹ para verificar como estas contribuem para o acesso e a permanência na profissão. Esta pesquisa conta com cinco objetivos específicos: 1. desenvolver uma matriz de análise com perspectiva interseccional para compreender as condições de trabalho para mulheres jornalistas que atuam no Sul do Brasil; 2. promover uma análise descritiva sobre as condições de trabalho relatadas por mulheres jornalistas dos três estados do Sul do país ao *Perfil do Jornalista Brasileiro* (2021); 3. selecionar e entrevistar mulheres jornalistas entre as respondentes do *Perfil do Jornalista Brasileiro* (2021) do Sul para identificar as principais lógicas de acesso e permanência

¹ Seguindo a perspectiva interseccional, a pesquisa irá contemplar a participação de mulheres cisgênero, mulheres transgênero e travestis.

na profissão; 4. verificar o quanto e como a incidência de marcadores sociais (raça, etnia, gênero, classe) afeta o acesso e a permanência de mulheres na atividade jornalística no Sul do Brasil; e 5. refletir sobre possíveis efeitos das lógicas de acesso e permanência vivenciadas por mulheres jornalistas para o jornalismo no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Segundo o Perfil do Jornalista do Sul (Lima *et al.*, 2023), as mulheres representam 57,9% do contingente de profissionais em atividade no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Mas, apesar disso, análises recentes sobre o trabalho no jornalismo brasileiro indicam que, ao se aplicar o recorte de gênero, mais da metade das jornalistas está trabalhando fora da mídia (Barros *et al.* 2023) e, que a atividade profissional repele as mulheres (Kikuti *et al.* 2022).

Referências

BARROS, J. V.; NICOLETTI, J.; LIMA, S. P. (Orgs). **O Trabalho de Jornalistas no Brasil**. Desigualdades, identidades e precariedades. Florianópolis: Editora Insular, 2023.

KIKUTI, A.; ROCHA, P. M.; MICK, J. Masculinização e desfeminização no jornalismo em crise no Brasil (2012-2017). **Revista Estudos Feministas**, 30 (2). 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2022v30n275032>. Acesso em: 12 jan. 2024.

LIMA, S. P.; MICK, J.; NICOLETTI, J. (Coord). **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2023.

LIMA, S. P. *et al.* **Perfil do Jornalista do Sul 2023**. Características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2023.

Parâmetros das epistemologias feministas para a forma de conhecer do Jornalismo

Gabriela Bregolin Grillo · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick
Linha de Pesquisa: Conhecimento e profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: epistemologia do jornalismo; epistemologias feministas; teorias do jornalismo.

Concepções das epistemologias feministas sobre as práticas de produção de conhecimento e os parâmetros que estão no centro de como tais epistemologias qualificam essas práticas podem ser aplicados às questões epistemológicas próprias do jornalismo? Neste trabalho, abordo essa que é uma das questões da minha pesquisa de doutorado, a partir da qual proponho uma incursão pelas epistemologias feministas para investigar se e como elas podem contribuir para a compreensão da especificidade do conhecimento social produzido pelo jornalismo e colaborar para a construção de parâmetros adequados de investigação e justificação para esse conhecimento.

Minha hipótese é a de que a ênfase de epistemologias feministas sobre diferentes dimensões do aspecto social da produção do conhecimento converge com incertezas latentes no campo da epistemologia do jornalismo sobre como articular relatos de sujeitos em diferentes posições sociais e como construir parâmetros de investigação e de

avaliação desses relatos que não reproduzam desigualdades e preconceitos impregnados nas estruturas vigentes. Essa hipótese tem como base alguns pontos levantados pela crítica feminista que deslocam a questão do que conta como conhecimento e como ele é feito para um campo distinto daquele sobre o qual o jornalismo profissional se estrutura. Destaco, entre esses pontos, o questionamento da cisão entre público e privado; a ênfase no caráter relacional dos objetos e das identidades, e não na essência ou no sujeito; a quebra do ideal de distanciamento para com as pessoas e os objetos estudados (no caso do jornalismo, com as fontes); a atenção a camadas cotidianas dos acontecimentos.

Algumas questões evidenciadas no desenvolvimento da discussão proposta: o jornalismo exerce ou pode exercer uma função social de cuidado? Quem cuida das pessoas que fazem o jornalismo? Como assegurar sustentabilidade para o exercício de relações baseadas no cuidado? Qual é o papel do público na composição dessas relações? E, principalmente, quais são as implicações de deslocar os parâmetros de qualificação do jornalismo, de um ideal de objetividade e imparcialidade para outro, de responsabilidade e cuidado como fundamento da relação de confiança com os públicos?

Referências

CAMPONEZ, C. Entre verdade e respeito: por uma ética do cuidado no jornalismo. **Comunicação e Sociedade**, v. 25, p. 110–123, 2014. Disponível em: [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1863](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1863). Acesso em: 29 set. 2024.

COSTA, J. **Jornalismo feminista**: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/193588>. Acesso em: 22 mar. 2023.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

HARAWAY, D. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, n. 5, p. 07–41, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1773>. Acesso em: 22 mar. 2023.

HARDING, S. A instabilidade das categorias analíticas na teoria feminista. In: HOLLANDA, H. B. (org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

JONES, J. Caring with the Public: An Integration of Feminist Moral, Environmental, and Political Philosophy in Journalism Ethics. **Journal of Media Ethics**, [s. l.], v. 36, n. 2, p. 74–84, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23736992.2021.1926255>. Acesso em: 29 set. 2024.

RAGO, M. Epistemologia feminista, gênero e história. In: HOLLANDA, H. B. (org.). **Pensamento feminista brasileiro**: formação e contexto. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

SATTLER, J. **Epistemologia feminista**. 2019. Disponível em: <https://ppgd.ufsc.br/files/2019/05/Epistemologia-Feminista-texto-para-leitura-previa.pdf>. Acesso em: 29 set. 2024.

SILVEIRA-BARBOSA, P.; ROCHA, P.; WOITOWICZ, K.. Contribuições feministas ao jornalismo: o ativismo como prática transformadora. **Sur le journalisme**, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 30–45, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/SLJ.v13.n1.2024.507>. Acesso em: 29 set. 2024.

STEINER, L.; OKRUSCH, C. Care As a Virtue for Journalists. **Journal of Mass Media Ethics**, [s. l.], v. 21, n. 2–3, p. 102–122, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08900523.2006.9679728>. Acesso em: 29 set. 2024.

VEIGA DA SILVA, M.; MAROCCO, B.. O feminino no “Livro de Repórter”: uma mirada epistemológica de gênero sobre as práticas jornalísticas. **Brazilian Journalism Research**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 30–53, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n1.2018.1029>. Acesso em: 10 dez. 2020.

Apontamentos sobre o perfil das jornalistas negras na região Norte do Brasil

Jaine Araújo · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Linha de Pesquisa: Conhecimento e profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0.

Palavras-chave: interseccionalidade; jornalismo brasileiro; jornalistas mulheres; jornalistas negras; jornalistas no Norte.

Passo inicial de uma pesquisa de doutorado sobre as trajetórias de jornalistas negras que atuam nos estados do Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, este texto visa responder à pergunta: qual é o perfil das jornalistas negras que atuam no Norte no Brasil quanto aos marcadores autoidentificação racial, identidade de gênero, idade, escolaridade, tempo de carreira e faixa salarial? Para isso, recorri às respostas das jornalistas negras no Norte do Brasil ao survey do *Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho* (Lima et al., 2022)¹.

O conceito de interseccionalidade (Crenshaw, 1989) é a lente teórico-analítica que possibilita focar sujeitas não alcançadas por categorias como “jornalistas” ou “mulheres jornalistas” ou “jornalistas negros”. Os dados do *Perfil do jornalista brasileiro 2021* mostram que a profissão, no país,

é majoritariamente ocupada por mulheres (58%), das quais 68% são brancas (Lima et al., 2022), o que reitera que a categoria “mulher” não visibiliza a multiplicidade de experiências e dinâmicas de desigualdades que alcançam diferentes grupos sociais.

A maioria das jornalistas negras no Norte é negra, sendo 9,9% autodeclaradas pretas e 50%, pardas². No recorte das respostas ao *Perfil do jornalista brasileiro 2021* que continha somente os dados fornecidos por jornalistas negras no Norte, não houve incidência de outros termos para se referir à identidade racial, mas, no recorte dos dados referente às respostas de jornalistas mulheres da região, houve menção ao termo “morena”. É relevante aprofundar este aspecto na tese.

Quanto à identidade de gênero, todas as respondentes se identificaram com o feminino. Apesar disso, é necessário atentar para a percepção de outras identidades de gênero no desenvolvimento da pesquisa, pois tal marcador produz especificidades nas trajetórias pessoais e profissionais de cada sujeita.

Sobre a faixa etária, as jornalistas negras na região Norte são assim caracterizadas: 31,9% estão entre os 23 e os 30; e 38,5% têm entre 31 e 40 anos. Talvez seja relevante investigar se a idade e o ingresso na profissão têm a ver com as políticas de ações afirmativas no ensino superior, pois, conforme os dados, mais da metade das jornalistas negras no Norte estudou ou estuda em universidades federais.

Com relação à escolaridade, jornalistas negras no Norte apresentam taxas elevadas de acesso aos níveis de ensino superior completo, especialização, mestrado e pós-doutorado em relação aos jornalistas no Norte. Entre as respondentes negras, 45,6% disseram ter ensino superior completo; 28,6%, especialização; 12,1%, mestrado; e 9,9% estavam cursando o ensino superior. A taxa de jornalistas negras na região com

¹ Agradeço a Samuel Lima e Janara Nicoletti pela disponibilização dos dados.

² A categoria “parda” carece de problematização. No Norte, especificamente por invisibilizar os povos indígenas.

doutorado, pós-doutorado e somente com o ensino médio é a mesma: 1,1%. Contudo, a porcentagem de jornalistas negras no Norte com doutorado (1,1%) é inferior à dos jornalistas no Norte (3,3%).

As jornalistas negras com atuação em jornalismo entre dois e cinco anos são maioria: 23,6% das consultadas; depois vêm as com experiência entre seis e dez anos (19,8%), e entre 11 e 15 anos (17%). Em diálogo com a análise feita por Lima *et al.* (2023) sobre os dados referentes aos jornalistas no Norte, a atuação de jornalistas negras na região é curta. Setenta e nove vírgula sete por cento das jornalistas negras no Norte têm salários de até 5.500 reais mensais. Esse índice é ligeiramente superior ao dos jornalistas da região: 77,3% (Lima *et al.*, 2023).

Referências

CRENSHAW, K. Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of discrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. In: **University of Chicago Legal Forum**, 1989, p. 139-167. Disponível em: <https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=uclf>. Acesso em: 29 set. 2024.

LIMA, S. *et al* (Coord. Geral). **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. 1. ed. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>. Acesso em: 1 out. 2022.

LIMA, S (Coord. Geral). **Perfil do jornalista do Norte 2023**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. 1. ed. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2023. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2023/10/2023-10-22-Perfil-do-Jornalista-do-Norte-MARLUCE-ZACARIOTTI-et-al.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Jornalistas como trabalhadores de dados: precarização laboral e reificação

Leopoldo Pedro Neto · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação e do Jornalismo; trabalho jornalístico; datatificação.

O projeto tem como objetivo analisar jornalistas brasileiros que atuam em plataformas globais de Inteligência Artificial (IA) por meio de uma pesquisa exploratória. A intenção nesse contexto é entender se esses trabalhadores buscam empregos nessas plataformas para aumentar sua renda, assumindo múltiplas funções no seu contexto laboral (como jornalistas e como trabalhadores de dados), ou se trabalham nesses espaços devido a fenômenos como o desemprego e a falta de oportunidades de inserção no mercado de trabalho (Lima *et al.*, 2022). Com os mecanismos digitais do capitalismo penetrando nas esferas de produção e reprodução da vida dos jornalistas globalmente, a plataformização do trabalho jornalístico aumenta a precariedade e degrada a qualidade de seu trabalho (Souza *et al.*, 2024). O contexto jornalístico brasileiro também enfrenta altas taxas de desemprego e demissões, o que leva esses trabalhadores a buscar múltiplos trabalhos para aumentar sua renda ou até mesmo para garantir um

salário digno (Lima, 2022).

Como esses trabalhadores altamente qualificados estão relacionados ao papel da comunicação e da produção de dados para a IA, delineando as condições e complexidades de seu trabalho enquanto atuam como um “chão de fábrica da inteligência artificial”? Quais são as particularidades dos jornalistas que trabalham como trabalhadores de dados e eles utilizam suas habilidades como uma estratégia em seu trabalho? Como hipótese, proponho que as condições de precarização social e desemprego contribuem para a reificação (Lukács, 1971) desses trabalhadores em relação aos seus processos laborais.

Na vertente teórico-metodológica, pretendo realizar uma revisão da literatura sobre: 1) trabalhadores de dados e a cadeia de valor dos dados; 2) trabalho digital, plataformização e capitalismo digital. Empiricamente, realizarei entrevistas qualitativas semi-estruturadas com esses trabalhadores para lançar luz sobre esses processos de trabalho de produção e comunicação (Grohmann; Araújo, 2021). Um protocolo de perguntas será desenvolvido para uma abordagem de pesquisa qualitativa semi-estruturada, a fim de entender seus históricos, condições de trabalho e as convergências e divergências entre suas identidades sociais como jornalistas e trabalhadores de dados. A coleta de dados ocorrerá antes do período da bolsa. Com os resultados, pretendo contribuir e explorar um novo aspecto do trabalho com dados e novas dimensões sobre a precarização e a subsunção do trabalho jornalístico ao capital (Marx, 2013). Do ponto de vista epistemológico, teórico e ontológico, o trabalho se ampara na perspectiva do materialismo histórico (Lukács, 1971; Marx, 2013), com fundamentos na crítica da economia política da comunicação e do jornalismo, na teoria marxista do jornalismo e nos estudos em trabalho jornalístico.

Referências

GROHMANN R.; FERNANDES ARAÚJO W. Beyond Mechanical Turk: The Work of Brazilians on Global AI Platforms. In: Verdegem, P (ed.). **AI for Everyone?**. London: University of Westminster Press. Disponível em: <https://doi.org/10.16997/book55.n>. Acesso em: 02 out. 2024.

LIMA, S. et al P. (Org.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021:** características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. 1.ed. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. 220 p.

LUKÁCS, G. **History and class consciousness:** studies in Marxist dialectics. Cambridge, Mass: MIT Press, 1971.

MARX, K. **O capital:** crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

NICOLETTI, J.; FIGARO, R. . Platform economy and journalism: another side to the precarious labor environment in Brazil. **Observatorio (OBS*)**, v. 17, n. 5, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.15847/obsOBS17520232423>. Acesso em: 02 out. 2024.

ÖRNEBRING, H. Journalists thinking about precarity: Making sense of the “new normal”. **#ISOJ Journal**, v. 8, n. 1, p. 109-127. Disponível em: <https://isoj.org/research/journalists-thinking-about-precarity-making-sense-of-the-new-normal/>. Acesso em: 02 out. 2024.

SHESTAKOVSKY, B. . Cleaning up data work: Negotiating meaning, morality, and inequality in a tech startup. **Big Data & Society**, v. 11, n. 3. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/20539517241285372>. Acesso em: 02 out. 2024.

SOUZA, R. B. R. Critical-emancipatory journalism and marxist ethics: the praxis of news against the order of capital. **Brazilian Journalism Research**, v. 20, n. 1, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v20n1.2024.1611>. Acesso em: 02 out. 2024.

6

CRÍTICA MUSICAL E MÍDIAS SONORAS

- A cobertura radiofônica do Carnaval carioca nos 40 anos da Sapucaí (1984-2024)** 85
– Anderson Luiz Condor Baltar
- A configuração das fontes em podcasts jornalísticos brasileiros** 88
– Gessiela Nascimento da Silva
- Funções da crítica musical: proposta de categorias em uma coluna de *O Estado*** 91
– Giovanni de Sousa Vellozo
- A história da *Rádio Ponto UFSC* e seu papel no ensino, pesquisa e extensão** 94
– Luis David Padilha
- Vagalume, Jota Efegê, Francisco Duarte: história do Carnaval e da imprensa** 97
– Matheus Lobo Pismel

A cobertura radiofônica do Carnaval carioca nos 40 anos da Sapucaí (1984-2024)

Anderson Luiz Condor Baltar · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Valci Regina Mousquer Zuculoto
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagem e Inovação

Palavras-chave: carnaval; escolas de samba; radiojornalismo; cobertura radiofônica; história do rádio.

Nascido a partir de manifestações carnavalescas das populações negras e periféricas do Rio de Janeiro, o desfile das escolas de samba teve sua primeira edição em 1932, promovido pelo jornal *O Mundo Sportivo*. Em 1951, teve a sua primeira cobertura radiofônica, pela extinta *Rádio Continental* (Zuculoto, 2012). A partir dos anos 1960, passou a ser um evento de grande efeito massivo, atraindo a atenção da mídia. Nos anos 1970 e 1980, transformou-se em um espetáculo televisivo, transmitido para todo o país. Porém, valeu-se do rádio para divulgar os sambas das escolas, seus compositores e cantores.

Por conta desta relação umbilical com o jornalismo e, sobretudo, com o meio radiofônico, consideramos importante estudar a relação entre o desfile das escolas de samba e o radiojornalismo. Com base neste contexto, propomos um olhar sobre a constituição histórica da cobertura de Carnaval nos últimos 40 anos. O recorte temporal não foi escolhido por acaso. A inauguração do Sambódromo, em 1984, foi um divisor de águas na história desta manifestação, por ser um palco definitivo que propiciou o incremento das condições

estruturais do evento para desfilantes e público (Cabral, 1996).

Neste período, algumas emissoras marcaram época com suas coberturas carnavalescas. Uma das principais foi a *Tropical FM*, que chegou a ser a terceira colocada em audiência no Rio de Janeiro com uma programação voltada para o samba e o Carnaval (Baltar, 2023). Merecem menção também, dentre outras, estações comerciais como a *Tupi*, *Globo*, *Manchete* e *Mania*; e públicas, como a *Nacional* e *Roquette Pinto*. Com a popularização da Internet a partir da primeira década deste século, as webrádios começaram a florescer, permitindo o aparecimento de veículos segmentados e desterritorializados (Prata, 2009). Dentro desta nova tendência, a cobertura carnavalesca ganhou novos atores, como a *Rádio Arquibancada*.

O objetivo geral da pesquisa é, dentro de uma perspectiva histórica, identificar como se consolidou o modelo de cobertura radiojornalística de Carnaval nos últimos 40 anos. Dentre os objetivos específicos estão a construção do perfil de quem eram os profissionais e equipes envolvidas nas coberturas e a revisão da evolução histórica do meio radiofônico, com a apresentação de como este processo se refletiu no planejamento das coberturas de Carnaval.

No que diz respeito à metodologia, será utilizada a análise documental, aplicada como método e técnica, além de procedimentos relacionados à História Oral, com a realização de entrevistas abertas com radialistas e jornalistas que participaram das coberturas carnavalescas nas últimas quatro décadas. A escolha da análise documental se justifica pelo fato de que, como afirma Moreira (2015), esta metodologia se destina a coletar, identificar, verificar e apreciar documentos para que se obtenha resultados. Já a História Oral, segundo Meihy (2005), é necessária para o entendimento de fenômenos quando não existe documentação consistente. Ela se presta a obter informações referentes à experiência social de pessoas e grupos e é realizada mediante processos de planejamento

de condução de gravações, transcrição, conferência da fita com o texto, autorização de uso, arquivamento e publicação de resultados.

Como documentos, além das gravações de transmissões radiofônicas, serão estudados quaisquer outros registros existentes sobre as atuações destas emissoras como roteiros, fotografias, escalas de trabalho, e-mails, memorandos e outros. Estão previstas incursões a diversos museus e centros de documentação em busca de fragmentos sonoros e de depoimentos colhidos com sambistas e radialistas. A pesquisa hemerográfica também está prevista, sobretudo nos acervos do jornal *O Globo* e no da Biblioteca Nacional.

Atualmente, a pesquisa encontra-se na finalização da revisão bibliográfica. Para o ano de 2025 está previsto o início do trabalho de campo, com a realização das primeiras entrevistas — sobretudo com os radialistas de idade mais avançada — e o início à consulta aos acervos públicos.

Referências

- BALTAR, A. **O radiojornalismo pede passagem**: a cobertura do desfile da Acadêmicos do Grande Rio no Carnaval 2022 pelas rádios Tupi, Roquette Pinto e Arquibancada. 154 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023.
- CABRAL, S. **As escolas de samba do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Lumiar, 1996.
- MEIHY, J. História oral: reputação e espaço de conhecimento. In: **Manual de história oral**. São Paulo: Loyola, 2005.
- MOREIRA, S. Análise documental como método e como técnica [p. 269-279] In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 8. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2015.
- PRATA, N. **Webrádio**: novos gêneros, novas formas de interação. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2009.
- ZUCULOTO, V. **No ar**: a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

A configuração das fontes em podcasts jornalísticos brasileiros

Gessiel Nascimento da Silva · Doutorado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Valci Regina Mousquer Zuculoto
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo sonoro; podcasts jornalísticos; fontes.

A relação entre jornalismo e *podcast*, especialmente em sua conexão com o meio radiofônico, envolve diversos elementos em comum, como a linguagem, trilha sonora, efeitos e o uso do silêncio. Um aspecto relevante nessa interação é o papel das fontes que, seja na pesquisa, na elaboração de pautas ou na escolha de convidados, contribuem diretamente para a construção da identidade de um *podcast* e sua conexão com a audiência.

Com a conclusão do mestrado, no qual desenvolvi a Análise Audioestrutural do Podcast (Silva, 2022), em um protocolo de pesquisa para identificar a estrutura dos programas, fontes e conteúdos, ficou evidente a necessidade de um enfoque maior nas fontes. Durante o estudo, mesmo com o uso da classificação de fontes para o rádio expandido (Chagas, 2020), observei que as fontes do objeto empírico não se enquadravam perfeitamente nessa categorização.

Assim, estudar as fontes em um cenário convergente é,

portanto, essencial, conforme reforça Rutilli (2014, p. 70): “da mesma forma que todos os profissionais das emissoras tornam-se comunicadores em prospecção por meio das mídias sociais, as fontes também passam a permear o ambiente digital e convergente”. Esse contexto intensifica questões ainda pouco exploradas, como o papel das fontes na podosfera.

No campo sonoro, categorizações têm auxiliado na compreensão dessa evolução. No radiojornalismo, Ferraretto (2014) afirma que o rádio, antes vinculado apenas à tecnologia, passou a ser definido pela linguagem, tornando-se plural. O autor classifica as fontes em especialistas, informantes, ouvintes, protagonistas e testemunhas.

Por outro lado, Lopez (2010b) defende a necessidade de repensar o rádio em um ambiente multimídia, onde a audiência é multitarefa. Nesse contexto, o rádio hipermediático utiliza diversas linguagens e plataformas, mantendo o áudio como o elemento principal. Lopez (2010a, p. 409) ainda propõe que se compreendam “as novas relações estabelecidas com o ouvinte, com as fontes, com as ferramentas de construção da informação”, sugerindo três níveis de fontes: primárias, que acompanham os eventos; secundárias, que os analisam; e terciárias, diretamente envolvidas nos acontecimentos.

Chagas (2020), a partir da definição de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016) – que abrange a presença do rádio em dispositivos móveis e redes sociais – apresentou uma categorização de fontes para emissoras *all news*, classificando-as em oficiais, empresariais, institucionais, testemunhais, populares, especialistas e notáveis. Além disso, ele aborda a distinção entre pluralidade e diversidade de fontes no rádio.

Diante dessas classificações, o projeto de tese procura evidenciar e analisar a configuração das fontes em *podcasts* jornalísticos brasileiros, partindo da seguinte pergunta: se e como as fontes em *podcasts* jornalísticos se alinham com a classificação de fontes no rádio expandido? É possível

observar uma evolução ou transição dessas fontes entre as categorias?

De modo específico: 1) mapear as fontes dos *podcasts* jornalísticos brasileiros; 2) verificar se elas se alinham à classificação de fontes no rádio expandido; 3) identificar se há possíveis evoluções ou transições das fontes nos *podcasts* jornalísticos entre as categorias estabelecidas para o rádio expandido; e 4) propor uma classificação de fontes para *podcasts* jornalísticos brasileiros. Espera-se que essa proposta seja mais próxima às dinâmicas dos *podcasts*, levando em conta o papel das mídias sociais e a interação direta com a audiência.

Referências

- CHAGAS, L. J. V. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá: EdUFMT, 2020.
- FERRARETTO, L. A. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010b.
- LOPEZ, D. C. Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermediático. In: FERRARETTO, L. A.; KLOCKNER, L. **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010a.
- RUTILLI, M. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, 2014.
- SILVA, G. N. **As fontes no Podcast Mamilos: uma proposta de Análise Audioestrutural**. 2022. Dissertação. (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, 2022.

Funções da crítica musical: proposta de categorias em uma coluna de *O Estado*

Giovanni de Sousa Vellozo · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cárilda Emerim
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: jornalismo musical; funções e modalidades de crítica; jornalismo florianopolitano; crítica musical; história do jornalismo.

A crítica musical no jornalismo impresso brasileiro operou em diálogo com agentes políticos e econômicos, refletindo os valores culturais de cada tempo e lugar. Dos seus registros iniciais no Império, com textos de baixo teor de análise e voltada para o registro das atividades da corte (Giron, 2016), a crítica também passou por uma fase de produção analítica em defesa do cânone erudito europeu (Egg, 2013). Atraiu-se aos debates em torno da identidade nacional, tendo como objeto a música popular folclórica e urbana (Vinci de Moraes, 2019), e se orientou ao consumo (Seixas; Carvalho, 2019), sobretudo com a expansão da indústria fonográfica (Tosta Dias, 2000).

A partir desse processo, este trabalho busca entender a existência de uma crítica musical em Florianópolis, e quais funções assume na cidade. O recorte está no período de transformações entre os anos 1960 e 1970 na capital catarinense, em que agentes do poder mobilizaram discursos voltados a um ideal de modernização econômica em um arranjo de oligarquias locais e com a Ditadura Civil-Militar (Lohn, 2020). O objeto examinado é a coluna “Música Popular”,

escrita entre 1969 e 1972 no jornal *O Estado* (SC), periódico que também passou, à época, por mudanças descritas na literatura como de modernização editorial (Budde, 2013; Valente, 2005).

Propõe-se um estudo de caso com o uso de Análise Documental baseada nos princípios de Cellard (2009) que orientam a catalogar contexto, autoria, natureza do texto, conceitos-chave e estrutura das colunas. Este trabalho enseja sugerir caminhos de uma categorização das funções da crítica no jornal. Serão propostas categorias que se interseccionam, tais como “orientação ao consumo (de discos/programas de rádio e televisão/apresentação)”, “análise crítica (de disco/apresentação musical/programa de rádio e televisão)”, “perfil de artista”, “oposição entre arcaico e moderno”, “comentário a respeito de outra publicação jornalística” e “reprodução de *press-release*”.

Também será feita uma problematização dos ideais de modernização jornalística, a fim de considerar a presença de “múltiplas temporalidades” no discurso do periódico e da coluna (Koselleck *apud* Barbosa, 2024, p. 35). Por fim, outro aspecto a ser comentado é o da crítica musical como “jornalismo sobre jornalismo”, ao comentar o conteúdo de outros veículos (Schoenherr, 2005, p. 17). Nota-se também uma relação entre coluna e assessorias de imprensa de gravadoras, bem como uma proximidade da coluna com veículos midiáticos inspirados pela contracultura anglófona (Oliveira, 2011).

Referências

- BARBOSA, M. **História cultural da imprensa**: o tempo presente - Brasil - 1980-2010. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.
- BOLLOS, L. H. Crítica musical no jornal: uma reflexão sobre a cultura brasileira. **Opus**: revista da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Música. Vol. II, n.II (2005); p. 147-158.
- BUDDE, L. **Jornadas impressas**: o Estado e Florianópolis - 1985 a 2009. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Florianópolis, 2013. 294 p.
- CELLARD, A. A Análise Documental. In: POUPART, J. *et al.* (Orgs.) **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 295 - 316.
- EGG, A. Mário de Andrade no Diário Nacional: o surgimento da crítica musical profissional em São Paulo e o ideário do modernismo musical. In: CONGRESSO DE MÚSICA, HISTÓRIA E POLÍTICA, 1, 2012, Curitiba. **Anais [...]** Curitiba: Faculdade de Artes do Paraná, 2013. p. 42-58.
- GIRON, L. A. Jornalismo Cultural: Decadência, Migração e Compreensão. **MULTIMED**, Porto, n. 4, Edições Universidade Fernando Pessoa, p. 113-127, 2016.
- LOHN, R. L. **Artífices do futuro**: Cultura política e a invenção do tempo presente de Florianópolis (1950-1980). Florianópolis: Editora Insular, 2020. 2ª Ed. 360 p.
- OLIVEIRA, C. F. S. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude**: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001). Tese (Doutorado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- SCHOENHERR, R. **Disputas sociais na crítica musical jornalística**: o potencial polêmico da Folha de São Paulo. 2005. 245f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2005.
- SEIXAS, L.; CARVALHO, E. Resenha, a crítica do jornal. **Galáxia**, São Paulo, n. 40, p. 132-144, PUC-SP, 2019.
- TOSTA DIAS, M. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.
- VALENTE, C. A imprensa na Grande Florianópolis. In: BALDESSAR, M. J.; CRISTOFOLETTI, R. (Orgs.) **Jornalismo em perspectiva**. Florianópolis: UFSC/Sindjor, 2005. p. 71-84.

A história da *Rádio Ponto UFSC* e seu papel no ensino, pesquisa e extensão

Luis David Padilha · Doutorado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Valci Regina Mousquer Zuculoto
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC).

Palavras-chave: *Rádio Ponto UFSC*; ensino de Jornalismo; radiojornalismo; extensão universitária; webrádio universitário.

Ao falarmos da *Rádio Ponto UFSC* devemos olhar para 1999, pois foi neste ano, através do trabalho de conclusão de curso orientado pelo professor Eduardo Meditsch, que as alunas do curso de jornalismo Fabiana de Liz e Sabrina D'Aquino propuseram a instauração desta webrádio universitária pioneira (Thibes, 2013). Ao longo do tempo, o laboratório da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) desenvolveu dezenas de programas e coberturas especiais, destacando-se na área do radiojornalismo universitário. Em 2007, passou a agregar a Pós-Graduação em nível de Mestrado, à época o primeiro do país com concentração específica em Jornalismo, e em 2014 o Doutorado.

O trabalho é de natureza exploratória e qualitativa. Possui como eixo principal a história da *Rádio Ponto UFSC* e consiste em apresentar a trajetória desta webemissora pioneira no radiojornalismo universitário do Brasil.

Como percurso metodológico visa apontar momentos precursores à *Ponto UFSC*, tendo em mente que a criação da webemissora teve influências de períodos prévios. Portanto, partimos de uma abordagem histórica, com análise documental e entrevistas semiestruturadas, que contempla as diversas fases do ensino de radiojornalismo do curso de Jornalismo na UFSC. Também articula revisão bibliográfica, etnografia, observação participante e estudo de caso como métodos e técnicas.

Como objetivo geral, busca compreender a história da *Rádio*, que completa 25 anos em 2024. Os objetivos específicos são: 1) organizar uma linha do tempo, categorizada por fases, que destaque os principais momentos-chave da história da *Rádio Ponto UFSC*; 2) compreender a contribuição da *Rádio Ponto UFSC* na construção do rádio universitário, mais especificamente do webrádio e do rádio público.

A pesquisa em andamento possui como resultados preliminares uma porção de dados. Podemos observar, dentre eles, que esta pioneira webemissora contém momentos delimitadores em suas atividades. Destacamos, deste modo, as seguintes fases preliminares, que foram adaptadas a partir de um modelo de roteiro proposto por Zuculoto, em base do roteiro de José Marques de Melo: 1) desbravamento (década de 1990); 2) implementação (1999-2010); 3) consolidação (2010-2020); 4) reconfiguração (2021-atual).

Norteando estes períodos, partimos da análise que apresentou destaques nas coberturas especiais, por exemplo:

Com boletins de repórteres, programetes de contextualização, comentários de analistas políticos, a estação virtual acompanhou a votação e as apurações em todos os estados do país com segundo turno. Desde a abertura dos locais de votação, pela manhã, até a divulgação dos resultados, no final da noite, as equipes de reportagem e produção informaram sobre a eleição em Santa Catarina e, via correspondentes especiais, nos outros estados com segundo turno (Paulino; Emerim; Zuculoto, 2019, p. 15-16).

Outros destaques podem ser conferidos a partir da

cobertura da Semana de Ensino, Extensão, Pesquisa e Inovação (SEPEX), realizada na UFSC, quando, a partir de 2007, a *Rádio Ponto* passa a cobrir, de forma exclusiva, demarcando novo momento de sua história. Apontamos, também, para outro marco, em que um

grupo de estudantes, voluntária e experimentalmente, realiza a cobertura da Copa do Mundo da Alemanha, e com a Grande Jornada Esportiva dá início ao trabalho que, alguns poucos anos depois, constituiria o Núcleo de Radiojornalismo Esportivo (Zuculoto *et al.*, 2013, p. 10).

Os destaques são vários e constituem um mapeamento complexo, a ser explorado e analisado digital e analogicamente, através da realização de entrevistas e coleta de documentos.

Referências

PAULINO, R.; EMERIM, C.; ZUCULOTO, V. #Jorconvergente: teoria e prática aplicada em tecnologia progressive web apps (pwa). **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 9, n. 25, p. 68-84, dez. 2019. Disponível em: <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/issue/view/23>. Acesso em: 28 set. 2024.

THIBES, F. A busca por um modelo de programação informativa em webrádios: o caso da Rádio Ponto. **Revista Rádio Leituras**. Santa Maria, n.2, ano IV, p. 89-111, jul-dez, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/343/315>. Acesso em: 01 out. 2024.

ZUCULOTO, V. *et al.* A história do radiojornalismo na UFSC: proposta de Linha do Tempo para conduzir pesquisas. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto, 2013. **Anais [...]**. São Paulo: Alcar, 2013. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/Ifuta27Lrbj7wCCOEEU8SFN14GU6UAhRE/view>. Acesso em: 25 set. 2024.

Vagalume, Jota Efegê, Francisco Duarte: história do Carnaval e da imprensa

Matheus Lobo Pismel · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Daisi Vogel
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil
(CAPES) – Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: cronistas carnavalescos;
jornalistas do samba; história da imprensa.

A relação histórica do Carnaval com o jornalismo carioca está bem documentada na bibliografia por autores como Cabral (2016), Coutinho (2006) e Fernandes (2001). O verbete “imprensa” do *Dicionário da história social do samba*, de Nei Lopes e Luiz Antonio Simas (2020) vai na mesma linha. Os pesquisadores lembram que, na década de 1930, os primeiros desfiles competitivos das escolas de samba foram organizados por *O Mundo Sportivo* e *O Globo*, e sustentam que, “[...] desde então, as agremiações mantiveram com os órgãos de imprensa escrita (e mais tarde com o rádio e a televisão) uma relação de muito respeito, expressa outrora na frase padronizada nos abre-alas, com a qual saudavam a imprensa [...] depois de saudarem o povo” (Lopes; Simas, 2020, p. 147)¹.

Se fizermos uma analogia entre uma saudação de abre-alas e uma dedicatória de livro, Lopes e Simas (2020), ainda que indiretamente, expressaram a tradição de cumprimentar

a imprensa em seu *Dicionário*, ao oferecê-lo “em memória de Vagalume, Jota Efegê e Francisco Duarte”, três jornalistas. A menção vem logo depois do pedido de licença a Elegbara e de bênçãos dos ancestrais. Tal homenagem, além de expressiva da relação entre samba e jornalismo, aponta para três diferentes gerações de profissionais, com seus contatos e sobreposições, em um *continuum* de um século de atividade na imprensa voltada ao Carnaval. Vagalume viveu entre 1878 e 1946; Jota Efegê, entre 1902 e 1987; Francisco Duarte, entre 1929 e 2004.

Usando tal dedicatória como ponto de partida simbólico, o presente trabalho apresenta três “tempos” da história do Carnaval carioca em sua intersecção com a história da imprensa e a trajetória dos três jornalistas. O percurso se inicia com Vagalume e auge dos ranchos carnavalescos, na Primeira República; passa por Jota Efegê e a modernização entre os anos 1930 e 1950; e se encerra com Francisco Duarte e a supremacia das escolas de samba na década de 1970. O desenvolvimento detalhado da periodização será apresentado em tese de Doutorado. Neste resumo expandido, resta antecipar características gerais.

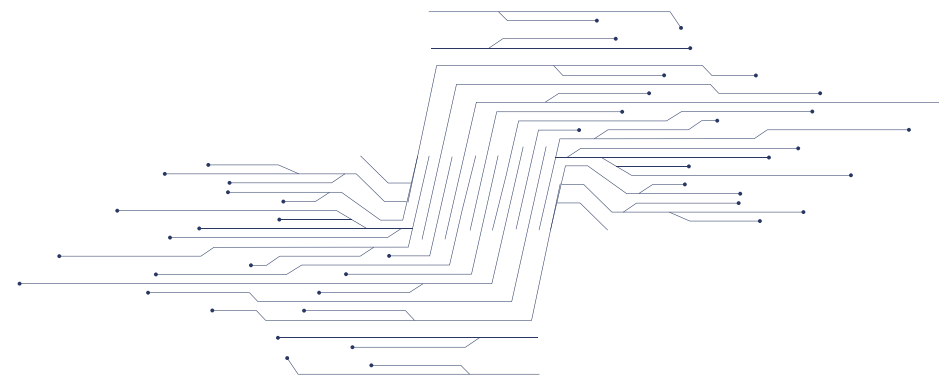
Vagalume, apelido de Francisco Guimarães (1878-1946), foi um dos cronistas mais populares da Primeira República, dedicando-se à cobertura da vida festiva do Rio. No início do século XX, os ranchos e cordões carnavalescos, das comunidades pobres, passaram a dividir espaço do Carnaval com as grandes sociedades, ligadas às elites. Paralelamente, os jornais se abrem para tais expressões e, no final dos anos 1910, surge o cronista carnavalesco, como um jornalista especializado na festa.

Vagalume foi o primeiro a assumir e se destacar em tal condição, quando era colunista do *Jornal do Brasil*. “Pode-se dizer que Vagalume foi a pessoa certa na hora e no lugar certos. Isto é: foi o repórter mais identificado ao Carnaval das camadas baixas, num jornal que se autodenomina o ‘popularíssimo’, numa época de legitimação e ascensão do Carnaval do Povo”, sintetiza Coutinho (2012, p. 98).

Jota Efegê, por outro lado, viveu a transição do Carnaval dos ranchos para o das escolas. Efegê tinha boa relação com as novas agremiações, mas manteve postura saudosista em relação ao auge dos ranchos, lamentando as transformações do Carnaval. Assistiu aos efeitos provocados pela modernização em curso, com o rádio, o disco e a institucionalização do Carnaval. Tais condições, além de tudo, diminuíram a centralidade da imprensa na folia.

Francisco Duarte representa o terceiro período. Começou no ofício em 1954, em meio ao processo de profissionalização do jornalismo brasileiro, a partir do *Diário Carioca*. Quanto ao Carnaval, nos anos 1950, os desfiles de samba já eram a festa principal da cidade e atraíam milhares de pessoas na recém-inaugurada avenida Presidente Vargas, símbolo da modernização do Rio. São também da década de 1950 as primeiras transmissões da televisão, o que começou a enfatizar os aspectos visuais do desfile, tornando-os mais verticalizados. Tal tendência se aprofundou com a chamada Revolução Salgueirense, nos anos 1960, e, definitivamente, com a TV a cores, em 1972. No mesmo ano, Duarte passou a ser coordenador de reportagem dos desfiles em *Última Hora*, função que exerceria até 1996.

Para concluir, resta indicar que a periodização escolhida não deixa de ser arbitrária. O objetivo único é destacar as transformações ao longo do período, na interação entre micro e macro-história.



Referências

CABRAL, S. **As escolas de samba do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Lazuli, 2016.

COUTINHO, E. G.. **Os cronistas de Momo**: imprensa e carnaval na Primeira República. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

EFEGÊ, J. **Ameno Resedá**: o rancho que virou escola. Rio de Janeiro: Funarte, 2009.

FERNANDES, N. N. **Escolas de Samba**: sujeitos celebrantes e objetos celebrados. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.

LOPES, N.; SIMAS, L. A. **Dicionário da história social do samba**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

7

POLÍTICA E PROCESSOS DEMOCRÁTICOS

A imagem pública de Lula em 2023: análise dos portais *g1* e *UOL Notícias* 103

– Eduardo Iarek

Jornalismo sob cerco algorítmico: fluxos informacionais em campanhas eleitorais 106

– Renatha M. Giordani

Opinião ou desinformação? Imagem pública de Lula nas eleições de 2022 no *Estadão* 110

– Ricardo A. C. Pereira

A imagem pública de Lula em 2023: análise dos portais *g1* e *UOL Notícias*

Eduardo Iarek · Mestrado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Terezinha da Silva
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo; imagem pública; Lula; noticiabilidade; valores.

Esta pesquisa tem como objeto de estudo a imagem pública de Luiz Inácio Lula da Silva projetada pelos portais *g1* e *UOL Notícias* durante o primeiro ano do terceiro mandato de governo, entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2023. O objetivo é identificar elementos constitutivos da imagem pública de Lula, considerando valores, papéis sociais e o contexto social inserido na cobertura jornalística. Por meio da metodologia de análise de conteúdo (Bardin, 2011), a pesquisa realiza um mapeamento da noticiabilidade relacionada a Lula, o que proporciona um panorama de temáticas capturadas pelas notícias e reportagens do jornalismo on-line de referência no Brasil.

Wilson Gomes explica que a imagem se constitui através de três esferas: a esfera pública habermasiana, a esfera política e a esfera midiática (apud Weber, 2009). A visibilidade e o reconhecimento de instituições e sujeitos da política são fundamentais para formar a imagem pública, um processo forjado na combinação de visibilidades e segredos (Weber,

2004). Segundo Laura Antônio Lima e Paula Guimarães Simões (2017, p. 2), “a imagem pública de um sujeito é constituída a partir de um conjunto de representações que emergem em diferentes discursos – incluindo os midiáticos”. Assim, entende-se que o jornalismo participa deste processo ao proporcionar visibilidade para ações e discursos de atores políticos na esfera pública.

Na perspectiva histórica, Carlos Fico (2015) destaca que Lula começou a receber destaque na mídia entre 1978 e 1980, na condução das greves enquanto presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, em São Paulo. Lula foi preso por liderar o movimento grevista de 1980, durante a Ditadura Militar no Brasil e, após o fim deste período, foi deputado federal pelo Partido dos Trabalhadores. Disputou a Presidência da República nas eleições gerais a partir de 1989, até ser eleito em 2002. Seu primeiro governo (2003-2006) focou em políticas sociais e combate à pobreza. Embora também marcado por denúncias de que parlamentares recebiam dinheiro para favorecer a aprovação de iniciativas governamentais, no caso conhecido como “Mensalão”, Lula foi reeleito e concluiu seu segundo mandato (2007-2010). Fora do governo, em 2018, Lula foi preso acusado de corrupção e lavagem de dinheiro envolvendo um triplex em Guarujá, no âmbito da Operação Lava Jato. Entretanto, a Vaza Jato, divulgada pelo site *The Intercept Brasil*, revelou conversas entre o juiz Sérgio Moro e a acusação, questionando a legitimidade da operação (Duarte, 2020). Lula foi solto em 2021 com a anulação do processo pelo Supremo Tribunal Federal e retornou à Presidência com mais de 60 milhões de votos nas eleições de 2022.

Ao analisar a cobertura jornalística de 2023, a presente pesquisa, em andamento, considera este terceiro mandato como um novo contexto da trajetória política de Lula. A coleta de notícias e reportagens que citam a palavra “Lula” no título ao longo do ano possibilitou a criação de uma nuvem de palavras. No *UOL Notícias*, das 1905 matérias identificadas, as expressões que mais aparecem nos títulos, relacionadas a Lula, são: Governo (238), Bolsonaro (193), STF (117), Brasil (108), Posse

(66), Ministro (60), Presidente (57), Dino (50), Janja (46), Guerra (43). No portal *g1*, entre as 1034 matérias, as expressões que mais se repetem são: Governo (113), Presidente (95), Posse (57), Brasil (53), Lei (45), Reunião (45), Planalto (36), Encontro (30), Ministro (30), Bolsonaro (29). A próxima etapa da pesquisa deve relacionar esses resultados preliminares com a teoria sobre a imagem pública de Lula apreendida no levantamento do estado da arte. Na sequência, um recorte temático específico será definido para, a partir das categorias de análise, evidenciar as ações e discursos de/sobre Lula presentes no conteúdo informativo e interpretativo das notícias e reportagens dos portais selecionados.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- DUARTE, L. **Os bastidores das reportagens que sacudiram o Brasil**. Rio de Janeiro: Mórula, 2020.
- FICO, C. **História do Brasil contemporâneo**: da morte de Vargas aos dias atuais. São Paulo: Contexto, 2015.
- LIMA, L.; SIMÕES, P. A construção da imagem pública de Dilma Rousseff durante o impeachment: uma análise preliminar. In: 41º Encontro Anual da ANPOCS, 41., 2017, Caxambu. **Anais [...]**. Caxambu: Anpocs, 2017. p. 1-29.
- WEBER, M. H. Imagem Pública. In: RUBIM, A. A. C. (Org.). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.
- WEBER, M. H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **ECO-Pós**, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p.11-26.

Jornalismo sob cerco algorítmico: fluxos informacionais em campanhas eleitorais

Renatha M. Giordani · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Carlos Augusto Locatelli
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil
(CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: Jornalismo; campanha eleitoral; desinformação;
regulação eleitoral; plataformas digitais.

Este estudo tem como objetivo central analisar o fluxo de informação durante campanhas eleitorais na internet, investigando a atuação do jornalismo, o conteúdo produzido e distribuído nas plataformas digitais, e as ações movidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A pesquisa acompanha o percurso da informação em um ecossistema político-midiático dominado pela centralidade das plataformas digitais. Em um contexto em que o Facebook, Google e outras grandes plataformas monopolizam a distribuição de conteúdo, o jornalismo enfrenta um desafio existencial como mediador do debate público (Hallin; Mancini, 2004; Habermas, 1989). Além disso, o jornalismo desempenha um papel crítico ao problematizar as novas relações de poder emergentes, questionando a lógica das plataformas e seu impacto sobre a circulação e a qualidade da informação política. Assim, o estudo busca entender como o jornalismo pode se

reposicionar como guardião da integridade democrática, em um ambiente de dispersão informacional e crescente desinformação (Kreiss, 2016).

O problema da desinformação, exacerbado pela infraestrutura digital das campanhas eleitorais, apresenta um desafio complexo à integridade dos processos democráticos. Enquanto o TSE tem desempenhado um papel importante na regulação da comunicação digital, as campanhas políticas encontram nas plataformas digitais novas formas de manipulação e segmentação da audiência, exacerbando as desigualdades de acesso à informação e permitindo a circulação de conteúdos falsos ou manipulados a um ritmo que supera as capacidades de regulação e fiscalização (Gillespie, 2018; Sunstein, 2007).

Metodologicamente, este estudo adota uma abordagem mista, dividida em três fases interdependentes. Na fase 1, será realizada a captação e raspagem de dados das campanhas eleitorais impulsionadas e dos processos judiciais do TSE, analisando esses dados com técnicas de mensuração e projeção estatística: raspagem em Python e tratamento no software Gephi. Esta fase permite identificar padrões de circulação de conteúdo e relações entre a propaganda digital e as ações regulatórias (Croucher, 2020). Na fase 2, os conteúdos captados serão submetidos a uma análise crítica do discurso (Fairclough, 2008), com o objetivo de identificar as narrativas predominantes, a natureza dos enquadramentos discursivos e as dinâmicas de poder subjacentes à disseminação de desinformação. Finalmente, na fase 3, a interpretação dos dados quantitativos e qualitativos será integrada por meio da clipagem e triangulação entre essas abordagens. O recorte empírico foca nas eleições brasileiras de 2022, estendendo-se para os pleitos de 2024 e 2026, com uma análise longitudinal das dinâmicas eleitorais digitais. Pretende demonstrar assim que, ao fragmentar a esfera pública, a difusão informacional dificulta o acesso a informações verificadas e

pluralistas (Sunstein, 2007).

Este estudo busca investigar até que ponto o jornalismo, ao adotar uma postura crítica e proativa em relação às dinâmicas das plataformas digitais, pode colaborar para a regulação da comunicação política digital e mitigar os impactos da desinformação sobre o processo democrático. A pesquisa pretende verificar se o jornalismo, por meio de ferramentas como as bibliotecas de anúncios digitais e da análise crítica de conteúdo, tem o potencial de influenciar a governança eleitoral e contribuir para a construção de um ecossistema informacional mais equilibrado (Napoli, 2011). A hipótese central é que o jornalismo, ao engajar-se na mediação de fluxos informacionais durante as campanhas eleitorais digitais, pode fortalecer a integridade democrática, ao mesmo tempo em que desafia as assimetrias de poder nas plataformas.

Referências

- CHRISTOFOLETTI, R. Jornalismo em tempos de cólera: desinformação e ataques à imprensa no Brasil. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 10, n. 29, 2019, p. 1-18".
- CROUCHER, S. M. **Understanding Communication Research Methods**: a theoretical and practical approach. 2nd ed. New York: Routledge, 2020.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2008.
- GILLESPIE, T. **Custodians of the Internet**: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HALLIN, D. C.; MANCINI, P. **Comparing Media Systems**: three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- KREISS, D. **Prototype Politics**: technology-intensive campaigning and the data of democracy. New York: Oxford University Press, 2016.
- MENDONÇA, R. F. A crise epistêmica da democracia: desinformação e os desafios da comunicação política contemporânea. **Comunicação, Mídia e Democracia**, v. 4, p. 123-140, 2023.
- NAPOLI, P. M. **Audience Evolution**: new technologies and the transformation of media audiences. New York: Columbia University Press, 2011.
- SUNSTEIN, C. R. **Republic.com 2.0**. Princeton: Princeton University Press, 2007.

Opinião ou desinformação? Imagem pública de Lula nas eleições de 2022 no *Estadão*

Ricardo A. C. Pereira · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Terezinha da Silva
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC)

Palavras-chave: editoriais jornalísticos; imagem pública; desinformação; Lula; *O Estado de S. Paulo*.

As eleições de 2022 foram marcadas pela polarização entre Jair Bolsonaro (PL), representante da extrema-direita, e Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), liderando uma frente ampla em defesa da democracia. O artigo de Panke, Gonçalves e Brito (2023) mostra as estratégias da campanha eleitoral de Lula: um investimento na ideia de o petista ser o único candidato capaz de derrotar Bolsonaro, representando somente um caminho para a salvação da democracia brasileira.

Diversas questões são possíveis para enquadrar Jair Bolsonaro como um político antidemocrático, seja pelo discurso de ódio contra minorias, saudosismo à ditadura militar (1964–1985), ataques aos poderes (Mendes; Silva, 2022), políticas antiambientalistas (Araújo; Campos, 2022), ou as medidas tomadas durante a pandemia de covid-19. No entanto, pelas relações e compromissos do jornalismo com a democracia (Bavaresco, 2023), é pertinente questionar:

como a imprensa hegemônica construiu a imagem pública de Lula, principal adversário de Bolsonaro nas eleições de 2022? Para responder à pergunta, serão analisados, à luz da Análise de Conteúdo (Bardin, 2015), os editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* publicados entre 16 de agosto de 2022 – início das propagandas eleitorais – e 31 de outubro de 2022, dia seguinte à eleição.

A escolha pelos editoriais é justificada por ser a opinião da empresa e, segundo Azevedo (2018), um material de excelência para verificar a ideologia de um veículo. A preferência pelo *Estadão* se dá pelo reconhecimento e tradição do periódico, mas também pela relação com Lula, um dos principais alvos de críticas do jornal (Azevedo, 2018). Além disso, como é visto em Maia (2008), os meios de comunicação de massa exercem papel de destaque na construção da imagem pública de atores políticos, a fim de fixar essas construções na opinião pública.

É sabido que o ecossistema midiático brasileiro pertence a poucas famílias, assim produzindo um discurso pouco plural e voltado às elites empresariais e políticas (Melo, 2003). Portanto, pelo gênero editorial ter um discurso ideologicamente demarcado, e levando em conta as posições históricas do *Estadão* com Lula, é possível perguntar: até onde a construção da imagem pública de Lula não ultrapassa a linha da opinião e se transforma em desinformação?

A segunda parte da análise tem o objetivo de verificar se há desinformação na construção da imagem pública de Lula pelo jornal *O Estado de S. Paulo* nas eleições de 2022. Para isso, os materiais coletados na primeira etapa da análise serão submetidos a uma metodologia de *fact-checking* ainda em fase de testes. Resultados preliminares mostram a existência de conteúdos desinformativos e de outras opiniões que dificultam a checagem dos fatos. O discurso de equivalência entre Lula e Bolsonaro também é observado, corroborando o trabalho de Rebouças et al. (2022).

Referências

ARAÚJO, B.; CAMPOS, F. S. S. Populismo Autoritário e Meio Ambiente no Brasil: enquadramentos do discurso ambiental de Jair Bolsonaro em editoriais nacionais e internacionais. **Media & Jornalismo**, [s. l], v. 22, n. 40, p. 141-159, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/10273>. Acesso em: 29 set. 2024.

AZEVEDO, F. A. PT, eleições e editoriais da grande imprensa (1989-2014). **Opinião Pública**, Campinas, v. 24, n. 2, p. 270-290, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/PTV4DpLGR7N88fgzsK8StMN/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 12 set. 2024.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2015.

BAVARESCO, M. E. **A legitimidade social do jornalismo**: intersecções entre Teorias do Jornalismo e Teorias Democráticas. Tese (Doutorado em Jornalismo), Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023.

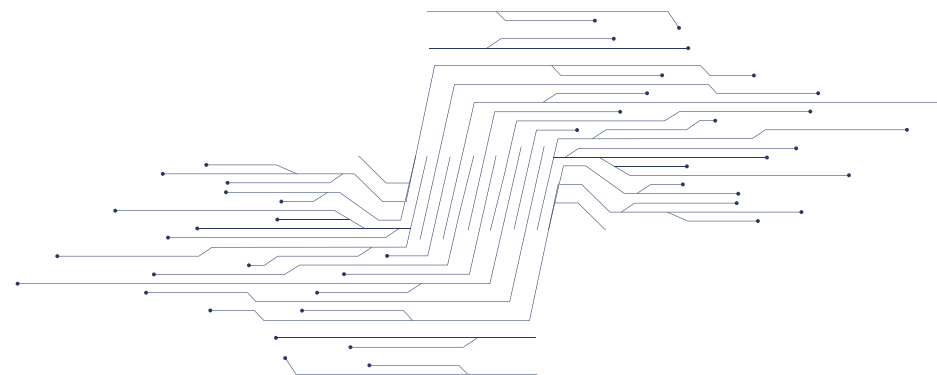
MAIA, R. C. M.. **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENDES, A.; SILVA, T. O populismo no Brasil: as estratégias utilizadas por Bolsonaro para chegar ao poder. **Media & Jornalismo**, [s. l], v. 22, n. 40, p. 79-104, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/10144>. Acesso em: 29 set. 2024.

PANKE, L.; GONÇALVES, A. B.; BRITO, L. É Lula de novo, com a força do povo? In: PANKE, L.; MESSAGI JÚNIOR, M. (orgs.). **Facetas de uma guerra brutal**: eleições presidenciais de 2022. Campina Grande: EDUEPB, 2023. p. 42-55. Disponível em: https://www.academia.edu/108609471/Facetes_de_uma_guerra_brutal. Acesso em: 29 set. 2024.

REBOUÇAS, H. S. *et al.* Lula e Bolsonaro populistas? A visão de populismo dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo em alusão aos dois presidentes brasileiros. **Media & Jornalismo**, [s. l], v. 22, n. 40, p. 121-140, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/10155>. Acesso em: 16 set. 2024.



8

AUDIÊNCIA E JORNALISMO AUDIOVISUAL

**Cartografia de repórteres cinematográficas
no telejornalismo brasileiro** 115
– Caroline Westerkamp Costa

**A audiência em 10 anos: as pesquisas no
Alcar, Compós, Intercom e SBPJor** 118
– William Castro Morais

**Íntimo e pessoal ou público e exposto? A
subjetividade no Instagram da RBS TV** 122
– Yaskara Ferreira Pinto

Cartografia de repórteres cinematográficas no telejornalismo brasileiro

Caroline Westerkamp Costa · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Flávia Guidotti
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

Palavras-chave: telejornalismo; repórter cinematográfica;
relações de gênero; cartografia.

Durante a Jornada Discente do PPGJOR 2023, apresentei um esboço da pesquisa que gostaria de desenvolver no Doutorado, mesmo antes de concluir as disciplinas obrigatórias do primeiro ano do curso. Hoje, apresento o projeto de pesquisa concluído e amadurecido, após discussões com minha orientadora e outras importantes contribuições da disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. O objetivo da pesquisa em andamento é construir uma cartografia das repórteres cinematográficas que atuam no telejornalismo brasileiro. Para isso, o estudo descreve, primeiramente, as características do trabalho do repórter cinematográfico e a função da imagem na construção da notícia telejornalística; mapeia as repórteres cinematográficas do telejornalismo brasileiro que atuam ou atuaram em emissoras de televisão de todas as capitais do país; e, por fim, identifica os fatores que limitam ou impedem a presença de mulheres no trabalho de repórter cinematográfica. Neste sentido, o problema que norteará a pesquisa é: diante da pouca representatividade no telejornalismo brasileiro, quais fatores limitam ou impedem

mulheres de trabalharem como repórteres cinematográficas?

A escolha da perspectiva desta pesquisa quanti-quali utilizará o método cartográfico (Deleuze; Guattari, 1995; Rolnik, 2016) como uma alternativa de adentrar, mapear e reconfigurar o território das repórteres cinematográficas. A cartografia vai nos permitir observar o telejornalismo – especificamente a captação de imagens do telejornalismo – para além da sua dimensão prática. A construção de um mapa localizando as repórteres cinematográficas brasileiras não deve servir apenas como um guia de profissionais encontradas em localizações fixas, mas um instrumento que perceba as dinâmicas, fluxos e movimentos que envolvem esta profissão em transformação, bem como as relações de gêneros estabelecidas em torno dela. Em relação à coleta e tratamento dos dados estão previstas as seguintes técnicas de pesquisa: 1. Sondagem e conversas informais; 2. Revisão bibliográfica; 3. Análise documental (legislação profissional de interesse para rep. cinematográficos); 4. Questionário de levantamento de dados; 5. Entrevistas em profundidade; 6. Observação participante.

Na fase atual da pesquisa, faço um levantamento de dados jurídicos, em que estamos realizando uma busca no site *Jusbrasil* com a finalidade de localizar e compilar na legislação brasileira recente, decretos, jurisprudências, resoluções, súmulas e comunicações oficiais do Judiciário, que envolvam o trabalho do repórter cinematográfico e suas especificidades. Eventuais tabelas de referência salariais, manuais profissionais, convenções trabalhistas, códigos de ética e outros pareceres de interesse encontrados durante a busca, também serão incluídos neste levantamento. Como critério para a seleção dos documentos, estou considerando os termos “repórter cinematográfico”, “repórter cinematográfica”, “videojornalismo”, “videojornalista” e “cinegrafista”. No que tange à organização dos dados, vamos construir uma tabela contendo a Legislação profissional de interesse para repórteres cinematográficos, classificando

os documentos acerca do: a) tipo de documento¹; b) ano; e c) link.

O intuito deste levantamento jurídico está relacionado aos direitos trabalhistas, pois afinal estamos falando da profissão das mulheres. Essa legislação também nos dará subsídios para a formulação das entrevistas em profundidade e dos questionários, que em breve, passarão pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH-UFSC).

À medida que a pesquisa revela seus desdobramentos, ela vai compreender mais profundamente o papel da imagem jornalística, os cargos dos cinegrafistas (repórteres cinematográficos ou operadores de câmera) sua influência no jornalismo e suas funções mediadas e exercidas por mulheres, questionando ainda a noção do repórter cinematográfico como força de trabalho secundário em meio a descredibilização do jornalismo e da insegurança e hostilidade nas ruas, além de desmistificar a ideia de subalternidade do cinegrafista na construção da notícia para o telejornalismo (Gonçalves, 2006; Spivak, 2010).

Referências

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol.I. São Paulo: Ed.34, 1995.

GONÇALVES, A. **Repórter cinematográfico é jornalista**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo). Centro de Ensino Unificado de Brasília. 2006. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1670/2/20214825.pdf> Acesso em: 10 dez. 2024

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. Porto Alegre Editora UFRGS, 2016.

SPIVAK, G. **Pode o subalterno falar?**. São Paulo: UFMG, 2010.

¹ Para classificação dos tipos de documentos foram utilizadas as categorias: Leis e decretos, Manuais e códigos; Jurisprudências e súmulas; Referências salariais.

A audiência em 10 anos: as pesquisas no Alcar, Compós, Intercom e SBPJor

William Castro Morais · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cárlica Emerim

Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: audiência; pesquisas; conceitos; mapeamento; 10 edições.

Os estudos iniciais sobre a audiência se concentram na análise da recepção nos Estados Unidos, após o término da Primeira Guerra Mundial, quando os meios de difusão eram percebidos como instrumentos indispensáveis para a administração governamental das opiniões públicas, da população em geral e de grupos considerados adversários. Nesse contexto, segundo Vizeu (2002), o estudo realizado no final da década de 1930, por Frank Stanton e Paul Lazarsfeld, avaliou o papel desempenhado pelo rádio junto a diversos públicos, revelando um esforço em compreender como certos ouvintes se engajavam em determinados programas, ao passo que outros não.

McQuail (2003) analisa a segunda etapa dos estudos sobre audiência, abarcando o período que se estende até o início dos anos 1960. Segundo o autor, “a palavra ‘audiência’ é muito comum como termo coletivo para ‘receptores’, no modelo sequencial simples do processo de comunicação de massas (fonte, canal, mensagem, receptor, efeito)” (McQuail, 2003, p. 364).

Martín-Barbero (1987) complementa que pesquisar

as audiências representa estudar um novo mundo de pulverização de consumos e de públicos, e por isso, é importante diferenciar o que é consumo e o que é audiência/consumidor, ao demonstrar a transformação na reorganização das relações entre o que é privado e o que é público. Para Repoll (2006), pesquisas sobre a audiência fazem parte das preocupações dos teóricos da comunicação, já que em meio aos muitos sentidos dados à audiência, ligam-se distintas perspectivas comunicacionais.

Para compreender o que já foi pesquisado sobre audiência no Brasil, foi realizado um mapeamento das investigações que cercam o assunto nos principais eventos de comunicação no país, nas últimas 10 edições. Com a palavra-chave “audiência” nas buscas nos anais, a coleta foi realizada nos dias 01 e 02 de agosto de 2023.

A amostra revelou que 96 artigos foram apresentados, entre 2006 e 2022, nos congressos da Alcar (15), Compós (13), Intercom (50) e SBPJor (18), com abordagens sobre audiência em diferentes aspectos da atividade jornalística.

Os eventos da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) foram realizados anualmente até 2009, quando os Encontros Nacionais passaram a ser apenas nos anos ímpares. Por isso, a coleta mapeou os congressos, entre 2006 e 2021, considerando as 10 últimas edições. Nesse período, foram identificados 15 trabalhos, com produções que abordaram o tema em diferentes mídias, como televisão, jornalismo on-line, mídia sonora e história das mídias audiovisuais, além do resgate do conceito de audiência e suas perspectivas e o percurso histórico das pesquisas.

Já o levantamento da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) mapeou as edições de 2013 a 2022, que totalizaram 13 artigos com abordagem em audiência. Na análise, as pesquisas destacaram o trânsito dos espectadores a partir do *Twitter*, bem como a expectativa da audiência como valor-notícia, a

experiência de cinema e a acessibilidade na televisão.

Por outro lado, a coleta no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) identificou 50 trabalhos que investigaram a audiência, entre os anos de 2013 a 2022, em contextos midiáticos, apresentando uma relação entre os veículos de comunicação e seu público, buscando compreender os padrões de consumo, participação e interação da audiência.

A amostra do encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) reuniu pesquisas das edições de 2013 a 2022. Nesse período, foram encontrados 18 artigos com temas relacionados à audiência, a partir do título dos trabalhos, com assuntos que destacaram as práticas do jornalismo on-line, a audiência em telejornal no Twitter, além de como a audiência pode mudar a rotina do jornalista e que investigaram a mensuração de audiências no consumo de notícias nas redes sociais.

Portanto, os estudos analisados forneceram uma visão abrangente de pesquisas sobre audiência no Brasil, com insights relevantes sobre as dinâmicas e relações entre os meios de comunicação e seus públicos, bem como as transformações decorrentes do avanço tecnológico. Os dados possibilitaram investigar que o campo é fértil para novos trabalhos e que a contribuição desse artigo pode promover outras investigações nas mais variadas áreas do tema em questão.

Referências

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MCQUAIL, D. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Serviço de Educação e Bolsas, 2003.

REPOLL, J. Interculturalidade, audiências e crise de sentido. In: JACKS, N.; PIEDRAS, E. R.; VILELA, R. S. (org). **O que sabemos sobre audiências estudos latino americanos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2006.

VIZEU, A. **Telejornalismo, audiência e ética**. BOCC. 2002. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2023.

Íntimo e pessoal ou público e exposto? A subjetividade no Instagram da RBS TV

Yaskara Ferreira Pinto · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Fabiana Quatrin Piccinin
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: Telejornalismo; narrativa íntima; subjetividade; Instagram; RBS TV.

Este projeto de tese propõe investigar as dinâmicas da narrativa íntima no telejornalismo contemporâneo, analisando conteúdos publicados no *feed* do Instagram da RBS TV. A pesquisa parte de um contexto de hibridização no jornalismo, que hoje relativiza o seu modelo objetivo com formas mais subjetivas, conforme discutido por Wahl-Jorgensen (2017), Moraes (2022) e Becker (2022). Seu objeto de estudo, portanto, é a narrativa íntima contida no Instagram da RBS TV, que parece promover efeitos de transparência, realidade e certificação nas plataformas digitais. Como recorte empírico, foca nas postagens do perfil oficial da emissora no Instagram, no período de dois anos (2023 e 2024), com o intuito de explorar como essa narrativa é utilizada no telejornalismo contemporâneo.

Como metodologia, a ideia é combinar abordagens quantitativas e qualitativas, a partir de um estudo exploratório inicial em andamento, que gerou um levantamento prévio de postagens entre março e maio de 2023 e julho de 2024. A análise qualitativa classifica os posts por temas e categorias, observando a intimidade na

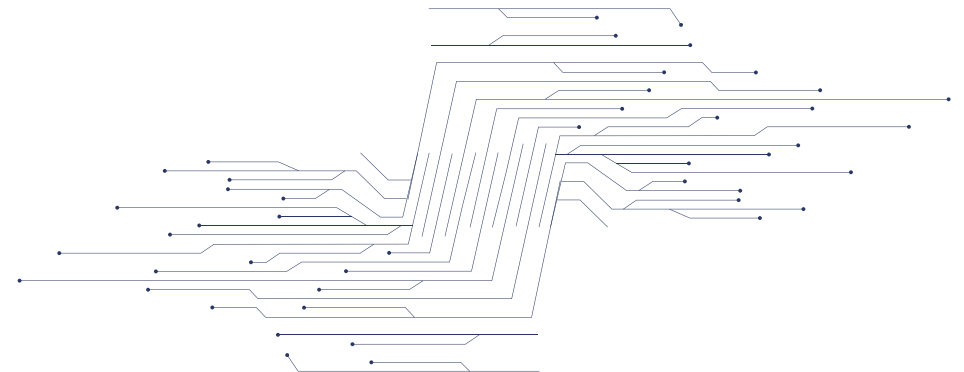
narrativa jornalística e seus possíveis efeitos (Sibilia, 2015; Becker, 2022). Já a análise quantitativa mapeia os dados numéricos para compreender a visibilidade e relevância dos temas relacionados à narrativa íntima. Assim, o estudo apresenta uma metodologia consorciada, estruturada em cinco etapas: estudo exploratório, documentação indireta, análise de conteúdo, observação participante e análise.

Os resultados preliminares obtidos até o momento apontam para uma exploração dos conteúdos íntimos no contexto de plataformização, redefinindo as fronteiras entre o público e o privado e estabelecendo uma sensação de proximidade emocional entre o jornalista e o público (Sibilia, 2016). Essa prática, distante do que temos como cânone no jornalismo televisivo tradicional, agora parece comum e trivial nas plataformas digitais. Deste modo, a pesquisa tem indicado que a narrativa íntima não apenas humaniza o telejornalismo e seus jornalistas, mas também aumenta o engajamento do público, como destacam Santaella e Lemos (2010) e Van Dijck (2018) ao discutirem a cognição conectiva nas redes sociais.

O estudo se baseia em teorias sobre modernidade e pós-modernidade (Bauman, 2000; Lyotard, 1979) e em estudos sobre as novas dinâmicas narrativas no jornalismo (Reis, Thomé e Piccinin, 2021). A expectativa é que os resultados da pesquisa contribuam para a discussão das transformações no jornalismo audiovisual, seus impactos culturais e as questões contemporâneas envolvidas na prática da narrativa subjetiva realizada no espaço digital.

Referências

- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- BECKER, B. **A construção audiovisual da realidade**: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro: Mauad, 2022.
- LYOTARD, J. **A condição pós-moderna**. Lisboa: Gradiva, 1979.
- MORAES, F. **A pauta é uma arma de combate**: Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. Porto Alegre: Arquipélago, 2022.
- REIS, M. A.; THOMÉ, C.; PICCININ, F. Verticalização no jornalismo audiovisual: Possibilidades narrativas para os direitos humanos. In: EMERIM, C.; PEREIRA, A.; COUTINHO, I. (Orgs.). **Teorias do telejornalismo como direito humano**. Florianópolis: Insular, 2021, v. 11.
- SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.
- SIBILIA, P. **O homem pós-orgânico**: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.
- SIBILIA, P. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society**: Public Values in a Connective World. Oxford University Press. 2018.
- WAHL-JORGENSEN, K. Is There a 'Postmodern Turn' in Journalism? In: PETERS, C.; BROERSMA, M. **Rethinking Journalism Again**: Societal role and public relevance in a digital age. Abingdon: Routledge, 2017, p. 97-112.



RODA DE CONVERSA

Na Ponta do Bico: o jornalismo local na microrregião do Bico do Papagaio (TO) 128
– Alan Milhomem da Silva

De abertura a estratégia: adoção de elementos de transparência em reportagens publicadas por veículos independentes 131
– Kalianny Bezerra

A apuração convergente no radiojornalismo na Rádio Super Najua FM 133
– Karin Konzen Franco

Transformações e práticas do jornalismo feminino e do jornalismo feminista 136
– Letícia de Faria Ávila Santos

Narrativa jornalística de Trivela: a trajetória da Argentina na Copa de 2022 139
– Luiz Henrique Zart

Fronteiras do Brasil nas dissertações e teses em Jornalismo (2000 a 2020) 142
– Márcio Barbosa Norberto

Informação e entretenimento: o jornalismo de infotainment no site gshow 145
– Maria Clara Guimarães da Costa Moura

Dilemas éticos, práticas e identidades jornalísticas na era do *branded content* 148
– Natália Huf

Imagem Exu e jornalismo: subjetivações e RIRsistências com *pathos* em jogo 151
– Rafael Giovani Venuto

Narradoras em transmissões de futebol no rádio esportivo brasileiro 155
– Raphaela Xavier de Oliveira Ferro

A relação entre ética e credibilidade para jornalistas brasileiros e espanhóis 158
– Raphaele Batista

O uso da narrativa jornalística em conteúdos desinformativos de sites religiosos 162
– Victor Vinícius de Santana Palmeira

Na Ponta do Bico: o jornalismo local na microrregião do Bico do Papagaio (TO)

Alan Milhomem da Silva · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cárilda Emerim

Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Liana Vidigal Rocha

Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

Palavras-chave: jornalismo local-regional; jornalismo de influência regional; cartografia; Tocantins.

A partir do entendimento de jornalismo local como iniciativas que têm a proximidade espacial e identitária como determinantes na produção e divulgação de conteúdos, que encontram no seu contexto as melhores maneiras e estratégias para agir e reportar sua realidade (Aguiar, 2016; Reis, 2022; Torre *et al.*, 2024), este trabalho apresenta a primeira entrada em campo para coleta de dados para a tese em desenvolvimento. Para tanto, foram aplicados 590 formulários em 25 municípios que compõem a microrregião do Bico do Papagaio, no estado do Tocantins, para identificar o consumo de mídia dos moradores locais e mapear os veículos existentes na região.

Esse mapeamento foi realizado diante da divergência entre os dados do *Atlas da Notícia (2023)*, do *Mapa da Mídia do Tocantins (Rocha, Sousa e Alves, 2020)* e da experiência pessoal do pesquisador na microrregião.

Optamos por fazer um *survey* que, segundo Gil (2021), é caracterizado pela interrogação direta das pessoas que se procura conhecer, solicitando informações a um grupo considerável de pessoas acerca do problema estudado.

Além disso, possibilita a obtenção de dados em curto espaço de tempo e com custos relativamente baixos. A pesquisa foi realizada entre maio e agosto de 2024.

O formulário foi destinado exclusivamente aos moradores da microrregião do Bico do Papagaio, maiores de 18 anos e que aceitaram participar da pesquisa como voluntários. Assim, definimos entrevistar 20 pessoas em cada um dos 22 municípios com população menor que 15 mil habitantes. Nos três maiores municípios em contingente populacional (Araguatins, Augustinópolis e Tocantinópolis), realizamos 50 entrevistas.

Como trabalhamos com amostragem por conveniência, principalmente por conta dos recursos humanos e financeiros limitados, viajamos para cada um dos municípios e aplicamos os formulários em dois pontos principais das cidades: praça central, pois nos municípios menores há sempre uma praça na parte central da cidade, geralmente onde ficam a prefeitura e as repartições públicas ou a igreja matriz; e o centro comercial, que se configura como uma rua ou avenida onde se concentra o maior número de estabelecimentos comerciais da cidade.

Os dados apontam para uma inexistência de veículos impressos e televisivos na microrregião, bem como para a prevalência de sites (mais de uma dezena) e rádios comunitárias (15 em funcionamento). Além disso, os moradores entrevistados tendem a consumir notícias locais pelos meios digitais (sites, redes sociais e aplicativos de mensagens). A pesquisa segue agora para a análise dos conteúdos produzidos pelos veículos mapeados e entrevistas em profundidade com os jornalistas e/ou responsáveis por estes veículos.

De abertura a estratégia: adoção de elementos transparência em reportagens publicadas por veículos independentes

Kalianny Bezerra · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

Palavras-chave: transparência jornalística; estratégia; jornalismo;
Agência Pública; *The Intercept Brasil*.

Referências

AGUIAR, S. **Territórios do jornalismo:** Geografias da mídia local e regional no Brasil.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Mapeando o jornalismo local no Brasil.** 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

REIS, T. **A cidade de notícias:** um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão. 2022. 258 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

ROCHA, L; ALVES, Y; SOUSA, S. M. Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020. In: GRADIM, A.; SERRA, P. (org.). **Anuário internacional de comunicação lusófona 2019/2020.** Covilhã: Labcom/UBI, 2020

TORRE, L; RAMOS, G; NORONHA, M; JERÓNIMO, P. Sourcing Local Information in News Deserts. **Journalism and Media**, v. 5, n. 3, p. 1228-1243, 2024.

A tese investiga de que maneira elementos de transparência jornalística são planejados, negociados e implementados em reportagens publicadas pela Agência Pública (AP) e pelo *The Intercept Brasil* (TIB), bem como quais as motivações para adoção desses elementos. Propõe-se deixar de lado a visão que considera a transparência enquanto uma abertura jornalística (Craft; Heim, 2009; Karlsson, 2010) e adotá-la enquanto uma estratégia, reconhecendo que sua construção e implementação é relacional, requer tomadas de decisão, possui limitações e não é linear. Os procedimentos metodológicos escolhidos para a realização deste estudo são a aplicação da Análise de Conteúdo Qualitativa (Mayring, 2000; 2014) em uma amostra por conveniência composta por reportagens publicadas pela AP e pelo TIB desde sua fundação, a saber 2011 e 2016, respectivamente, até 2022, e entrevistas em profundidade com profissionais das duas organizações.

A apuração convergente no radiojornalismo na Rádio Super Najujá FM

Karin Konzen Franco · Mestrado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Fabiana Quattrin Piccinin
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: apuração; convergência; radiojornalismo; jornalismo local.

Referências

CRAFT, Stephanie; HEIM, Kyle. Transparency in journalism: meanings, merits and risks. In: WILKINS, Lee; CHRISTIANS, Clifford (eds). **The Media Ethics Handbook**. New York: Routledge, 2009, p. 217-228.

KARLSSON, Michael. Rituals of transparency: evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. **Journalism Studies**, v. 11, n. 4, 2010, p. 535-545. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14616701003638400>. Acesso em: 10 dez. 2020.

MAYRING, Philipp. Qualitative Content Analysis. **Forum: Qualitative Social Research**, v. 1, n. 2, 2000, p. 1-10. DOI: 10.17169/fqs-1.2.1089. Disponível em: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089>. Acesso em 12 ago. 2023.

MAYRING, Philipp. **Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution**. Klagenfurt: Austria, 2014.

A apuração jornalística é um dos pilares para a produção de uma notícia, constituindo uma das etapas do jornalismo em que há “um processo de busca por múltiplas informações” (Silva, 2020, p. 11). As reconfigurações da produção de conteúdos jornalísticos na convergência midiática (Jenkins, 2009) mudou as rotinas produtivas (Piccinin; Silva; Emerim, 2023.), incorporando a esta etapa o uso tecnologia (Virissimo, 2008).

Essa incorporação acontece à medida em que há o aparecimento do jornalista multimídia, emergido de uma reestruturação das redações jornalísticas, que o fazem produzir para diversas mídias (Salaverría; Negredo, 2008). Essas transformações também se refletem no radiojornalismo, com o rádio expandido (Kischinhevsky, 2016) e o rádio hipermidiático (Lopez, 2009), que trouxe a necessidade de um jornalista multimídia e multiplataforma.

É a partir deste contexto que temos como objeto de

pesquisa a *Rádio Super Najuá FM*, localizada em Irati, no interior do Paraná. Entendemos que é uma emissora que passa por essas transformações, configurando-se dentro de características como redação menor, baixo investimento e exígua sustentabilidade (Assis, 2013). Assim, temos como problema de pesquisa compreender o processo de apuração jornalística, dentro de um contexto de convergência midiática, na *Rádio Super Najuá FM*. Como objetivo geral, queremos entender como as transformações ocorrem no processo de apuração jornalística realizada pela emissora, dentro desse ambiente convergente.

Para isso, temos como metodologia um levantamento teórico, por meio de pesquisa bibliográfica narrativa; uma pesquisa quanti e qualitativa, com adoção da observação participante, entrevista em profundidade e história oral; e uma análise de dados, desde os conceitos de autores como Salaverría e Negredo (2008) e Lopez (2009), e uma análise quanti-qualitativa da observação participante, considerando o diário de campo.

Na primeira etapa da análise, foi possível encontrar processos de convergência midiática, porém com deficiências, como a falta de adaptação de conteúdos compartilhados nas redes sociais, como o não uso de conteúdos transmidiáticos, por exemplo. Na segunda etapa da análise, estabelecemos como critérios de análise três tipos de apuração: apuração presencial, quando o repórter está no local do fato; apuração à distância, quando o repórter não está no local do fato; e a apuração híbrida, quando há o uso dos dois tipos de apuração anteriores. A quantificação ainda está sendo finalizada, mas os primeiros resultados indicam uma propensão ao maior uso de apuração à distância.

Referências

ASSIS, F. *Imprensa do interior: conceito a entender, contextos a desvendar*. In: ASSIS, F.(Org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

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

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2016.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 227 f. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Departamento de Comunicação, Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2009.

PICCININ, F; SILVA, E; EMERIM, C. O telejornal das velhas narrativas está na IA: análise de uma experiência com conteúdos generativos. In: **Anais [...]** 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2023, Brasília. 2023. Disponível em <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/o-telejornal-das-velhas-narrativas-esta-na-ia-analise-de-uma-experiencia-com-con?lang=pt-br>. Acesso em: 22 set. 2024.

SALAVERRÍA, R; NEGREDO, S. **Periodismo Integrado: convergência de meios y reorganização de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.

SILVA, G; SILVA, T; BERTASSO, D; SILVA, V. N.; GUSTAFSON, J.; AZEREDO, D. Análise da apuração jornalística na cobertura da posse de Jair Bolsonaro. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 7-20, 2020. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/172488>. Acesso em: 26 nov. 2022.

VIRISSIMO, V. A. Jornalismo Investigativo na Internet: a apuração nas redes e questões de epistemologia. **Anais [...]** IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2008, Guarapuava. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0724-1.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2023.

Transformações e práticas do jornalismo feminino e do jornalismo feminista

Letícia de Faria Ávila Santos · Doutorado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Daiane Bertasso Ribeiro
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo feminino; jornalismo feminista; revista feminina; portal feminista.

Esta tese de doutorado tem o objetivo de compreender as práticas e transformações do jornalismo feminino e do jornalismo feminista, em um estudo de casos dos veículos *Claudia*, *Marie Claire*, *Catarinas* e *Revista AzMina*.

Para investigá-los como fenômenos sociais, que se configuram e reconfiguram enquanto práticas e modelos jornalísticos, a pesquisa parte da seguinte pergunta-problema: quais os cenários atuais dos jornalismo feminino e feminista no eixo Sul-Sudeste no contexto de transformações e práticas jornalísticas decorrentes dos movimentos feministas em rede e dos novos modelos de negócio?

A *Revista AzMina* é uma produção jornalística, situada no portal web e também nas redes sociais *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, desde 2015, que se caracteriza como “jornalismo e educação pela equidade; informação e educação feminista e independente”.

O *Portal Catarinas* atua desde 2016, situado no portal web, com “jornalismo com perspectiva de gênero”, como o próprio slogan afirma. Posiciona-se como articulador do engajamento feminista na construção de narrativas jornalísticas, unindo o “ativismo feminista à prática jornalística”.

A *Revista Cláudia*, lançada em outubro de 1961 pela *Editora Abril*, conta com o slogan “O mundo sob o ponto de vista da mulher”, e denomina-se pelos assuntos de comportamento, saúde, entretenimento, carreira, maternidade e mais.

Publicada 30 anos depois, a *Revista Marie Claire* veio para o Brasil em abril de 1991. Inicialmente lançada na França em 1931, chegou ao Brasil com o slogan “Chique é ser inteligente!”. Atualmente, mantendo o slogan, a *Revista* denomina-se pelos temas de moda, beleza, amor e sexo, horóscopo e feminismo, com “tudo o que a mulher moderna deve saber”.

A metodologia é o estudo de casos múltiplos, que trabalha com foco em questões do tipo “como” e “por que”, para investigar como o jornalismo está sendo reconfigurado nos veículos femininos e feministas. Parte-se de autores base como Yin (2014), Duarte (2008), Gerring (2019), Sattler (2022), Moraes (2023) e Figaro (2018b). Também contribuirei com as entrevistas semiestruturadas das jornalistas dos veículos femininos, com a proposta de sanar questões referentes aos fazeres jornalísticos dos veículos e de suas decisões editoriais, rotinas jornalísticas e questões sobre a comunicação das revistas.

Tendo como hipótese, a partir de observações prévias realizadas em meio a esta pesquisa, de que o jornalismo feminino vem mudando sua produção de conteúdo diante das articulações dos movimentos feministas. De modo correlato, que o jornalismo feminista vem se estruturando, desenvolvendo e ganhando estabilidade em rede ao encontrar novas formas de atuação e, principalmente, desenvolvendo

métodos de manutenção financeira, que até então não tinha de forma sustentável.

Referências

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FIGARO, R. (orgs.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECAUSP, 2018b.

GERRING, J. **Pesquisa de estudo de caso: princípios e práticas**. Petrópolis: Vozes, 2019.

MORAES, F. Sobre que militantes e engajados estamos falando? Um olhar sobre a imprensa comercial brasileira e o posicionamento como estratégia política. **Brazilian Journalism Research: Journalism theory, research and criticism**. Dossiê Jornalismo Militante, Ativista e de Combate. v. 19, n. 3. ISSN: 1981-9854. 2023.

SATTLER, J. Epistemologia Feminista. In: BORGES, M. L.; CASTRO, S.; TIBURI, M. **Filosofia Feminista**. Editora do SENAC, 2022.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Narrativa jornalística de Trivela: a trajetória da Argentina na Copa de 2022

Luiz Henrique Zart · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: narrativa; jornalismo esportivo; Trivela; Argentina; Copa do Mundo de 2022.

Esta pesquisa compreende de que forma a Trivela articula elementos narrativos nos textos da cobertura da trajetória da Argentina na Copa do Mundo de 2022. Para responder ao objetivo geral, o estudo tem como objetivos específicos discutir, conceitualmente, da perspectiva histórica e teórica, os Jornalismo especializado e esportivo; compreender a cobertura sobre futebol como território para narrativas jornalísticas diferenciadas; e buscar características narrativas nas matérias que envolvem a seleção argentina, para perceber como esse recorte se relaciona à cobertura do mundial. Como justificativa, está o interesse em tratar da prática jornalística por meio das narrativas futebolísticas, tendo o esporte como fenômeno social e manifestação cultural.

A pesquisa é estruturada em três capítulos, como setores de um campo de futebol: de abordagem teórica; metodológica; e analítica. Para contemplar a repercussão da

final, o recorte temporal da análise é estabelecido entre a abertura, em 20 de novembro, e dois dias depois da decisão, em 20 de dezembro de 2022. Como procedimento e técnica de interpretação, inicialmente, o corpus considera duas categorizações: primeiro, propõe uma Análise de Conteúdo (Bardin, 2016) de 370 matérias da cobertura da *Trivela* no mundial para tratar da construção textual, recurso utilizado também para os 55 textos que envolvem *La Selección*. Esta estratégia é artifício preparatório para a segunda categoria, de formação narrativa, quando se desenvolve uma Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013) sobre a trajetória Albiceleste. São adotados os planos de expressão, estória e metanarrativa, orientados por sete movimentos metodológicos propostos por Motta (2013).

Entende-se que textos sobre personagens do jogo são diferenciais da publicação, tendo em crônicas e textos históricos mais investimento narrativo, perceptível quando as matérias diminuem em quantidade e aumentam em intensidade. Conclui-se que, na trajetória da Argentina na Copa do Mundo de 2022, *Trivela* articula elementos narrativos em quatro núcleos: a partir da construção da linguagem; da formatação do texto; da composição do enredo e da criação de uma narrativa sobre o tri Albiceleste.

No primeiro deles, a *Trivela* privilegia os efeitos de sentido, com destaque à perspectiva interpretativa e opinativa, com ritmos narrativos oscilando. São usados recursos estéticos como adjetivações, hipérboles, metáforas e outras figuras de linguagem, além de efeitos de retardamento, suspense, desenlace, ênfase e do suporte de dêiticos, em um vaivém temporal, na construção de um cenário conflituoso e de crescente tensão narrativa. No segundo núcleo, gêneros, formatos e propostas textuais carregam certas intenções e mobilizam características determinadas: relatos de jogo são cronológicos e descritivos; repercussões se aproximam de relatos noticiosos; textos de personagem exploram sentido autoral; e históricos buscam tópicos contextuais. No terceiro

núcleo, enredos constroem representações narrativas por meio de expectativa, surpresa e decepção, ressaltando aspectos emocionais, psicológicos e comportamentais do jogo. Recursos fáticos e fictícios, efeitos de sentido, prolepse e analepse compõem a temporalidade dos relatos, em que adversários são meros obstáculos à conquista do mundial, em uma metanarrativa de heroísmo, superação e expectativa. Na narrativa jornalística de *Trivela*, Lionel Messi é o protagonista em sua última dança, entre o drama e a apoteose da trajetória Albiceleste.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

Fronteiras do Brasil nas dissertações e teses em Jornalismo (2000 a 2020)

Márcio Barbosa Norberto · Doutorado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Terezinha da Silva
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: fronteiras; Jornalismo; pesquisa; estado da arte; América do Sul.

Nos limites deste texto, apresento dados quantitativos e parciais relativos à pesquisa de tese em andamento. Antes, porém, cumpre situar o contexto no qual a investigação está inserida. Este estudo é denominado como Estado da Arte, definição a partir de Norma Ferreira (2002), com abordagem qualitativa e quantitativa, objetivo descritivo e procedimentos da pesquisa bibliográfica. Conforme Ida Stumpf (2015), trabalhos desta natureza nos permitem acessar outros previamente construídos. Jiani Bonin (2008) acrescenta que o conhecimento se desenvolve “com e a partir” dos estudos já realizados.

Têm-se como objeto de estudo o jornalismo e as fronteiras internacionais, delimitadas naquelas que formam pontos de encontro e ao mesmo tempo de limites do Brasil na América do Sul. O empírico é constituído por dissertações e teses produzidas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) e Jornalismo (PPGJor), de 2000 a

2020. Enuncia-se como questão de pesquisa: o que a pós-graduação em Comunicação e Jornalismo construiu de conhecimento sobre o tema? Desta, defino como objetivo principal: produzir o Estado da Arte em relação à temática jornalismo e fronteiras do Brasil na América do Sul nas dissertações e teses. Seis categorias de análise foram mapeadas: institucional; temática; teórica; metodológica; empírica e arcos de fronteira. Neste espaço, apresento alguns dados da categoria institucional.

As pesquisas foram mapeadas nos repositórios digitais: Catálogo de Teses e Dissertações CAPES¹, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações², Portal Unbral Fronteiras³, além de verificações na base de dados das universidades. O mapeamento foi realizado de dezembro de 2023 a fevereiro de 2024. Para identificar os trabalhos, três unidades foram definidas: título, resumo e palavras-chave. Após esses procedimentos foram inventariadas 29 dissertações e 15 teses, totalizando 44 trabalhos. Numa segunda etapa, os capítulos de introdução foram lidos para verificar as investigações que evidenciavam a relação jornalismo e fronteiras. Dessa feita, o corpus final de análise resultou em 17 dissertações e oito teses, fechando 25 estudos.

A categoria institucional visa a identificar as regiões de localização dos Programas nos quais os trabalhos foram realizados. Em relação às dissertações, nas regiões Norte-Nordeste foi registrada uma, resultado da parceria entre o PPGCom da UFBA e o da UFPA. Um programa do Centro-Oeste é representativo de todas as dissertações. Foram mapeadas cinco no PPGCom da UFMS. No Sudeste, foram verificadas seis pesquisas, sendo três desenvolvidas no programa da UMESE; uma no da UNIP, uma no da Cásper Líbero e uma no da UNESP. Por fim, a região Sul concentra

¹ <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/>

² <https://bdtd.ibict.br/vufind/>

³ <https://unbral.nuvem.ufrgs.br/bd/>

cinco investigações, duas no PPGCom da PUC/RS, uma no da UFRGS, uma no PPGJOR da UEPG e uma no da UNISINOS. Quanto às teses, foram mapeadas quatro pesquisas no Sudeste, sendo três no PPGCom da USP e uma no da UFRJ. A região Sul responde também por quatro trabalhos, três no programa da UFRGS e um no da UNISINOS.

Quanto às dissertações, é possível verificar que os 17 trabalhos estão em 11 programas, nas cinco regiões. Há dois destaques: 1) 59% dos estudos estão no Centro-Oeste e Sul, 35% no Sudeste e 6% no Norte-Nordeste; 2) o programa da UFMS concentra todos os trabalhos do Centro-Oeste. No que se refere às teses, as oito pesquisas estão concentradas em quatro programas de duas regiões, os PPGCom da USP e da UFRGS registram juntos 75% das investigações. A concentração de estudos pode indicar a existência de linhas e/ou grupos de pesquisa com aderência à temática fronteiriça e, além disso, docentes com trajetória investigativa também alinhada ao tema fronteira. Outras análises e conclusões estão ainda sendo apuradas.

Referências

BONIN, J. A. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 121-127, dez., 2008. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4809>. Acesso em: 25 jan. 2024.

FERREIRA, N. S. de A. As pesquisas denominadas “estado da arte”. **Revista Educação & Sociedade**, Campinas, ano 23, n. 79, agosto, p. 257-272, 2002. Disponível em <https://www.scielo.br/j/es/a/vPsyhSBW4xJT48FfrdCtqfp/?format=pdf>. Acesso em: 25 jan. 2024.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

Informação e entretenimento: o jornalismo de infotenimento no site *gshow*

Maria Clara Guimarães da Costa Moura · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: gêneros jornalísticos; infotenimento; webjornalismo; *gshow*; estratégia e extensão.

A pesquisa pretende averiguar como o jornalismo de entretenimento, desenvolvido pelo *gshow* (TV Globo), se desenvolve no contexto digital e oferece conteúdos que não só informam, mas também divertem suas audiências. Do ponto de vista teórico, a pesquisa promoveu uma análise dos gêneros jornalísticos, utilizando como base a Classificação Marques de Melo (2009).

Elencando e dando destaque ao gênero diversional (Assis, 2016), traçou-se uma análise que abordou desde o entretenimento ao infotenimento, e sua característica de aproximação com as audiências no contexto on-line (Dejavite, 2006). A pesquisa também promoveu uma discussão acerca da convergência no ambiente digital, abordando parte da trajetória do jornalismo na Internet e suas formas de oferecer conteúdos narrativos segmentados (Jenkins, 2009; Castells, 2015).

Como desenvolvimento metodológico, a pesquisa

focou na análise de conteúdo, utilizando métodos tanto qualitativos quanto quantitativos (Bardin, 2016), o que conduziu resultados relevantes acerca do *corpus* de 160 matérias, coletadas no mês de julho de 2023, na seção *Pop*, da aba *Tudo mais do gshow*. As matérias do objeto de estudo foram analisadas a partir de sete categorias (2014), que buscavam responder ao problema de pesquisa, são elas: hipertextualidade (João Canavilhas), multimedialidade (Ramón Salaverría), interatividade (Alejandro Rost), memória (Marcos Palacios), instantaneidade (Paul Bradshaw), personalização (Mirko Lorenz) e ubiquidade (John V. Pavlik). Com o objetivo de contribuir ainda mais com o campo, a pesquisa também se propôs a desenvolver duas categorias que aferiram novas particularidades que podem ser observadas dez anos depois no ambiente on-line: estratégia e extensão.

Com os resultados obtidos, verificou-se como o jornalismo de infotainment, conduzido pelo objeto de estudo, possui características já observadas nos veículos on-line, ainda que tenha forte influência de elementos que constituem os jornais impressos. A partir da pesquisa, verificamos como o gênero diversional possui a qualidade de jornalismo informativo, para audiências cada vez mais conectadas.

Referências

- AGUIAR, L. A. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008.
- ASSIS, F. Jornalismo diversional: a diversão pela forma. **Libero**, n. 37, p. 143-152, 2016. <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/444>. Acesso em: 09 out. 2024.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Repositório Digital ASCES, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ascses.edu.br/handle/123456789/1691>. Acesso em: 19 dez. 2022.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne; rev. e trad. Isabela Machado de Oliveira Fraga. 1ª ed., São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- DEJAVITE, F. A. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.
- GSHOW nas redes sociais. **Memória Globo**, 3 jan. 2024. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/produtos-digitais/gshow/noticia/gshow-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 9 jun. 2024.
- HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.) **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.
- MELO, J. M.; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 39, p. 39-56, 2016.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Trad. Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itau Cultural: Unesp, 2003.
- SEIXAS, L. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: proposta de novos critérios de classificação. Covilhã: LabCom, 2009.

Dilemas éticos, práticas e identidades jornalísticas na era do *branded content*

Natália Huf - Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Linha de Pesquisa: Conhecimento e Profissão

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: *branded content*; credibilidade jornalística; sustentabilidade organizacional; identidade profissional.

Frente à queda das receitas publicitárias, organizações do setor de mídia têm buscado alternativas para a viabilidade financeira de seus negócios. O modelo tradicional dessa indústria, baseado em venda de anúncios e em assinaturas (Traquina, 2005), parece ser insuficiente para sustentar o jornalismo. Nesse contexto, um tipo de anúncio vem se consolidando nas mídias brasileira e internacional: o *branded content*, ou conteúdo de marca.

Termo amplo que designa todas as ações de uma empresa que têm como objetivo a construção ou fortalecimento da relação com seu público-alvo (Asmussen *et al.*, 2016; Hardy, 2021; Moura, 2021), *branded content* abarca também os chamados publi-editoriais, publirreportagens e conteúdos patrocinados, práticas comuns no jornalismo, mas que ganham um novo contorno com a ascensão do “conteúdo” (Dush, 2015). Além disso, organizações do setor de mídia vêm implementando núcleos internos, como *labs*, *studios* e

hubs dedicados à produção de conteúdo de marca (Rubim, 2023). O produto final se assemelha às notícias (Light, 2014; Lynch, 2018; Fidalgo, 2019; Ferrer-Conill *et al.*, 2021; Hardy, 2021) e circula ao lado do conteúdo editorial dos veículos jornalísticos.

Os núcleos de *branded content* são comumente formados por profissionais jornalistas, que trabalham para empresas de mídia, mas produzem um conteúdo publicitário, mobilizando, para este fim, saberes e técnicas próprias da profissão de jornalista (Fidalgo, 2019), em um movimento de hibridização não apenas do conteúdo editorial para anúncio, mas também do profissional jornalista para a área do marketing e da publicidade (Schmitz, 2017).

A pesquisa, ainda em desenvolvimento, tem como objetivo compreender que tipos de dilemas éticos podem surgir a partir da presença de núcleos de *branded content* nas organizações jornalísticas. Para tanto, serão feitas entrevistas com profissionais de cinco *hubs* de conteúdo, sendo um de cada região do país, articulando temas como a sustentabilidade financeira das organizações, a credibilidade jornalística e a identidade profissional dos jornalistas que atuam na produção de *branded content*.

Imagem Exu e jornalismo: subjetivações e *RIR*sistências com pathos em jogo

Rafael Giovanni Venuto · Doutorado

Referências

ASMUSSEN, B.; WIDER, S.; WILLIAMS, R.; STEVENSON, N.; WHITEHEAD, E. **Defining branded content for the digital age: the industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept.** Londres: BCMA/Oxford Brookes University/Ipsos MORI, 2016.

DUSH, L. When writing becomes content. **College Composition and Communication**, 2015, v. 67, n. 2, 2015, p. 173-196. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/24633854>. Acesso em: 24 abr. 2024.

FERRER-CONILL, R.; KNUDSEN, E.; LAUERER, C.; BARNOY, A. The Visual Boundaries of Journalism: native advertising and the convergence of editorial and commercial content. **Digital Journalism**, [S.l.], v. 9, n. 7, p. 929-951, 6 nov. 2020. DOI: 10.1080/21670811.2020.1836980.

FIDALGO, J. Em trânsito pelas fronteiras do Jornalismo. **Comunicação Pública** [Online], v. 14 n. 27, 2019, 13 dez. 2019. DOI: 10.4000/cp.5522.

HARDY, J. **Branded Content: the fateful merging of media and marketing.** New York: Routledge, 2021.

LIGHT, L. Brand journalism: how to engage successfully with consumers in an age of inclusive individuality. **Journal of Brand Strategy**, v. 3, n. 2, pp. 121-128, 2014.

LYNCH, L. **Native Advertising: advertorial disruption in the 21st-century news feed.** New York: Routledge, 2018.

MOURA, L. **Conteúdo de marca: os fundamentos e a prática do branded content.** São Paulo: Summus Editorial, 2021.

RUBIM, M. **Entre fronteiras editoriais e comerciais: mapeamento das práticas de jornalismo de marca no contexto brasileiro.** 2023. 133 f. il. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38187>. Acesso em: 16 fev. 2024.

SCHMITZ, A. A migração dos jornalistas para o marketing de conteúdo. In: **Anais [...]** 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2017, São Paulo. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/2017/paper/view/740/354>. Acesso em: 28 fev. 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2004.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Flávia Garcia Guidotti
Linha de Pesquisa: Cultura e Sociedade

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), bolsa atual, modalidade Apoio à Difusão do Conhecimento (ADC-IB), bem como do Programa Uniedu-Fundes Pós-Graduação, de 04/2021 a 01/2024.

Palavras-chave: Imagem Exu; *RIR*sistência; subjetivação; experiência exusíaca/estética/dialética; emoção.

Figura central em algumas das principais religiões afro-brasileiras, como Candomblé e Umbanda, Exu tem a capacidade de criar caos que leva a novas formas de ordem, o que se coaduna à noção de subjetivação, que faz tremer pilares já dados.

Com o objetivo de refletir sobre diferentes subjetivações decorrentes da experiência estética, dialética e exusíaca que podemos “estabelecer” com imagens jornalísticas, considero o que entra em jogo quando elas não são tomadas apenas enquanto símbolos disponíveis à decodificação, o que exige pensar o visual e as figurabilidades que “rasgam”, via sintoma, sua própria legibilidade. Elas são experiência e acontecimento, desde que um espectador com “olho à escuta” se implique (Didi-Huberman, 2010a).

Como tais acontecimentos e experiências envolvem emoção – a emoção do pathos, ativa e criativa –, o

atravessamento do tempo também vibra, este tempo que não é aquele do tic-tac, do calendário, mas que envolve Exu e toda sua complexidade enquanto potência da ordem e da desordem, da dualidade, do movimento, do jogo e da perpétua transformação. Exu é comunicação, brinca, transgride e ama pregar peças. Exu vem antes do próprio tempo.

A partir de tais premissas, lanço meu encantamento em direção de ao menos três pontos que se entrecruzam ao longo da tese.

O **primeiro** diz respeito ao modo como nos relacionamos com imagens, jornalísticas ou não. Dado que elas não são formas estereis e estáveis que gravitam no ar à espera de um leitor que as decifre, mas um jogo afetivo entre aquele que olha e que, por sua vez, também é olhado pelo o que vê (Didi-Huberman, 2010b), procuro compreender de que modo o visual difere do visível. Decorre daí que a noção de *imagem dialética* (Benjamin, 2006), bem como o conceito de aura, a potência do negativo, o funcionamento sintomático da imagem, o paradigma do sonho, o paradoxo do visível etc, também são deslindados.

O **segundo** ponto que firmo nesta encruzilhada envolve a ideia de comunidade, a qual se desenrola segundo sua própria lógica, que é ela mesma. Inoperante, seus laços se constituem e se desconstituem a todo instante, no próprio experimentar juntos, no expor-se uns-aos-outros e uns-com-os-outros (Nancy, 2016), a exemplo do que ocorre nas chamadas “giras” – rituais coletivos em que Orixás e entidades participam –, mas em todos lugares de “comparição” (*comparution*).

Por “fim”, no **terceiro**, viso a subjetivação e tudo o que ela demanda em termos de desidentificações, já que estas “produzem formas de emancipação que não se reduzem à autonomia individual, mas valorizam a produção de relações, cenas de enunciação e articulações [...]” (Marques; Mendonça, 2018, p. 51), perturbando lógicas consensuais.

Inspirado metodologicamente pelo *Bilderatlas*

Mnemosyne, de Aby Warburg (2000), apresento uma série de montagens que são um convite à disrupção, afinal a imagem é esta “coisa” que não está lá nem cá. Na verdade, ela nem é uma “coisa”, mas o ato de colocarmos em atividade nossa imaginação, de nos embrenharmos, fabulando.

Tais montagens compreendem fotos publicadas em jornais, redes sociais e sites de notícias, mas também imagens da cosmologia Iorubá – povo africano no qual Exu foi primeiramente cultuado –, além das artes plásticas.

Traços de sujeitos historicamente violentados (negros, mulheres, pessoas em situação de rua, profissionais do sexo, “membros” da diáspora etc) são montados, desmontados e remontados através de deslocamentos que visam ensejar diferentes leituras, tudo isso tensionado a partir da filosofia da imagem, da fenomenologia, da estética e das sabedorias ancestrais, bem como do próprio jornalismo e de minhas próprias experiências.

Argumento que o surgimento de diferentes subjetivações com imagens jornalísticas passa por uma espiral de emoções que bagunçam a pretensa estabilidade do que costumamos chamar de “real”.

A *Imagem Exu* seria, portanto, esse furdunço criativo, o caos que implode formas convencionais de leitura e percepção, para além do ícone. Ela abre caminhos a miríades de possíveis em torno de processos históricos e sociais de barbárie, mas também de muita *RIR*sistência – outro conceito que tenho desenvolvido e que se refere à desconstrução da lógica que desencanta práticas e teorias gargalhantes.

Laroiê, Exu! Salve as Pombas-Gira!

Narradoras em transmissões de futebol no rádio esportivo brasileiro

Raphaela Xavier de Oliveira Ferro · Doutorado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Valci Regina Mousquer Zuculoto
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.0

Palavras-chave: jornalismo esportivo; rádio esportivo; narradoras de futebol; história das mulheres; transmissões de futebol.

Referências

- BENJAMIN, W. **Passagens**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado/ UFMG, 2006, p. 505 [N 3, 1].
- DIDI-HUBERMAN, G. **A imagem sobrevivente: história e tempo**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2010a.
- DIDI-HUBERMAN, G. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2ª ed., 2010b.
- MARQUES, Â. C. S.; MENDONÇA, R. F. A política como (des) construção de sujeitos: desencaixes e rearticulações identitárias em protestos multitudinários contemporâneos. **Galáxia**, n. 37, p. 41-54, 2018.
- NANCY, J. **A comunidade inoperada**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2016.
- WARBURG, A. M.; WARNKE, M. **Der Bilderatlas Mnemosyne**. Berlin: Akademie Verlag, 2000.

A ausência de vozes femininas na narração em transmissões de futebol é, ainda hoje, comum na radiofonia brasileira, assim como o desconhecimento sobre as mulheres que já atuaram na função desde a década de 1970, quando a *Rádio Mulher* (SP) possibilitou a atuação das pioneiras nessa área. O cenário específico reflete uma realidade bem mais ampla de memoricídio feminino, descrito, na literatura, por Constância Duarte (2022). Por muito tempo, estabeleceu-se no relato histórico tradicional, das diferentes áreas profissionais e do conhecimento, a negação da participação feminina e o silêncio a respeito das primeiras a romperem barreiras em seus campos de atuação.

A história do rádio e do radiojornalismo reproduz essa conformação, ignorando, muitas vezes, que as hierarquias de gênero também são projetadas, ouvidas e percebidas em ambientes sonoros, como afirmam Helmi Järviluoma, Pirkko

Moisala e Anni Vilkkö (2003), estabelecendo uma paisagem sonora genericada, conforme Christine Ehrick (2015), que se potencializa no que concerne ao futebol, por sua dimensão pretensamente masculina. Nesse cenário, as vozes femininas são questionadas, vistas como intrusas, não aceitas também porque destoam do que se espera para as transmissões da modalidade. São, assim, impedidas, rejeitadas e ignoradas nas poucas ocasiões em que aparecem.

A pesquisa de doutorado, ainda em desenvolvimento, sobre a qual versa este resumo, se propõe a reduzir essa invisibilização. Por isso, adotando perspectiva histórica (Barbosa, 2015; Martins, 2009), busca-se, como objetivo, identificar como se configura e se estabelece a inserção de mulheres na narração de competições profissionais de futebol no rádio brasileiro. Parte-se do escopo teórico relativo aos estudos feministas, considerando intersecções sobre história, gênero, jornalismo e esporte. Para tanto, adota-se a triangulação metodológica (Figaro, 2014), a partir da combinação de pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2017), análise documental (Cellard, 2008) e entrevistas em profundidade (Duarte, 2017), com aporte teórico-metodológico da história oral (Abrams, 2019).

A intenção é, para além da formalização do registro da narração feminina na história das transmissões radiofônicas de futebol, compreender as especificidades da área ainda demarcada como reduto masculino (Bruschini, 2007). Além disso, intenta-se ampliar o debate sobre o contexto social e político que estabeleceu por tanto tempo a ausência das mulheres da função da narração. E assim, discutir o que se faz necessário atualmente para a inserção de mais mulheres nessa área específica de atuação e em outras semelhantes, principalmente relativas ao jornalismo e ao esporte.

Referências

- ABRAMS, L. Heroes of their own life stories: narrating the female self in the feminist age. **Cultural and Social History**, v. 16, n. 2, p. 205-224, 2019. Disponível em: <https://eprints.gla.ac.uk/171892/13/171892.pdf>. Acesso em: 20 set. 2024.
- BARBOSA, M. Comunicação e Usos do Passado. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 154-162, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/19561>. Acesso em: 20 set. 2024.
- BRUSCHINI, M. C. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de pesquisa**, São Paulo, v. 37, n. 132, p. 537-572, set. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/KybtYJCJQvGnnFWWjcyWKQrc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 set. 2024.
- CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, Jean; DESLAURIERS, J-P; GROULX, L-H; LAPERRIÈRE, A.; MAYER, R.; PIRES, Á. (orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 3. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2012. p. 295-316.
- DUARTE, C. **Memorial do memoricídio: escritoras brasileiras esquecidas pela história**. Belo Horizonte: Editora Luas, 2022.
- DUARTE, J. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. p. 62-83.
- HRICK, C. **Radio and the gendered soundscape: women and broadcasting in Argentina and Uruguay, 1930-1950**. New York (EUA): Cambridge University Press, 2015.
- FIGARO, R. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Fronteiras**, São Leopoldo-RS, v. 16, n. 2, p. 124-131, mai./ago. 2014. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.06/4196>. Acesso em: 20 set. 2024.
- JÄRVILUOMA, H; MOISALA, P; VILKKO, A. **Gender and qualitative methods**. Noida: Sage Publications, 2003.
- MARTINS, E. Historiografia: o sentido da escrita e a escrita do sentido. **História & Perspectivas**, Uberlândia, v. 1, n. 40, p. 55-80, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/historiaperspectivas/article/view/19208>. Acesso em: 20 set. 2024.
- STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. p. 51-61.

A relação entre ética e credibilidade para jornalistas brasileiros e espanhóis

Raphaelle Batista · Doutorado

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Linha de Pesquisa: Conhecimento e profissão

O presente trabalho integra o projeto “Indução de sistemas de autorregulação deontológica jornalística em espaços afro-iberoamericanos”, financiado pelo CNPq por meio da Chamada Pública MCTI/CNPq nº 14/2023 e contratada sob o processo nº 441514/2023-5.

Palavras-chave: ética; credibilidade; deontologia; autorregulação profissional; Jornalismo.

Ética e credibilidade são imprescindíveis para pensar o jornalismo. Numa crise que se abate com mais ou menos força em todo o mundo, os desafios vão além da sustentabilidade econômica. Embora a perspectiva financeira da indústria de notícias seja cada vez mais pessimista (Newman, 2024), não é de agora a oscilação nos níveis de confiança na mídia e nos seus profissionais. A pós-verdade (Krasni, 2020) e a desinformação (Poseti; Mathews, 2018) se somam ao aumento da desconfiança geral em torno das instituições sociais e contribuem para o enfraquecimento da credibilidade do jornalismo. Ademais, ataques à liberdade de imprensa advindos de figuras políticas e problemas internos ao próprio campo corroboram o cenário em que a relevância da atividade jornalística é colocada em xeque. O pacto historicamente estabelecido com os públicos, em que ética e credibilidade são valores fundamentais, passa a ser

ameaçado.

Ao mesmo tempo, em se tratando de considerar uma organização de mídia mais ou menos credível, questões éticas parecem menos importantes aos olhos de quem está de fora do jornalismo, conforme mostrou o relatório de 2021 do projeto *Trust in News*, do Instituto Reuters. Para os entrevistados na pesquisa que envolveu públicos de quatro países, a familiaridade com as marcas, as qualidades estilísticas ou a forma como as notícias são apresentadas são itens mais valorizados pelas audiências do que as práticas jornalísticas, visto que apenas algumas pessoas detêm conhecimento sobre como as notícias são feitas ou mesmo estão interessadas em saber mais sobre isso (Toff *et al.*, 2021). Mas como o jornalismo tem dado a ver sua ética? Essa ética é capaz de ser uma fiadora de credibilidade para o jornalismo? Como os agentes envolvidos nessa prática social interpretam essa relação? Em que medida a reflexão sobre a ética jornalística influencia a prática profissional que integra a complexa equação que resultará (ou não) em credibilidade? Questões como estas são motivadoras desta pesquisa, que se desenvolve no âmbito do projeto internacional *Indução de sistemas de autorregulação deontológica jornalística em espaços afro-iberoamericanos*. Reunindo equipes em seis países de três continentes (Europa, América Latina e África), a iniciativa se propõe a mapear e compreender valores e práticas éticas da categoria profissional, indústria e setor produtivo jornalístico.

Nesta tese, especificamente, investigamos como os jornalistas brasileiros e espanhóis que trabalham nas cidades de Fortaleza (Brasil) e Sevilha (Espanha) compreendem a relação entre ética e credibilidade, considerando as especificidades de suas atividades de trabalho, contextos culturais e os sistemas de autorregulação deontológica em que estão inseridos. Assim, a pesquisa tenta preencher uma lacuna conceitual e empírica, trazendo aportes de distintos cenários que, em diálogo, podem contribuir para um maior

entendimento sobre a ética e a credibilidade no jornalismo. De caráter exploratório, empírico e qualitativo (Gil, 2021), a investigação inclui métodos como análise documental e entrevistas em profundidade com profissionais (Duarte, 2015) dos principais grupos de comunicação sediados nas respectivas cidades, bem como representantes dos sistemas de autorregulação existentes.

Referências

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. 8. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2015.

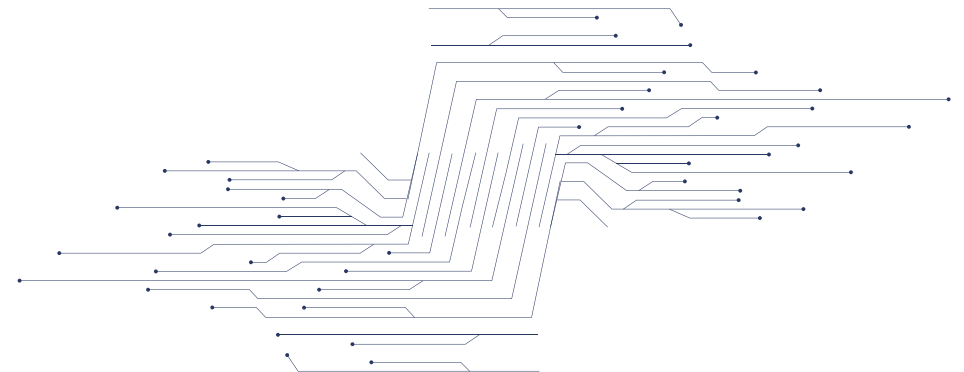
GIL, A. C. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Barueri: Atlas, 2021.

KRASNI, J. How to hijack a discourse? Reflections on the concepts of post-truth and fake news. **Humanities and Social Sciences Communications**, v. 7, n. 32, p. 1-10, 2020.

NEWMAN, N. **Journalism, media, and technology trends and predictions 2024**. The Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford University Press, 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2024>. Acesso em: 03 out. 2024.

POSETI, J.; MATHEWS, A. **A short guide to the history of “fake news” and disinformation**. International Center For Journalists, 2018.

TOFF, B. *et al.* **Listening to What Trust in News Means to Users: Qualitative Evidence from Four Countries**. The Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford University Press, 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/listening-what-trust-news-means-users-qualitative-evidence-four-countries>. Acesso em: 03 out. 2024.



O uso da narrativa jornalística em conteúdos desinformativos de sites religiosos

Victor Vinícius de Santana Palmeira · Mestrado

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Fabiana Quatrin Piccinin
Linha de Pesquisa: Tecnologias, Linguagens e Inovação

O presente trabalho integra o projeto “Indução de sistemas de autorregulação deontológica jornalística em espaços afro-iberoamericanos”, financiado pelo CNPq por meio da Chamada Pública MCTI/CNPq nº 14/2023 e contratada sob o processo nº 441514/2023-5.

Palavras-chave: desinformação; Coletivo Bereia; evangélicos; narrativa jornalística.

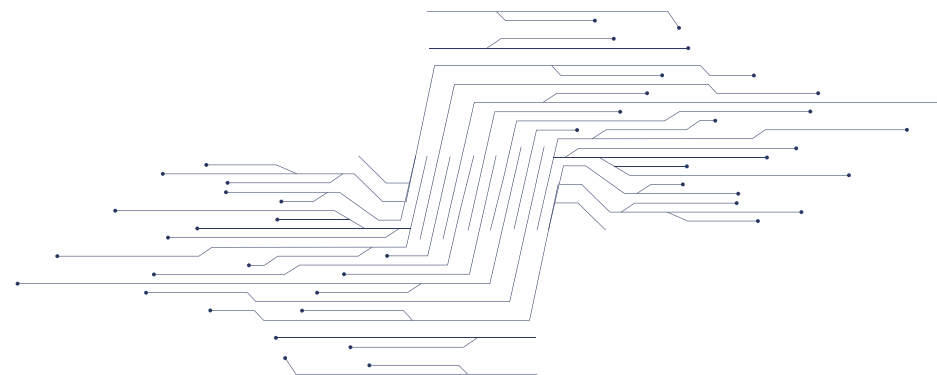
A pesquisa busca compreender o uso de elementos da narrativa jornalística (Piccinin, 2019) em conteúdos desinformativos publicados em portais de notícias, identificados com o segmento religioso, entre janeiro de 2022 e junho de 2023, abrangendo o período anterior e posterior ao processo eleitoral. Serão utilizadas as checagens feitas pelo Coletivo Bereia, uma agência especializada em temas e personagens religiosos, e nelas são identificadas as “notícias” e os portais que compõem o corpus da análise, a partir da incidência deste tipo de narrativa. Parte-se da compreensão de que o fazer do Jornalismo, campo construído historicamente sobre as bases do positivismo (Gomes, 2009; Arendt, 1995; Bucci, 2019), constitui-se em uma narrativa do cotidiano, entendida como uma construção factual da realidade (Resende, 2002; Motta, 2008). Seu principal produto – a notícia – desponta

como uma produção de sentidos através do relato dos fatos (Lage, 2001; Alsina, 1993). Paralelamente, busca-se também compreender as imbricações entre o fenômeno da desinformação na contemporaneidade (Mello, 2020), complexificado a partir da mimetização da estrutura e de elementos do jornalismo (Tuchman, 2016; D’Arcadia, 2021), e a atuação de portais e veículos que se apresentam com um posicionamento editorial identificado com o segmento religioso¹. Estes portais, segundo apontado por Leitão (2017, p. 16), podem mesclar “narrativas teológica e factual”, interpretando “[...] por uma matriz religiosa, acontecimentos do espaço público e da ordem da laicidade”, veiculando conteúdos com visões marcadamente subjetivas do mundo, mas envolvendo-os numa narrativa que os caracterizariam como se fossem jornalísticos. Para a análise empírica, um corpus com 120 checagens realizadas pelo Coletivo Bereia no período proposto será escrutinado para identificação daquelas que: a) foram oriundas de publicações em portais que se identificam de alguma forma com o segmento religioso; e b) foram rotuladas como desinformativas (enganosas, falsas e imprecisas). Essas publicações serão analisadas a partir de uma metodologia que consorcia aspectos quali e quantitativos, buscando padrões de repetição nos seguintes tópicos: tema; origem temporal do conteúdo; origem geográfica; recursividade audiovisual; elementos da narrativa jornalística (Tuchman, 2016); personagens. Na sequência, uma análise qualitativa buscará: recompor a intriga (o acontecimento jornalístico); identificar os conflitos; esquadrinhar a construção das personagens; identificar estratégias comunicativas; identificar as Metanarrativas (Motta, 2008).

¹ O olhar para o segmento religioso justifica-se pelo crescimento de movimentos políticos que buscam se vincular a grupos religiosos. Aqui podemos citar uma relação entre grupos politicamente conservadores e os cristãos evangélicos, que possuem forte atuação em espaços como a política, o judiciário e a mídia, e que segundo o IBGE, no Censo de 2010, somavam 42 milhões de pessoas (22,1% da população brasileira). (Cunha, 2004).

Referências

- ALSINA, M. R. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós Iberica, 1993.
- ARENDT, H. **Verdade e política**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1995.
- BUCCI, E. Existe democracia sem verdade factual? Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.
- CENSO 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião. **Agência IBGE Notícias**, Rio de Janeiro, 29 de jun. de 2012. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14244-asi-censo-2010-numero-de-catolicos-cai-e-aumenta-o-de-evangelicos-espiritas-e-sem-religiao>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- CUNHA, M. N. **Vinho novo em odres velhos**. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- D'ARCADIA, J. G. C. F. S. **As novas territorialidades e o lugar do jornalismo nos ambientes digitais**. 2021. 291 f. Tese (Doutorado em Mídia e Tecnologia), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2021.
- GOMES, W. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.
- LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 2001.
- LEITÃO, A. P. B. **Valores-notícia e enquadramentos de ação coletiva no maior portal evangélico do Brasil**: o caso Eduardo Cunha no Gospel Mais. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília: Brasília, 2017, 159f. Disponível em: https://repositorio.unb.br/jspui/bitstream/10482/31798/3/2017_AnaPaulaBezerraLeit%c3%a3o.pdf. Acesso em: 09 out. 2024.
- MELLO, P. C. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake News e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- MOTTA, L. G. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.
- RESENDE, F. **O olhar às avessas**: a lógica do texto jornalístico. 2002. 237p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- PICCININ, F. Cumplicidades entre mídia e audiência nas narrativas de “real” na ficção e no jornalismo. **Lumina**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 15-28, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/26056>. Acesso em: 18 dez. 2022.
- TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo**: questões, teorias e história. Florianópolis: Insular, 2016. p. 111-131.



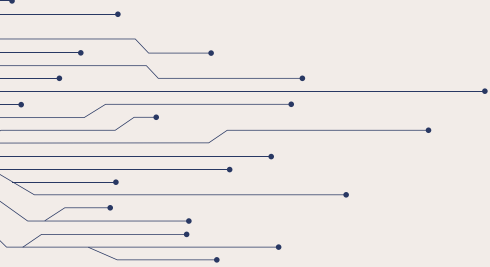
Caderno de
Resumos **2024**
ISSN 2526-1231

Data de publicação: 20 dez. 2024

Edições anteriores:

https://ppgjor.posgrad.ufsc.br/?page_id=2825





PPG
JOR



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM JORNALISMO

Universidade Federal de Santa Catarina

