



# 1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor

8 e 9 de agosto de 2017  
UEPG Central  
Ponta Grossa-PR



## **1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor**

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

### **EXPEDIENTE**

#### **I Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor**

**08 e 09 de agosto de 2017**

**ISSN: 2594-8415**

#### **Realização**

Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – Universidade Estadual de Ponta Grossa

#### **Organização**

Karina Janz Woitowicz

Melissa Eichelbaun

Paula de Souza Paes

#### **Comitê Científico**

Dr. Carlos Willians Jaques Morais

Dra. Cíntia Xavier

Dr. Felipe Simão Pontes

Dra. Graziela Soares Bianchi

Dra. Hebe Maria Gonçalves de Oliveira

Dra. Karina Janz Woitowicz

Dr. Marcelo Engel Bronosky

Dra. Paula Melani Rocha

Dra. Paula de Souza Paes

Dr. Sérgio Luiz Gadini

#### **Organização dos Anais**



## **1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor**

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

Produção técnica: Melissa Eichelbaun e Karina Janz Woitowicz

Arte: Matheus Lobo Pismel

Editora: UEPG

[http://pitangui.uepg.br/propesp/ppgior/Anais\\_de\\_eventos.php](http://pitangui.uepg.br/propesp/ppgior/Anais_de_eventos.php)

### **I Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor**

**UEPG, 08 e 09 de agosto de 2017**

#### **Apresentação**

O I Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor tem o propósito de constituir um espaço de debate e reflexão sobre as pesquisas em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, área de concentração Processos Jornalísticos.

O evento, voltado ao público interno do Mestrado em Jornalismo, contempla um espaço para produção científica, com a difusão e debate em torno de trabalhos (em forma de resumos expandidos) que compreendem as Linhas de Pesquisa mantidas pelo Programa (L1: Processos de Produção Jornalística e L2: Processos Jornalísticos e Práticas Sociais). Participaram do Seminário as turmas de 2016 e 2017 com apresentação de 18 trabalhos, dos quais 15 estão publicados nos anais digitais do evento.

Com a realização anual do Seminário, que teve sua primeira edição em 2017, o Mestrado em Jornalismo da UEPG busca oferecer uma contribuição para o fortalecimento das bases teóricas e metodológicas que sustentam a pesquisa em Jornalismo, com participação de estudantes de pós-graduação e docentes do Programa. Trata-se, portanto, de uma iniciativa orientada pela crescente qualificação científica dos estudos realizados na pós-graduação, sintonizada com os desafios contemporâneos da pesquisa em Jornalismo no Brasil.

## SUMÁRIO

<b>EXPEDIENTE .....</b>	<b>2</b>
<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>4</b>
 <b>RESUMOS EXPANDIDOS</b>	
<b>Jornalismo e hegemonia: relações estratégicas entre organizações populares e veículos alternativos .....</b>	<b>7</b>
	<i>Matheus Manoel Lobo Pismel</i>
<b>As características noticiosas da Televisão Educativa de Ponta Grossa .....</b>	<b>13</b>
	<i>Melissa Cristina Eichelbaun</i>
<b>(In)Dependência das iniciativas jornalísticas digitais do século XXI com escopo na região Amazônica: Análise dos sites Amazônia Real e InfoAmazonia .....</b>	<b>19</b>
	<i>Gustavo Panacioni Ribas</i>
<b>A relação entre jornalistas e fontes na cobertura policial de rádio .....</b>	<b>24</b>
	<i>Andréa Morais</i>
<b>Os processos de recepção telejornalística no distrito rural de Itaiacoca .....</b>	<b>31</b>
	<i>Luana Souza</i>
<b>Canais no YouTube e Movimentos Sociais: Características editoriais jornalísticas na construção discursiva audiovisual .....</b>	<b>38</b>
	<i>Ligiane Malfatti</i>
<b>Arranjos econômicos e valores do jornalismo na plataforma de financiamento coletivo <i>Catarse</i> .....</b>	<b>45</b>
	<i>André Packer dos Santos</i>
<b>Olhar para a fronteira: o fazer noticioso nos veículos La Voz de Cataratas (Puerto Iguazú/Argentina), a Gazeta Diário do Iguazu (Foz Do Iguazu/Brasil) e Diário Vanguardia (Ciudad del Este/Paraguai) .....</b>	<b>49</b>

*Márcio Barbosa Norberto*

**Uma reflexão por um jornalismo com perspectiva de gênero: a cobertura dos jornais do interior do Paraná sobre violência contra a mulher .....55**

*Naiara Namma Perdigão Persegona*

**Páginas em luta: produções da imprensa feminista brasileira de 1970 e 1980 como forma de conhecimento jornalístico .....62**

*Mariana Fraga da Fonseca*

**Relações editoriais na crítica musical de revista .....69**

*Fernando Lopes*

**Crítica de Mídia: análise dos textos do Observatório de Imprensa .....75**

*Vanessa C. A. T. Hrenechen*

**A produção das assessorias de imprensa dos sindicatos em período de crise .....80**

*Rafael Buiar*

**Critérios de noticiabilidade no Diário dos Campos e Jornal da Manhã na cobertura regional .....87**

*Edilene dos Santos Ogura*

**Jornalismo em mutação: As mídias sociais como instrumento de prática profissional jornalística na Gazeta do Povo .....94**

*Vinícius José Biazotti Sabino*

**Jornalismo e hegemonia: relações estratégicas entre organizações populares e veículos alternativos**

Mestrando: Matheus Manoel Lobo Pismel

Orientador: Sérgio Luiz Gadini

**Resumo:**

Este trabalho trata de relações estratégicas entre organizações populares e jornalismo profissional, a partir das experiências do jornal *Brasil de Fato* e do portal argentino *Notas*, dirigidos pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e o movimento político argentino *Patria Grande*, respectivamente. A pesquisa se assenta sobre duas perguntas: a) qual o papel do jornalismo profissional nos projetos estratégicos das organizações populares; b) como se materializam as interações entre o grupo político e o veículo noticioso dirigido por ele no cotidiano da produção jornalística. São referências conceituais as teorias do jornalismo como forma de conhecimento, dos campos sociais e de hegemonia. Foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental; entrevistas com agentes da política e do jornalismo; e análises editoriais. Os resultados iniciais indicam que a aposta das organizações no jornalismo está baseada, em geral, na lógica de disputa de hegemonia. No entanto, a forma concreta dessa disputa, ou seja, suas características jornalísticas estão determinadas pelas possibilidades estruturais (financeiras) e pela conjuntura e necessidades políticas, tanto internas quanto externas às organizações.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Organizações populares; Hegemonia

A presente pesquisa aborda as relações estratégicas entre organizações populares e jornalismo profissional, a partir das experiências do jornal *Brasil de Fato* e do portal argentino *Notas*, dirigidos pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e pelo movimento político argentino *Patria Grande*, respectivamente.

Formulado por dirigentes do MST e aliados, o *Brasil de Fato* foi lançado em 2003 durante o Fórum Social Mundial em Porto Alegre como semanário nacional com tiragem de 100 mil exemplares, tendo como meta a circulação diária no curto prazo. A ideia era disputar as bancas, ser um canal de expressão dos movimentos sociais, mas principalmente dialogar com toda a sociedade brasileira, que havia acabado de eleger Lula presidente. Deveria ser uma

publicação plural, independente e informativa, com linguagem simples e destaque para as reportagens sobre a realidade nacional (STRAUBE, 2009). Logo nos primeiros anos, a equipe editorial percebeu que o projeto não decolaria como planejado. Com dificuldades financeiras, o *Brasil de Fato* foi se tornando cada vez mais um jornal para a militância. A partir de 2013, ao fazer uma série balanços da experiência, a direção do jornal decide encerrar a produção do jornal nacional impresso para se adequar às transformação da conjuntura e do próprio jornalismo. Decidem apostar em tabloides estaduais de circulação gratuita<sup>1</sup>, reforçar a produção para web (site e redes sociais) e reformular a Radioagência Brasil de Fato.

O portal *Notas – Periodismo Popular* foi criado em março de 2014 a partir do Espaço de Comunicação do Movimento Patria Grande, com o objetivo de “construir efectivamente una herramienta de comunicación masiva”, tendo como referência, além de experiências argentinas, o próprio *Brasil de Fato*, conforme consta em documento interno de apresentação para colaboradores e jornalistas de finais de 2015<sup>2</sup> (NOTAS, 2015). A proposta busca a profissionalização do trabalho e, ainda que o considerem também uma iniciativa militante, o “[...] rigor no tratamento da informação e checagem das fontes, algo absolutamente perdido nos últimos anos nos meios de comunicação de qualquer orientação política, inclusive em vários meios alternativos” (NOTAS, 2015, p.1, tradução nossa)<sup>3</sup>.

A pesquisa se assenta sobre duas questões centrais: a) qual o papel do jornalismo profissional nos projetos estratégicos das organizações populares; b) como se materializam as interações entre o grupo político e o veículo noticioso dirigido por ele no cotidiano da produção jornalística. As questões partem de problemas políticos, mas aterrissam e se desenvolvem em

---

<sup>1</sup> Hoje quatro edições estaduais estão ativas. O *Brasil de Fato* de Minas Gerais tem circulação anunciada de 40 mil exemplares semanais. No Paraná, são 20 mil semanais. Em Pernambuco, 40 mil quinzenais. No Rio de Janeiro, são 100 mil exemplares semanais. Em São Paulo, o jornal chegou a circular semanalmente em 2014, passou a ser quinzenal e está inativo desde meados de 2016. No Ceará foi lançada apenas uma edição piloto em maio de 2016.

<sup>2</sup> O referido documento foi disponibilizado para esta pesquisa, por e-mail, por um dos editores e fundadores do portal *Notas*, Santiago Mayor, em 26 de setembro de 2016.

<sup>3</sup> “[...] rigurosidad en el manejo de la información y el chequeo de las fuentes, algo absolutamente bastardeado en los últimos años en los medios de comunicación de cualquier signo político, incluso en varios medios alternativos” (NOTAS, 2015, p. 1).



terreno jornalístico, o que requer reflexões específicas sobre o contexto de transformações em que está inserido o fazer e o campo jornalístico. Por isso, a pesquisa toma como pano de fundo as crises que atravessam o jornalismo, especialmente de legitimidade.

Conforme Mick e Tavares (2017, p.3), “[...] um conjunto complexo de fatores relacionados às transformações no capitalismo contemporâneo afeta dramaticamente o jornalismo”. Trata-se de uma crise estrutural que vai além do modelo de negócio ou financiamento. Como demonstra o português José Luís Garcia (2009), não é possível compreender a crise atual do jornalismo sem considerar os elementos da economia política da comunicação (ou dos *media*) em interação com as transformações atuais do capitalismo. Isso porque o fazer e as instituições jornalísticas, ao nível global, estão inseridas em um complexo industrial-tecnológico de produção e circulação de bens simbólicos que é justamente um dos motores mais dinâmicos do sistema neoliberal. E as transformações do sistema tem remodelado profundamente o jornalismo e a imprensa tradicional a partir da crescente pressão dos conglomerados privados (GARCIA, 2009 p. 26). Resumidamente, os principais traços decorrentes dessa dinâmica, conforme Garcia (2009), são: fusão das empresas jornalísticas e midiáticas com outros ramos da indústria cultural, da telecomunicação e da informática; conglomeração econômica a nível transnacional; submissão às inovações tecnológicas, plataformas e suportes; orientação extremamente comercial em detrimento da ideia ética de interesse público; precarização do trabalho e perda de autonomia intelectual e deontológica da profissão. Dessas características decorre que, segundo Garcia (2009, p. 31), “todo o conteúdo com valor de mercado — medido em audiências e vendas — tende a ser confundido com informação jornalística”, dentro de uma lógica que “relega a informação e o conhecimento propriamente ditos para um plano insignificante” (GARCIA, p. 2009, p. 28). Em síntese, no estágio atual de desenvolvimento capitalista, a lógica de negócio passa a se “revelar crescentemente ameaçadora” para o jornalismo (GARCIA, 2009, p. 26).

A partir dessas considerações, interessa notar como as iniciativas estudadas, que não funcionam sob lógica da mercadoria, se situam neste ambiente de transformações, pressões e crise de legitimidade.

O principal objetivo deste trabalho é contribuir para atualizar os estudos sobre hegemonia e jornalismo na América Latina, em um cenário de crises, a partir de duas iniciativas concretas. Os objetivos específicos são situar a trajetória e o funcionamento de cada veículo, apontar expectativas e estratégias dos atores envolvidos e comparar os ambientes brasileiro e argentino. A escolha por trabalhar com dois países diferentes sugere um olhar que vai além do próprio ambiente para compreendê-lo melhor a partir das diferenças – em meios às semelhanças – com o outro. Além da importância regional e proximidade geográfica, a Argentina foi escolhida por viver um momento político similar ao nosso país.

Para enfrentar o tema são referências conceituais: a) jornalismo como forma de conhecimento cristalizado no singular, que responde a uma necessidade social surgida no contexto de desenvolvimento capitalista, mas que superou sua gênese histórica (GENRO FILHO, 2012; PONTES, 2015a); b) jornalismo como campo social, a partir de uma visão sociológica, com destaque aos processos de legitimação, autonomia/heteronomia e poder simbólico (BOURDIEU, 2004, 2005; MIGUEL, 2002); c) jornalismo como aparelho privado de hegemonia e suas relações com o Estado, a sociedade civil e as estratégias de acúmulo de forças para a transformação social (GRAMSCI, 2011; MORAES, 2010).

O percurso metodológico da pesquisa passa por pesquisa bibliográfica, observação direta, entrevistas abertas e análise editorial. Entre as fontes principais estão repórteres e editores (profissionais), dirigentes (atores políticos).

Tendo iniciado parte da análise editorial e das entrevistas, os resultados iniciais indicam que a aposta das organizações no jornalismo está baseada, em geral, na lógica de disputa de hegemonia. No entanto, a forma concreta dessa disputa, ou seja, suas características jornalísticas estão determinadas por uma série de fatores: possibilidades estruturais de financiamento e mão de obra qualificada; conjuntura e necessidades políticas, tanto internas quanto externas às organizações; distintas formulações sobre papel do jornalismo. Está presente ainda uma contínua tensão entre lógicas distintas de se pensar a comunicação e o jornalismo, entre profissionais e dirigentes políticos, que responde a momentos conjunturais.

No caso do *Brasil de Fato*, as aproximações iniciais da pesquisa indicam amadurecimento político e fortalecimento jornalístico a partir de 2013, quando o jornal nacional

impresso é encerrado, abrindo espaço para tabloides regionais gratuitos e maior investimento nos conteúdos de internet e rádio. A viabilidade desse giro estratégico está assentada nos recursos políticos e financeiros do MST, que consegue articular aliados para bancar os tabloides estaduais e, ao mesmo tempo, captar recursos para serem diretamente investidos na estrutura nacional do *Brasil de Fato*, que conta hoje com cerca de 20 profissionais.

Quanto ao Notas, pelo curto tempo de existência tanto do portal quanto do movimento Patria Grande, as dificuldades são mais profundas. Hoje há apenas uma profissional remunerada e não há espaço físico de trabalho, o que acaba levando ao predomínio de conteúdos analíticos em detrimento do informativo. Ao longo de 2016, no entanto, o cenário era diferente: três jornalistas e uma sede. O recuo de um ano para outro se explica por questões políticas internas, que dividiram o grupo, e a organização como um todo não pôde suprir as ausências.

Apesar disso, em ambos os casos, percebe-se perspectivas de médio e longo prazo. O entendimento geral é de que a capacidade do jornal e dos portais em disputar hegemonia está diretamente relacionada à força dos setores sociais organizados. Ou seja, ao vincular jornalismo profissional e projeto político estratégico, as dificuldades jornalísticas muitas vezes só podem ser resolvidas politicamente.

### **Referências bibliográficas**

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, Pierre. The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. (Orgs.) **Bourdieu and the Journalistic Field**. Cambridge: Polity Press, 2005, p. 29-47.

GARCIA, José Luis. Introdução ao estudo dos jornalistas portugueses. Os jornalistas e as contradições do capitalismo jornalístico no limiar do século XXI. In: GARCIA, José Luis (Org.) **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS, 2009, p. 23-46.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2012.

GRAMSCI, Antonio. In: COUTINHO, Carlos Nelson (Org.). **O leitor de Gramsci: escritos escolhidos 1916-1935**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MICK, Jacques; TAVARES, Luísa. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. **Brazilian Journalism Reseach (BJR)**, v. 13, n.1, 2017, p. 120-145.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**. São Paulo, n. 55-56, 2002, p. 155-184.

MORAES, Dênis de. Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia: A Contribuição Teórica de Gramsci. **Revista Debates**, v.4, n.1, jan.-jun. 2010, p. 54-77.

NOTAS. **Notas – Periodismo Popular, un medio de comunicación masivo y popular**, 2015.

PONTES, Felipe Sinão. **Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015a.

### **As características noticiosas da Televisão Educativa de Ponta Grossa**

Mestranda: Melissa Eichelbaun

Orientador: Marcelo Bronosky

Coorientadora: Paula Paes

#### **RESUMO**

A Televisão Educativa de Ponta Grossa – Paraná foi fundada no ano 2000 e passou a integrar o sistema de radiodifusão público do Brasil. A emissora transmitiu seu telejornal no dia da sua inauguração e desde então mantém o programa no ar. Funcionários e estrutura de equipamentos são deslocados prioritariamente para produzir o ‘Jornal da Educativa’ durante a semana. A pesquisa procurará entender quais são as principais características noticiosas que formam os programas telejornalísticos da TV Educativa. A problematização do trabalho propõe o debate de questões gerais como a histórica da formação da emissora, seu contexto local, características do seu "modelo" de gestão, que se articulam com as questões de infraestrutura. Para atingir os objetivos da pesquisa, são mobilizados autores que debatem a notícia como construção da realidade, indicadores de qualidade no jornalismo e no Telejornalismo Público. Posteriormente, os passos metodológicos são indicados através do estudo de conteúdo do telejornal e da utilização de entrevistas como técnica complementar.

**Palavras-chave:** Televisão Educativa; telejornal; Jornalismo Público; notícias.

#### **Tema e problema**

O início da TVE foi marcado por questões políticas e judiciais. O prefeito da época queria fechar a Fundação Educacional da cidade e conseqüentemente o município não poderia obter outorga de funcionamento de uma televisão educativa. Após negociações políticas, a cidade recebeu a concessão da emissora e a produção de conteúdos ficou por conta de uma produtora terceirizada. Com uma nova gestão municipal e 15 meses de funcionamento o Ministério Público pede para fechar a TVE para que a Prefeitura contratasse funcionários concursados para produzirem e gestar a emissora.

Desde a sua inauguração, o telejornal esteve presente na programação da Televisão Educativa de Ponta Grossa. Em alguns momentos, durante diferentes gestões municipais, a TVE produzia dois telejornais diários. Atualmente, a maioria dos funcionários contratados da emissora são dedicados a produção do ‘Jornal da Educativa’.

Nestes termos, a pesquisa propõe refletir o jornalismo produzido pela TVE de Ponta Grossa, considerando que a televisão educativa, mesmo que sua programação tenha foco em produções específicas como programas infantis ou educacionais, deve oferecer ao cidadão informações de interesse público. Portanto, o jornalismo deve compor a programação de televisão pública e educativa. “O jornalismo é parte da essência de qualquer emissora pública, a verificação desses quesitos não pode ser negligenciada quando se trata de aferir sua qualidade” (BUCCI, CHIARETTI E FIORINI, 2012, p29).

A problematização parte do reconhecimento de que, mesmo o telejornalismo estando presente desde o início das transmissões, ele (jornalismo da TV Educativa de PG) não tem alcançado e/ou procurado oferecer conteúdos jornalísticos num contexto de emissoras públicas. Este trabalho procurará entender quais são as principais características noticiosas que formam os programas telejornalísticos da TV Educativa.

Para aprofundar este debate, parte de questões mais gerais: como a realidade histórica da formação da emissora e seu contexto local e regional como forma de demonstrar as estratégias adotadas até o presente momento.

Além disso, identificaremos características do seu "modelo" de gestão, que se articulam com as questões de infraestrutura. A ideia é pensar como algumas decisões da emissora, no âmbito da produção noticiosa, impactaram na legitimidade/credibilidade da TV Educativa de Ponta Grossa.

Para tanto, serão mobilizados aspectos como as especificidades da produção noticiosa em emissoras públicas e comerciais, além das não tão eventuais interferências do governo municipal na agenda jornalística entre outras questões.

### **Objetivo geral**

Determinar as características das notícias veiculadas pela TV Educativa de PG a partir de critérios qualitativos

### **Objetivos específicos**

- Perceber de que maneira a precarização do trabalho opera na notícia final do telejornal;
- Determinar as relações do poder público no trabalho jornalístico da TV Educativa de Ponta Grossa;
- Identificar as fontes noticiosas que participam do telejornal;

### **Bases teóricas**

A primeira parte da dissertação, procura mostrar o contexto histórico da TVE de Ponta Grossa desde a fundação da emissora, as articulações políticas que ocorreram para que uma televisão educativa fosse implantada no município. O recorte histórico traz indicações da importância possui na cidade, passando por ameaças de fechamento e precarização do trabalho no âmbito do funcionalismo público e na falta de investimentos em equipamentos para produção de conteúdos.

A trajetória do surgimento do sistema de radiodifusão pública no país também é discutido na pesquisa. O contexto histórico da fundação das televisões educativas e de outros modelos de emissoras públicas, se faz importante para entender os modelos de televisão implantados no país e como a legislação regulariza essas emissoras. São apresentados os planos de outorga para obter uma concessão de emissora educativa. Outro ponto da legislação das emissoras educativas é a autorização de recursos da publicidade. A lei do chamado apoio cultural facilitou para que as TVE's pudessem receber dinheiro de empresas que divulgariam suas marcas durante a programação e posteriormente, também nos intervalos.

Para compreender o processo de construção da notícia e os fatores que operam até o produto final (telejornal), o documento traz a discussão em torno da notícia como construção da realidade debatendo os conceitos de Josenildo Guerra (2008), Wolf (2009) e Gadini (2007). A partir dos apontamentos do professor Guerra, ocorre o debate em torno dos parâmetros de qualidade do jornalismo.

O debate de qualidade nas notícias jornalísticas se articula do telejornalismo de emissoras públicas e educativas com apontamentos teóricos, normas da legislação que regulamenta as TVE's e o conceito de Jornalismo Público relacionando com as práticas jornalísticas das emissoras públicas. Nesse sentido, trabalhos desenvolvidos pela Universidade Federal de Juiz de Fora e elaborados no âmbito do grupo de pesquisa “Jornalismo, Imagem e Representação” sob a coordenação da professora Iluska Coutinho, são usados como exemplos para ilustrar parâmetros de qualidade nas emissoras públicas do país e de que forma o Jornalismo Público é reproduzido nessas televisões. Coutinho debate principalmente o telejornalismo público nas emissoras: TV Cultura de São Paulo e TV Brasil que faz parte da Empresa Brasileira de Comunicação. Outro autor que faz parte das discussões de emissoras públicas é Eugênio Bucci, que presidiu a Radiobrás e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), e pesquisa sobre experiência de televisões públicas brasileiras e em outros países.

### **Metodologia**

O presente trabalho fará um estudo do conteúdo do telejornal da Televisão Educativa de Ponta Grossa, que elencará categorias que serão analisadas para determinar as características do telejornalismo da emissora.

A pesquisa propõe analisar seis meses do ‘Jornal da Educativa’ no ano de 2016, entre os meses de fevereiro a julho. Será analisada uma semana (segunda a sexta-feira) por mês de forma sequente: fevereiro a primeira semana, março a segunda semana, abril a terceira semana, maio a quarta semana, junho a primeira semana e julho a segunda semana. O período da amostra se justifica pela volta dos funcionários das férias coletivas do funcionalismo público e até o último dia do mês de julho (em ano eleitoral) os candidatos a prefeito não podem fazer campanha formalmente. Por isso, o processo jornalístico da emissora produz na sua naturalidade e normalidade sem interferência de um evento determinado.

Para a coleta dos dados e posterior análise, foi elaborada tabela onde se preencherá as informações de cada matéria assistida. As colunas a serem preenchidas na tabela são: mês; dia analisado; total de matérias; tema; fontes e tipos de fontes; número de fontes; duração; formato,



categoria e localização. Com a indicação de categorias a serem preenchidas durante a análise do telejornal da TVE de Ponta Grossa, a pesquisa se propõe a determinar o papel do telejornalismo realizado pela emissora e se os critérios de noticiabilidade atendem aos indicadores de qualidade de uma emissora pública e educativa, além de mostrar quais são os grupos de fontes noticiosas que protagonizam as notícias do telejornal.

Além disso, outra técnica metodológica será utilizada: entrevistas. A proposta é de entrevistar os jornalistas que são responsáveis pela elaboração das pautas, os repórteres que produzem as matérias, o diretor de jornalismo da emissora e também os ex-diretores de jornalismo que já atuaram na TVE desde sua fundação, além de membros do Conselho Curador para entender a atuação dos conselheiros no jornalismo da emissora.

Para Britto e Feres (2011), a entrevista é a técnica com maior versatilidade para coleta de dados de uma pesquisa e de fácil aplicação. Os autores lembram que as entrevistas devem ser combinadas com outras técnicas e métodos para aferir a veracidade do que lhe é falado. Para esse trabalho o uso da entrevista se torna parte fundamental na coleta de dados históricos e das produções noticiosas da TVE de Ponta Grossa. Nesse sentido, escolheu-se a entrevista semi-directiva para entrevistar as fontes. Quivy e Campenhoudt (1998), explicam que a entrevista semi-directiva é a mais usada em investigações sociais, já que ela permite que o pesquisador crie perguntas guias, relativamente abertas, e com isso o entrevistado pode falar abertamente sobre o tema que lhe é perguntado, mas o pesquisador sempre deve se atentar em se ater as perguntas-guias para conduzir a entrevista.

Portanto, a pesquisadora identificou pessoas que compõem a trajetória da TVE de Ponta Grossa, para relatar profissionalmente o jornalismo da emissora quanto pessoas que podem contar a trajetória história da televisão. A área profissional e histórica se complementam no sentido de entender as características do telejornalismo na emissora educativa.

### **Possíveis resultados**

O estudo do conteúdo do telejornal pode revelar relações de interface entre poder público e emissora, e relação direta com outros grupos da cidade. Além claro, de evidenciar os critérios escolhidos para se tornar notícia em uma emissora pública e educativa. Essas relações entre gestores municipais e TVE precisam ser entendidas e delineadas para também se entender o nível de interferência que essa relação pode operar na notícia final produzida.

### Referências

BUCCI, Eugênio; FIORINI, Ana Maria; CHIARETTI, Marco. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas**: uma avaliação contemporânea. Série Debates CI (Unesco), v. 10, 2012. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/documento/indicadores-de-qualidade-nas-emissoras-publicas-uma-avaliacao-contemporanea>> Acesso em: 10 de abril de 2017.

BRITTO, Álvaro Francisco de; FERES, Nazir Feres. **A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos**. Revista Evidência, nº 7, maio/2011. Disponível em: <<http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/200>> Acesso em: 02 de maio de 2017.

COUTINHO, Iluska. **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular. 2013.

GADINI, Sérgio. **Em busca de uma teoria construcionista do jornalismo contemporâneo**: a notícia entre uma forma singular de conhecimento e um mecanismo de construção social da realidade. Revista Famecos, nº 33 – agosto/2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/3264/3090>> Acesso em: 02 de maio de 2017.

GUERRA, Josenildo. A notícia como “construção” de realidade. IN: Guerra, Josenildo. **O Percurso Interpretativo da Produção da Notícia**. Verdade e relevância como parâmetro de qualidade jornalística. São Cristóvão: Editora UFS; Aracajú: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 295 p.

**(In)Dependência das iniciativas jornalísticas digitais do século XXI com escopo na região  
Amazônica: Análise dos sites Amazônia Real e InfoAmazonia**

Mestrando: Gustavo Panacioni Ribas

Orientadora: Paula Melani Rocha

O modelo de mercado consolidado no período industrial, com o suporte econômico de empresas e a venda expressiva de assinaturas está passando por transformações, principalmente com o surgimento das comunicações digitais e as mudanças ocasionadas no início do século XXI. Apesar de parecer uma alteração com base apenas tecnológica, é interessante perceber que em outros momentos da história o jornalismo como profissão também vivenciou tensões que provocaram alterações no processo de produção jornalística a partir da tecnologia, como com a criação da prensa e o surgimento da televisão e do rádio.

Alteraram-se sim as formas de se apresentar a informação, as ferramentas utilizadas na apuração de reportagem ou o controle de circulação e logística que os jornais tinham para garantir a publicidade e as assinaturas, sejam eles de natureza impressa, televisiva ou radiofônica. Mas a principal alteração, aquela que coloca em crise toda a estrutura que funcionava de forma muito consistente até agora, foi a possibilidade e a facilidade do surgimento de novos participantes na produção e distribuição de notícias. Com o surgimento das plataformas digitais, ficou rápido acompanhar as novidades em qualquer portal de notícias ou em qualquer produtor informal de informações.

As empresas de media estão acostumadas a medir o sucesso pelo tamanho da sua audiência. São empresas de comunicação em massa, criadas para informar e entreter milhões. Embora este modelo tenha funcionado durante décadas, neste momento sofre sérios problemas. De certa forma, funciona, mas tem tantas falhas e elementos em falta que há uma grande necessidade de avançar com conceitos inteiramente novos. De onde veio a mudança? Simples: o poder de distribuir notícias está agora disponível para todos, com o custo de criação de qualquer site, com qualquer sistema de gestão de conteúdos (LORENZ, 2014, p. 141).

Nessas novas dinâmicas, percebe-se então que, com um número cada vez mais diversificado de produtores, incluindo aí também os buscadores, como *Google*, e as redes

sociais, como *Facebook*, que potencializam a distribuição de notícias, os grupos de comunicação têm encontrado dificuldade em manter a exclusividade de notícias e de público, principal moeda de troca para aquisição de receitas. “Paradoxalmente, a mídia nunca esteve em pior forma. A receita bruta anual de todos os jornais diários nos Estados Unidos é a metade do *Google*” (CAGÉ, 2016, p. 2). O resultado dessas transformações pode ser percebido com a queda da circulação de jornais impressos e um aumento nas plataformas digitais, meio em que os valores cobrados por anúncios não conseguem seguir o mesmo padrão do praticado em meio impresso. Dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)<sup>4</sup>, por exemplo, mostram um aumento de 27% em assinaturas digitais no Brasil.

Um dos efeitos diretos dessa dificuldade em manter o mesmo fluxo de receitas financeiras é percebido na rotina profissional dentro das redações jornalísticas. Repórteres são submetidos a tensões e pressões constantes, quando não demitidos, e a dinâmica da concorrência leva empresas jornalísticas a apostarem em um estilo de produção que não prioriza princípios deontológicos da profissão. “Quanto maior o fluxo de notícias, se não existe investimento no setor, menor é a qualidade da informação e mais alienada se torna a sociedade” (RAMOS; SPINELLI, 2015, p. 121). O foco passa a ser em quantidade e em temas que atraiam mais público, refletindo diretamente em receitas publicitárias.

Porém, além de uma crise potencializada a partir de novas invenções tecnológicas e de transformações relacionadas diretamente ao modelo de sustentabilidade das empresas tradicionais, as reconfigurações pelas quais o jornalismo passa neste século XXI são fruto de uma alteração social e a consequente falta de credibilidade de instituições consolidadas. “Essas mudanças ontológicas contribuem para desestabilizar os processos de legitimação associados às instituições-chave na sociedade<sup>5</sup>” (WAHL-JORGENSEN, 2017, p. 143). O jornalismo, identificado como uma dessas instituições-chave vê-se, então, compelido e encontrar diferentes formatos que possam reconquistar uma representatividade social. Para Anderson, Bell e Shirky

---

<sup>4</sup> Disponível em <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-17750-adocao-de-paywall-faz-aumentar-audiencia-de-jornais-no-brasil-e-estimula-venda-de-assi>>. Último acesso em 09/12/2016.

<sup>5</sup> Tradução livre do original: “*This ontological change contributes to destabilizing the legitimation processes associated with key institutions in society*”.

(2013) a simples incorporação de novas técnicas não será suficiente, sendo necessário “[...] mudar radicalmente a estrutura organizacional de veículos de comunicação [...]” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 33). Deuze e Witschge (2016, p. 8) compactuam da mesma proposta, afirmando que os profissionais do campo jornalístico foram “[...] empurrados para desenvolver novas táticas, novas estruturas organizacionais e uma nova autoconcepção – enquanto ainda persistem velhas estruturas, rotinas e definições (de valores-notícia)”. São reconfigurações, enfim, que precisam ir além de implementação de novas plataformas ou equipamentos digitais e devem ser pensadas longe da estrutura dominante e condicionada às lógicas comerciais que se consolidou ao longo dos séculos XIX e XX.

Se por um lado as plataformas digitais contribuíram para este contexto de transformações nos modelos de gestão em vigor, por outro elas abriram novas perspectivas de modelos de negócios, em um cenário em transformação e acesso a informações, seja por facilitadores como a instauração da Lei de Acesso a Informação - LAI, nº 12.527/2011 -, como por bancos de dados disponíveis na rede e também pela facilidade, praticidade e baixo custo para a criação de diferentes plataformas noticiosas no ambiente digital. Assim como a queda do preço do papel impulsionou a imprensa de massa nos EUA no final do século XIX, consagrando o modelo informativo, no final do século XX e início do século XXI os computadores, máquinas fotográficas, filmadoras digitais, rádios digitais e blogs favoreceram o cenário para a abertura e criação de iniciativas autodenominadas independentes em jornalismo.

A tecnologia desenvolvida de forma expressiva no início deste século acabou “[...] impulsionando o surgimento de novas formas de captação de recursos financeiros e novos modelos de negócios, tais como o jornalismo empreendedor, as agências sem fins lucrativos e os websites independentes” (RIBEIRO; GUARALDI, 2016, p. 1). Mas, mais do que novas formas de sustentabilidade financeira ou modelos de gestão, um dos objetivos dessas iniciativas é tentar resgatar a prática de um jornalismo que é distante daquele praticado dos modelos tradicionais. É uma reinvenção de “[...] estratégias de negócio autossustentáveis que reforcem os princípios investigativos da profissão ao informar sobre questões ligadas aos direitos dos cidadãos e tentar fortalecer a democracia na sociedade” (RAMOS; SPINELLI, 2015, p. 114).

É dentro deste contexto, então, que este trabalho de pesquisa se desenvolve. Entende-se que as tensões do campo jornalístico levam profissionais a buscarem a minimização de insatisfações na rotina profissional com a criação de iniciativas autodenominadas independentes. Mas, mesmo sendo um cenário que cada vez mais ganha espaço e notabilidade, é preciso relativizar o fenômeno para poder confirmar, de fato, se esses empreendimentos que se propõem a praticar um jornalismo autodenominado independente realmente o fazem. Por fim, acredita-se que uma das maneiras de uma possível independência se concretizar, é a partir dos critérios de noticiabilidade defendido por essas iniciativas. Assim, as hipóteses que orientam esta pesquisa são:

1) Nessa conjectura de crise do modelo de gestão de sustentabilidade do paradigma informativo configurado nos veículos de comunicação, jornalistas buscam autonomia profissional e econômica na criação de iniciativas autodenominadas independentes;

2) Sites de jornalismo digital autodenominados independentes com escopo na Amazônia estão inseridos em um contexto político e econômico complexo que desperta interesse de financiamento e apoio de organizações nacionais e estrangeiras, limitando, assim, a característica independente dessas iniciativas;

3) Uma das formas de se buscar independência é na avaliação da noticiabilidade do conteúdo jornalístico produzido pelas iniciativas autodenominadas independentes, perpassando pela escolha das fontes, valor notícia e critérios de noticiabilidade, que se distanciam das lógicas adotadas dos meios tradicionais.

Com o estabelecimento das hipóteses, o objetivo principal definido para esta pesquisa busca, então, analisar, por meio de estudos de caso, como se configura o jornalismo autodenominado independente em iniciativas digitais com escopo na região Amazônica, criadas no jornalismo do século XXI, Amazônia Real e InfoAmazonia. A escolha de projetos que tenham envolvimento com a Amazônia se dá justamente pelo complexo contexto de interesses da região, fortalecendo a necessidade de relativização do conceito de independente defendido pelas iniciativas estudadas. Como objetivos específicos, pretende-se 1) verificar como se caracteriza o campo jornalístico dos profissionais que idealizaram os sites autodenominadas independentes Amazônia Real e InfoAmazônia, a partir da perspectiva das jornalistas e do jornalista; 2)

identificar o que se compreende por independência em um contexto formatado por novos modelos de gestão e; 3) aferir, nos produtos jornalísticos dessas iniciativas autodenominadas independentes, a relação entre aspectos de noticiabilidade e independência jornalística.

Entre hipóteses, objetivo principal e específicos, espera-se, ao final, responder perguntas que possam contribuir para a compreensão do fenômeno de iniciativas autodenominadas no Brasil. O que essas iniciativas autodenominadas independentes com escopo na região Amazônica nos revelam tanto sobre a cultura profissional quanto normas profissionais subjacentes? A trajetória profissional dos jornalistas idealizadores da Amazônia Real e InfoAmazonia influencia nos modelos de gestão adotados? A criação de uma iniciativa autodenominada independente propicia uma autonomia profissional do jornalista? Que tipo de tensões interferem na prática profissional nessas iniciativas? Todas questões pertinentes não só à contribuição para o entendimento desses empreendimentos, como também para a reflexão da importância da continuidade de estudos que possam agregar mais visões ao tema.

Como bases teóricas do trabalho encontram-se conceitos de campo jornalístico, cultura profissional, jornalismo pós-industrial, hiperconcorrência, modelos de governança, independência a partir da lógica econômica, independência a partir da lógica política, independência na prática profissional sob o aspecto de critérios de noticiabilidade e pesquisa documental sobre o mercado de iniciativas independentes no país. A metodologia é definida a partir de ferramentas como revisão bibliográfica, pesquisa documental. Entrevistas semiestruturadas e estruturadas para a posterior análise dos conceitos apreendidos pela fundamentação teórica e análise sistemática de conteúdo.

### **A relação entre jornalistas e fontes na cobertura policial de rádio**

Mestranda: Andréa Morais

Orientador: Marcelo Engel Bronosky

#### **RESUMO**

Esta pesquisa se destina a investigar como se relacionam as fontes de informações com os repórteres de rádio que cobrem a área policial, em Curitiba. Tal estudo foi feito sob o enfoque de uma problemática complexa, que considera a notícia como parte importante da relação fonte-jornalista. A perspectiva teórica aplicada é a do *Newsmaking*, com a análise da questão das fontes considerando fatores como rotina produtiva, valores-notícias e profissionalismo. As técnicas de recolha de dados utilizadas são a observação participante e as entrevistas semiestruturadas. Tal metodologia foi empregada para analisar a rotina produtiva de cinco profissionais de duas emissoras de rádio de Curitiba: Banda B e BandNews. Durante a coleta de dados, foram observadas questões como: pressões presentes na rotina do repórter e que impactam na escolha de fontes; uso de fontes oficiais e intermediação feita por assessores de imprensa; atuação dos colegas como fontes; utilização de equipamentos e mídias eletrônicas para contato com as fontes; e diferenças decorrentes de rotinas produtivas distintas.

**Palavras-chave:** Jornalismo Policial. Fontes de Informação. *Newsmaking*.

#### **TEMA, PROBLEMA E OBJETIVOS**

Todos os dias, quando sintonizamos noticiários de emissoras de rádio ou tevê, acessamos sites de notícias ou abrimos jornais e revistas impressas, deparamos com assuntos policiais, que podem ter menor ou maior destaque em função de fatores como os acontecimentos do dia/semana e a linha editorial do veículo de comunicação. Não raro, parte dessas notícias figura nos rankings das matérias mais lidas dos portais de notícias. Os relatos sobre as violências do mundo, ou, nas palavras de Genro Filho (1987), o insólito, o sensacionalismo, o acredite se quiser – por motivos que a Psicologia pode explicar, ou porque, como cita Amaral (1969), têm todos os ingredientes que falam mais diretamente ao leitor, como dinheiro, sexo, crime e sangue – estão no escopo dos interesses populares. Mas por que interessa à mídia a veiculação de tais



notícias?

Na lógica comercial, a explicação mais simples é que esse é um tipo de notícia que vende, ou seja, garante audiência, acessos, assinaturas. Pode ser usada também a justificativa de que o Jornalismo Policial, ao falar das atrocidades da vida, tem o papel de alertar a sociedade para o perigo de alguns comportamentos. Tudo isso pode ser verdade, mas não se deve esquecer também de que a mídia, como destacam Moraes e Almendra (2012), é parte integrante e constituinte das elites, funcionando como mecanismo de dominação ideológica. Neste sentido, o Jornalismo Policial produz notícias na lógica do poder dominante. Noticiar fatos violentos, criar sensação de insegurança, cultivar o medo, tudo isso faz com que as pessoas sintam a necessidade de ter alguém ou algo para protegê-las e, desse modo, é legitimado o monopólio do uso da violência pelo estado, por meio das forças policiais (militar e civil).

Essa pesquisa considera tal contexto quando estabelece como principal objetivo a investigação das relações entre fontes de informações e repórteres de rádio na cobertura policial, na capital paranaense. Com que tipos de fontes os jornalistas interagem para obter dados do setor? Como é este relacionamento: estritamente profissional, ou é operado dentro de uma proximidade maior? De que forma o contato é feito – pessoal, por telefone ou utilizando outras ferramentas de comunicação interpessoal? Qual é o papel das assessorias de imprensa nessa relação? Como esse relacionamento é permeado pelo poder do estado? E quais são os fatores que impactam nesta relação? Enfim, esses são alguns dos questionamentos que se buscou responder com o presente estudo, marcado por uma problemática complexa, que considera a notícia como parte importante da relação fonte-jornalista, na medida em que uma parcela de tudo o que as pessoas ouvem no rádio, leem em jornais e sites e veem nas emissoras de televisão resulta desse relacionamento. Tal relação não ocorre de forma desinteressada, já que tanto jornalistas quanto fontes têm interesses na publicização, ainda que diverjam em métodos e fins. Desvendar como fontes e jornalistas da área policial relacionam-se é fundamental, portanto, para descobrir por que as notícias policiais são como são.

## **BASES TEÓRICAS E METODOLOGIA**

Para concretizar tal investigação, escolheu-se a Teoria do *Newsmaking* como estratégia

teórica, por se apresentar como a mais adequada ao estudo das rotinas produtivas, permitindo analisar aspectos diversos da produção jornalística, como os próprios modos de produção, os valores-notícia, os fatores relacionados ao profissionalismo e à pressão do tempo e, neste contexto, a relação entre repórteres e fontes noticiosas. O uso dessa teoria considera premissas lançadas por pesquisadores como Guerra (2008), Schudson (2010), Tuchman (1983, 1993), Arrueta (2010) e Vizeu (2007). A fundamentação teórica inclui a revisão de trabalhos relacionados a fontes (definições, tipificações, tensões), história do Jornalismo Policial e aspectos ligados à metodologia aplicada.

Em relação à metodologia, foram mobilizados instrumentos e técnicas de análise, como a observação participante. Essa técnica foi empregada em 17 jornadas de trabalho de cinco profissionais que fazem coberturas policiais em duas emissoras de rádio de Curitiba (incluindo a fase piloto e a observação de fato), no caso a Banda B e a BandNews. A intenção foi, ao longo do processo, identificar aspectos desconhecidos das relações entre fontes e jornalistas, no âmbito da produção noticiosa radiofônica. A escolha por repórteres desses veículos se deu pelo fato de ambos terem departamento de jornalismo estruturado e produções noticiosas diárias, sendo neste sentido similares. Por outro lado, pesou na decisão o pressuposto de que tais emissoras apresentavam modos distintos de produção da notícia. Entendeu-se, portanto, que isso poderia contribuir para enriquecer a pesquisa, pois possibilitaria comparações de rotinas diversas.

Optou-se por fazer dois períodos de observação, com o acompanhamento de repórteres durante a produção de suas matérias, tanto na redação como na rua, em contato com as fontes das reportagens. O primeiro (três dias em cada emissora, realizado em abril de 2016) teria a função de orientar a pesquisa. Entretanto, ele se mostrou mais útil do que o esperado, motivo pelo qual as observações dessa fase foram incorporadas ao trabalho final. A segunda fase da observação foi realizada em maio de 2017 (seis dias na Banda B e cinco dias na BandNews), logo após a qualificação, de modo que puderam ser levadas em conta orientações da banca, como a ampliação do total de repórteres observados: na primeira fase, foi acompanhado um repórter de cada emissora, por três dias; na segunda fase, foram acompanhados cinco profissionais – três da Banda B e dois da BandNews.

Como técnica complementar de coleta de dados, foram feitas entrevistas

semiestruturadas. Foram entrevistados os repórteres observados e a jornalista que coordenava a Assessoria de Comunicação da Sesp no período em que, segundo levantamentos preliminares, teriam ocorrido mudanças substanciais no modo de trabalho da área, que levaram a uma interferência maior das assessorias na relação entre jornalistas e fontes oficiais.

Concluídas as observações e entrevistas, foi feita a análise dos dados, cotejando-os com o debate teórico conceitual, tanto sobre as questões relativas ao processo produtivo quanto às questões específicas de temas policiais. Optou-se também por traçar uma espécie de “mapa de fontes”, estabelecendo-se os percursos traçados pelos repórteres para obter informações. O propósito foi precisar os movimentos individuais, as práticas padrões e divergentes das empresas e os comportamentos padrões dos profissionais do jornalismo policial de rádio de Curitiba, independentemente do veículo para o qual trabalham.

### **PRINCIPAIS RESULTADOS**

Durante o processo de observação participante, foi confirmado que Banda B e BandNews submetem seus profissionais a rotinas de trabalho diversas e que, efetivamente, há aspectos da relação entre fontes e jornalistas diferentes nas duas emissoras. Isso reforça o pressuposto de que práticas e valores-notícia são determinantes para a forma como os jornalistas interagem com as fontes de informação. Por outro lado, a pesquisa também identificou pontos convergentes entre as duas emissoras no que se refere à relação com as fontes, sendo possível concluir também que há aspectos do relacionamento com as fontes determinados por outros fatores, como a cultura profissional. Neste sentido, a questão que norteou a análise foi determinar até que ponto esses modos diferenciados de produção impactam ou não na forma e nos conteúdos noticiosos das emissoras.

O acesso às fontes exemplifica como a instituição de rotinas e valores-notícia diferentes pode resultar em distintos modos de contato. Em termos de Jornalismo Policial, a Banda B é a única emissora de rádio de Curitiba que mantém equipes nas ruas, fazendo busca ativa por acontecimentos que possam ser divulgados. A saída dos repórteres às ruas, em geral sem pauta definida, faz-se de modo contínuo na Banda B, já que, independentemente dos acontecimentos do dia, diariamente, os repórteres precisam fazer várias entradas ao vivo, principalmente quando

os três principais noticiários da emissora estão no ar. Nas ruas, os jornalistas têm maior probabilidade de contato direto com fontes. Tanto é assim que quase metade (49,2%) das interações dos repórteres da emissora com suas fontes ocorre de modo direto, ou seja, pessoal, em situações em que jornalista e fonte ficam frente a frente.

A BandNews, por sua vez, que não dá o mesmo destaque ao Jornalismo Policial em comparação com a Banda B e é uma emissora que tem 24 horas de programação jornalística, opta por só enviar seus repórteres às ruas para coberturas previamente marcadas. Assim, os jornalistas que fazem a cobertura policial – a exemplo dos que trabalham em outras áreas – saem da redação apenas para acompanhar coletivas e outros acontecimentos agendados. No restante do tempo, é da redação, portanto por intermédio de WhatsApp, telefone e sites, que os repórteres mantêm contato com as fontes. Com isso, as interações diretas acabam representando apenas 16,5% do total, sendo o quarto meio de acesso às fontes mais comum.

Para registrar: na Banda B, as interações com as fontes ocorrem da seguinte forma e ordem: 49,47% por contato direto; 11,97% por WhatsApp, 10,93% por rádio comunicador HT e 4,68% por telefone. Já na BandNews a ordem é a seguinte: 25,15% por sites, 23,89% por WhatsApp, 20,12% por telefone, 16,35% por contato pessoal; 6,91% por arquivo da própria emissora, 6,28% por redes sociais.

Na outra ponta, a prevalência do uso de fontes oficiais exemplifica como, apesar de adotarem práticas e valores-notícia diferentes, os veículos de comunicação podem chegar a um mesmo resultado. Em outras palavras, independente da forma de acesso, as fontes oficiais tiveram a preferência dos jornalistas acompanhados para essa pesquisa. Do total de fontes acessadas pelas duas emissoras, 52,8% foram oficiais. Analisando o desempenho das duas isoladamente, o resultado é bem próximo: na Banda B, 53,2% das fontes acessadas foram oficiais e na BandNews, 52,3%.

Da mesma forma, mesmo com práticas e valores diferentes, as duas emissoras fizeram pouco uso de fontes populares: somando-se as duas emissoras, a taxa foi de 14%. O uso de fontes populares foi menor na BandNews, provavelmente porque os repórteres vão pouco às ruas, onde a probabilidade de contato com este tipo de fonte é maior. Com isso, apenas 8% das fontes contatadas foram classificadas como populares. Com equipes nas ruas, a Banda B

registrou maior contato com essas fontes: 18,8% do total.

O acesso a fontes populares foi menor do que o uso de colegas – o segundo tipo de fonte mais comum. Na BandNews, o contato com colegas representou 38,5% dos movimentos para se obter informações, enquanto na Banda B correspondeu a 28% das interações. A alta frequência com que colegas são utilizados como fonte está associada a um ingrediente recente: a organização de grupos no WhatsApp, formados por repórteres que fazem a cobertura do setor policial e mesmo por fontes, o que permite o compartilhamento de informações não apenas com um colega específico, mas com todos os profissionais que os integram, no mesmo momento. Embora relativamente novo, o WhatsApp já se consolidou como uma importante ferramenta para acesso às fontes policiais. Nesta pesquisa, o aplicativo figurou como a segunda forma mais frequente para contatar as fontes. Na BandNews, 23,89% dos acessos às fontes foram feitos por whats. Na Banda B, 11,97% dos contatos com fontes, durante os dias de observação, foram feitos via WhatsApp.

Ainda entre as situações que afetam as duas emissoras indistintamente, pode ser elencado o tempo, que, em alguns casos, atua até como fator determinante para a escolha (ou não) de fontes e para a realização de matérias que, pelos critérios jornalísticos, não seriam notícia – ao menos não pelo enfoque policial –, pela necessidade de se ter conteúdos para preencher os espaços noticiosos. Destaca-se também a presença das assessorias de imprensa e de suas práticas que permitem uma espécie de controle político das informações na área de Segurança Pública, no Paraná, o que fica nítido durante as coletivas de imprensa.

De tudo o que foi apresentado, fica claro que, em Curitiba, práticas produtivas, valores-notícia e profissionalismo são fatores determinantes no processo de relacionamento entre jornalistas e fontes na produção de rádio da área policial. Do mesmo modo, a atuação das assessorias de imprensa também tem impactos nesta relação. Há, no entanto, modos de fugir desses padrões estabelecidos. É necessário, porém, que tais “rebeliões” ocorreram com maior frequência pela qualidade do Jornalismo e em nome do interesse do público.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Universitário, 1969.

ARRUETA, César. **Qué realidad construyen los diarios?** Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia. Buenos Aires: La Crujia Ediciones, 2010.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística, 2003.

MORAES, P. B.; ALMENDRA, D. **O medo, a mídia e a violência**: pedagogia política da segurança pública no Paraná. Revista Brasileira de Segurança, v. 06, p. 266 - 281, 2012.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia** – Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidade. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 1983.

VIZEU, Alfredo. O Newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007, p. 223 - 236.

## **Os processos de recepção telejornalística no distrito rural de Itaiacoca**

Mestranda: Luana Souza

Orientadora: Graziela Bianchi

**Resumo:** O rural pode ser definido como uma mediação que relaciona o cotidiano, interações sociais e o trabalho, no entanto, o cotidiano a que se refere pode não ser mais o mesmo do que era há cerca de algumas décadas. Moradores de localidades afastadas possuem características que se aproximam as de moradores dos centros urbanos, entre elas, com relação ao acesso aos meios de comunicação e às informações jornalísticas. O objetivo geral deste trabalho é realizar um estudo de recepção no distrito rural de Itaiacoca para compreender o consumo das informações jornalísticas pelos moradores e a sua relação com as transformações de um ambiente tido como rural. Esta pesquisa procurará entender, através da análise do noticiário Jornal Nacional, que tipo de relação se dá entre a identidade dos moradores do referido distrito e o consumo das informações jornalísticas.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Recepção, Itaiacoca, Telejornalismo, Jornal Nacional

### **Introdução**

A busca dos telespectadores pela informação, enquanto formadores da opinião pública, e o consumo das informações jornalísticas são cada vez mais comuns entre todos os cidadãos. O jornalismo, aliado à divulgação de notícias, é um fator importante que está presente na vida social de cada uma das pessoas que procuram estar sempre bem informadas à sua maneira, buscando formas de consumo e assuntos que mais lhe interessam ou chamam a atenção. Assim como no meio urbano, pessoas que vivem em ambientes tidos como rurais querem garantir os seus espaços na sociedade, enquanto consumidores bem informados, através de notícias difundidas pelos meios de comunicação.

Partindo deste pressuposto, este trabalho busca realizar um estudo de recepção no distrito rural de Itaiacoca, localizado a uma distância de aproximadamente 30 quilômetros de Ponta Grossa (PR). Apesar de ser considerado uma localidade rural, os moradores do distrito possuem

características em seus cotidianos que se aproximam as de moradores dos centros urbanos, entre elas, com relação ao acesso aos meios de comunicação e às informações jornalísticas, focos de atenção da pesquisa em curso.

A pesquisa em questão procura entender, tendo por base a análise do telejornal *Jornal Nacional*, que tipo de relações se dão entre os moradores do referido distrito e o consumo das informações jornalísticas. Com este propósito, parte-se do questionamento relacionado a como as competências midiáticas dos moradores com relação do telejornal, em especial o *Jornal Nacional*, configuram vínculos a partir da posição de telespectadores e o produto televisivo, tanto no consumo de notícias quanto na produção de sentido a partir do que é consumido.

A escolha do *Jornal Nacional* como parte do objeto empírico de investigação se dá por conta da importância do programa para a disseminação das notícias para todo o Brasil. Além de sua popularidade, é um telejornal de grande alcance, inclusive, para os moradores da área rural. Esta percepção se deu na realização de pesquisa exploratória no distrito, no início deste estudo. Outra justificativa para a escolha do programa se dá em função do horário em que é transmitido, às 20h30, período em que todos os integrantes das famílias previamente pesquisadas se reúnem para se informar das notícias. O estudo busca contemplar a recepção situada no contexto de um cotidiano familiar, consumo das informações jornalísticas e novas perspectivas de vida dentro de um ambiente tido como rural.

### **Fundamentação teórica**

Um dos fundamentos teóricos está ligado aos processos de mediação, proposto por Jesús Martín Barbero (2009) entre o cotidiano, o telejornalismo e novo rural. Por meio de um diálogo com outros autores, busca-se abordar o novo campo, através da televisão, a partir das mediações; a cotidianidade familiar; a identidade e as questões sociais. (BARBERO, 2009). O estudo fundamenta-se teoricamente sobre a visão dos moradores da área rural enquanto cidadãos consumidores. Nesta visão, é abordado o conceito de Néstor García Canclini (1999), onde se é elencado o consumo como um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e agir na vida social. O estudo também vai tratar dos estudos de recepção no Brasil e a busca dos cidadãos pela informação. Considerando os poucos estudos de recepção em jornalismo nas universidades do



Brasil, apontado por Jacks (2014), a pesquisa vai procurar trazer algumas especificidades da recepção através do telejornalismo.

O estudo vai contextualizar, ainda, as características principais do jornalismo, a sua importância na sociedade e o jornalismo como construção social. Nesta parte, serão dialogados conceitos de autores que contextualizam o jornalismo como Gislene Silva (2009), onde observa que o jornalismo pode ser visto como uma prática social e Josenildo Guerra (2008) que traz duas abordagens principais do jornalismo: subjetivismo e construcionismo. O distrito de Itaiacoca, desde a sua fundação, o seu desenvolvimento ao longo dos anos e suas principais características: número de moradores, localidades e infraestrutura também estará presente neste estudo. Para isso, a importância de trazer ao trabalho conceitos de autores das áreas de Geografia, como Baptista (2013) por exemplo, que se aprofunda a estudar as localidades do distrito, fatores que foram importantes para serem contextualizadas durante o percurso da presente pesquisa de recepção.

Questões relacionadas à globalização no ambiente rural, a partir de autores que se dedicam a discutir estes temas, e o conceito do que é chamado de novo rural: pessoas que vivem em localidades afastadas, mas que não dependem mais da agricultura enquanto fator principal da economia, são fatores importantes de serem contemplados no trabalho. Toda a trajetória do Jornal Nacional (JN), exibido pela Rede Globo de televisão, desde o seu início e todas as suas transformações desde então integrará um dos capítulos da pesquisa. O trabalho também apresentará as estratégias metodológicas deste estudo que está fundamentada em diferentes fases, divididas em abordagens qualitativas, pesquisas de campo, aplicação de questionários em quatro fases, pesquisa exploratória (BONIN, 2016) e pesquisa etnográfica (WINKIN, 1998).

### **Aspectos metodológicos**

A pesquisa em desenvolvimento que busca estudar as relações que se dão entre os processos de recepção em jornalismo no distrito rural de Itaiacoca passou, até o momento, no desenvolvimento de seu percurso metodológico, por quatro etapas. O processo deste estudo teve início quando a ideia inicial ainda era estudar a recepção nos quatro distritos rurais de Ponta Grossa: Guaragi, Itaiacoca, Periquitos e Uvaia. Como o objetivo central da pesquisa é

compreender o consumo das notícias pelos moradores do distrito e a relação das pessoas que moram nas localidades com as informações jornalísticas, bem como as transformações de um ambiente tido como rural, iniciou-se então com a pesquisa exploratória e observação etnográfica, através da aplicação de questionários contendo breves perguntas relacionadas aos hábitos dos moradores com relação ao consumo jornalístico.

A pesquisa de campo iniciou em abril de 2016, quando foram aplicados 20 questionários em cada distrito e, logo neste início, obteve-se ganhos com relação aos resultados. Apontou-se em todas as localidades visitadas que a televisão é o meio de comunicação mais procurado pelos moradores para consumir notícias. Após este primeiro contato, ocorreram mudanças no estudo e os distritos de Periquitos e Uvaia acabaram por sair desta pesquisa. A justificativa é de que Periquitos está muito próximo do centro urbano de Ponta Grossa, fator que impossibilita a pesquisa que é focada em áreas rurais. Já em Uvaia, boa parte das possuem casas na localidade, moram em Ponta Grossa e utilizam o distrito apenas nos finais de semana.

A segunda etapa, agora focada em Guaragi e Itaiacoca, ocorreu em setembro de 2016 com a aplicação de um segundo questionário. Desta vez, as perguntas foram elaboradas com o propósito de saber um pouco mais sobre os hábitos de vida dos moradores, renda familiar, atividade econômica principal e consumo jornalístico. Em cada distrito também foram aplicados 20 questionários para casas próximas umas das outras. Dos resultados obtidos, apontou-se que o Jornal Nacional é o telejornal mais consumido pelos moradores da área rural. Em paralelo, observou-se ainda que, apesar de ambos serem consideradas localidades rurais, as pessoas que vivem nestes distritos possuem características em seus cotidianos que se aproximam as de consumidores que moram nos centros urbanos, entre elas, com relação ao acesso aos meios de comunicação e às informações jornalísticas.

Para a terceira etapa deste estudo optou-se por manter na pesquisa apenas o distrito de Itaiacoca. A justificativa se dá por conta de que esta localidade se assemelha mais ao rural se comparado a Guaragi. O distrito escolhido para permanecer no estudo se dá por acesso de estradas de chão e está mais distante de Ponta Grossa, aproximadamente 30 quilômetros. Guaragi está mais próximo da cidade e se assemelha como um bairro. Além disso, Itaiacoca conta com mais de 30 localidades ao seu entorno. Em continuidade com a pesquisa exploratória, foram

aplicados em Itaiacoca, no mês de maio de 2017, questionários nas localidades de Paço do Pupo, Biscaia e Lagoa dos Pintos. A escolha se dá por conta de que estas três regiões são consideradas as mais desenvolvidas do distrito, próximas de escolas, igrejas e postos de saúde. Posteriormente, a pesquisa terá acesso às demais localidades. O terceiro questionário imergiu mais no consumo do jornalismo pelos moradores e explorou mais como se dá o consumo das informações jornalísticas pelo Jornal Nacional, programa que havia sido apontado pelos moradores na segunda etapa. Nesta fase, foram obtidos resultados mais aprofundados sobre temas de notícias que marcaram suas memórias durante a semana em que os questionários foram aplicados. Observou-se ainda que os temas relacionados à situação política do Brasil foram os temas mais comentados por eles nesta etapa.

A quarta etapa se deu na festa popular de São Pedro realizada no dia 25 de junho de 2017 pela paróquia da localidade de Biscaia. Esta fase focou como uma espécie de imersão popular quando partiu-se da ideia de conversar com moradores de outras localidades que ainda não foram visitadas. Aplicou-se então 30 questionários que traziam perguntas breves sobre os hábitos de consumo noticioso e o Jornal Nacional. Dos resultados observou-se que as pessoas que moram em outras localidades do distrito também encontram no Jornal Nacional o telejornal principal para se consumir informações. Outro detalhe observado durante a quarta etapa foi verificar que os moradores da festa conversavam entre eles sobre os assuntos noticiados pelo JN naquela semana, em especial a situação política no Brasil.

### **Resultados parciais**

A partir do trabalho de campo, com a pesquisa exploratória e a observação etnográfica, aliado aos conceitos de autores sobre o jornalismo e as mudanças nos ambientes rurais, foi possível observar até o momento que muitas coisas já se transformaram nestas localidades. Considero o fator um ganho para a pesquisa, pois, no início dela, acreditava-se que o cotidiano rural ainda trazia as mesmas características de anos anteriores, à exemplo do trabalho voltado somente à agricultura. O consumo de notícias pelos moradores de Itaiacoca também chamou muito a atenção, principalmente, pelo interesse das pessoas em reservarem um espaço em suas vidas para ligar a televisão e assistir ao Jornal Nacional.

No entanto, ainda é necessário traçar novos caminhos para compreender melhor as mudanças do rural e a sua possível relação com o consumo de notícias. É necessário traçar um caminho metodológico extenso para investir mais a fundo e observar mais coisas que até então não foram notadas. O percurso agora será ampliar o universo da pesquisa, conhecer as demais localidades que ainda não foram visitadas, buscar saber mais sobre a busca pelas informações e, dessa maneira, trabalhar metodologicamente com a questão da recepção junto às famílias.

### **Referências bibliográficas**

BAPTISTA, Leandro. **Parque Nacional dos Campos Gerais - PR: oportunidades para comunidades de entorno.** Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) - Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa. 2013.

BARBERO, Jesús Martin. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 6ª ed. Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 2009.

BONIN, Jiani Adriana. Questões metodológicas na construção de pesquisas sobre apropriações midiáticas. In: **Pesquisa em Comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas.** MOURA, Cláudia Peixoto (org.); LOPES, Maria Immacolata Vassalo(org.). Porto Alegre: EdiPUCRS, 2016.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

GUERRA, Josenildo. **A notícia como “construção” de realidade.** IN: Guerra, Josenildo. O Percurso Interpretativo da Produção da Notícia. Verdade e relevância como parâmetro de qualidade jornalística. São Cristóvão: Editora UFS; Aracajú: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

JACKS, Nilda (coord.); KNEWITZ, Anna Paula; SCHMITZ, Daniela Maria; PIEDRAS, Elisa Reinhardt; WOTTRICH, Laura Hastenpflug; SILVA, Lourdes Ana Pereira; PIENIZ, Mônica; JOHN, Valquíria Michela. **Meios e Audiências II: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil.** 1ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

MEMÓRIA GLOBO. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>>. Acesso em 16 de dezembro de 2016.

SILVA, Gislele. **O fenômeno noticioso: objeto singular, natureza plural.** Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano VI – n.2 pp.09, 15 jul./dez. 2009. Disponível em:



## 1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n2p9>>. Acesso em: 5 de agosto de 2017.

WINKIN, Ives. Descer ao campo. In: **A Nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papyrus Editor, 1998.

**Canais no YouTube e Movimentos Sociais:  
Características editoriais jornalísticas na construção discursiva audiovisual**

Mestranda: Ligiane Malfatti

Orientadora: Cintia Xavier

**Resumo:** Esta pesquisa levanta questões relacionadas à observação e os questionamentos sobre como as características editoriais jornalísticas, quando utilizadas no ciberespaço, através de tecnologias digitais e móveis, podem ser ferramentas para os Movimentos Sociais contemporâneos. Estes ao se valerem de espaços proporcionados pelas redes sociais, em especial o site de compartilhamentos de vídeos YouTube, podem criar canais próprios para a proliferação de falas e amplificação de ações coletivas, oportunizando o debate de questões e discussões de temas, com possibilidade de ecos na opinião pública. O debate levanta a questão sobre como os Movimentos Sociais: ONG TETOBRASIL e REDE METALTV produzem os conteúdos de seus canais e em medida utilizam características e linguagens jornalísticas com o objetivo de garantir a legitimidade de suas mensagens.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Movimentos Sociais, Ciberespaço, YouTube

**Objetivos:**

- Analisar os canais de Movimentos Sociais no YouTube com vistas a estabelecer relações entre o conteúdo produzido e características editoriais jornalísticas.
- Identificar canais de Movimentos Sociais com atuação no estado do Paraná para a realização da observação participante
- Descrever e analisar os conteúdos selecionados

**Tema e problema:** Estre as mudanças que o ciberespaço proporciona está à possibilidade de produção de conteúdos informativos por representantes da sociedade, indivíduos ou grupos organizados em Movimentos Sociais.

A internet, com conexões mobile e o desenvolvimento de redes sociais, disseminou técnicas de produção de vídeos, com o barateamento da tecnologia e ferramentas de utilização facilitada tanto para a produção quanto para a proliferação de conteúdo.

As perguntas a serem levantadas são: como são produzidos os conteúdos divulgados nos canais das Organizações Sociais, na maior plataforma de compartilhamento de vídeos do mundo, o YouTube? Quem são os atores que atuam nesta produção: militantes, dirigentes, jornalistas ou terceiros? Como é o produto veiculado nos canais: existe a presença de características editoriais jornal? Como se dá a circulação do conteúdo, alcance, visualizações e interações?

O *YouTube* representa o maior site de compartilhamento de vídeos no mundo. Segundo Frigeri (2011) ele nasceu de uma ideia experimental dos estudantes da Universidade Illinois, com a criação de um canal para a divulgação de vídeos feitos no ambiente acadêmico, eram Chad Hurley e Steve Chen, os dois se uniram a um colega da empresa da *PayPal*, Jawed Karim e lançaram em junho de 2005 o *YouTube*, que foi comprado, dezesseis meses depois, pelo Google. Segundo o autor: “As próprias formas de difusão e potencialização de temas pela divulgação via YouTube já pode ser considerada uma nova prática social. (FRIGERI, 2011, p.69)

O site representou um fenômeno da internet, tanto pelo número de acessos quanto pela quantidade de conteúdos disponibilizados:

Em maio de 2006, o site atingiu a marca de 40 milhões de vídeos exibidos diariamente. Em junho do mesmo ano, o site alcançou a média de 100 milhões de exibições/dia, com o total de 2,5 bilhões de vídeos exibidos, com uma média de 65 mil novos vídeos sendo enviados diariamente, segundo Fortes (2006:34). Com isso, o mercado audiovisual ganhou, efetivamente, um novo espaço alternativo, de caráter massivo e democrático. (RENÓ e GONÇALVES, 2013, p.10)

Em sua obra *Comunicacion y Poder* Manuel Castells aponta, três anos após a criação do *YouTube*, a importância da plataforma onde os usuários são convertidos em produtores criando o que ele chama “autocomunicación de massas”.

YouTube, un sitio web donde usuarios particulares, organizaciones, empresas y gobiernos pueden subir sus propios vídeos [...] la versión americana de YouTube alojaba 69.800.000 vídeos en febrero de 2008. En noviembre de 2007, por ejemplo, 74,5 millones de personas vieron 2.900 millones de vídeos en YouTube.com (39 vídeos por espectador). Por otra parte, cadenas nacionales e internacionales como Al Jazeera, CNN, NTV de Kcni, France, V3 de

Cataluña y muchos otros medios mantienen su propio canal de YouTube para conseguir nuevas audiencias y conectar a gente interesada de su diáspora [...]. Esto convirtió a YouTube en el mayor medio de comunicación de masas del mundo. (CASTELLS, 2009, p.103)

Para Maria Glória Gohn : " Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet". (Gohn, 2001 p. 335,336).

**Bases teóricas:** Em um primeiro momento a pesquisa consistiu em um levantamento bibliográfico com a identificação de teorias e autores capazes de colaborar com a observação, seleção e análise dos canais. Baseou-se nos conceitos de cibercultura defendidos por Lévy (1999) e Lemos (2000, 2002), também o conceito de "jornalismo e base" defendido por Gillmor (2005). Consideraram-se autores que aproximassem o estudo entre o jornalismo e a web 2.0 como: Mielniczuk (2003, 20016), Palácios (2003), Primo (2007), Briggs (2007), Recuero (2009) e Canavilhas (2005). Bem como obras que estudam a televisão e telejornalismo no cenário internacional e brasileiro: Rezende (2000), Bucci (2004), Becker (2004), Squirra (1989), Coutinho (2009) e Vizeu & Correia (2008). Outros aportes teóricos foram importantes para dar conta de entender o objeto estudado, como a relação do ciberespaço com os movimentos e as organizações sociais na contemporaneidade: Castells (2009), Melluci (2009), Gohn (2011) e o próprio YouTube:, Burgess (2009).

**Bases metodológicas:** Como percurso metodológico a pesquisa pretende acompanhar a rotina produtiva do conteúdo, da sua concepção até a circulação.

Partiu-se da observação de canais, na plataforma de compartilhamentos de vídeos YouTube, buscando identificar exemplos de atuação de Movimentos Sociais paranaenses, com a intenção de selecionar objetos para a observação participante. A seleção levou em consideração a proximidade do objeto e a possibilidade de realização da pesquisa. Nesta fase foram pré-selecionados os canais: ONG TETO BRASIL e Metal TV Curitiba.



A TETO BRASIL tem atuação internacional, o canal no YouTube conta com 2.470 inscritos e 359.274 visualizações desde 2009, ano de início das postagens. Após contato inicial foi constatado que a organização promoveria ação, entre os dias 15 e 20 de julho na cidade de Castro-PR,

Com objetivo de observar o processo de produção, foi realizada a observação participante, nos dias 17 e 18 de julho, na cidade de Castro-PR, na ocasião da ação TDI - Trabalho de Inverno, promovida pela ONG TETO BRASIL- Curitiba. A referida ação refere-se à construção de 18 casas de emergência, no período de cinco dias (de 15 a 19 de julho). A ação foi organizada pela subsele da TETO em Curitiba que, através de inscrição online, contou com 150 voluntários que trabalharam nos bairros: Jardim Primavera e Jardim Santa Clara. A pesquisa prosseguirá com a observação do processo de pós-produção, a postagem e circulação do conteúdo. Com a análise das relações e confluências entre o conteúdo apresentado e as características editoriais jornalísticas. O mesmo procedimento metodológico será aplicado na análise do canal METALTV Curitiba, o referido canal é de autoria do Sindicato dos Metalúrgicos da Grande Curitiba, criado em 27 de novembro de 2008, hoje conta com 207 inscritos e mais de 300 mil visualizações em seus vídeos

**Possíveis resultados:** Algumas considerações iniciais puderam ser identificadas a partir da observação participante: vários atores são responsáveis pela produção do conteúdo que seguia um roteiro determinado em reunião de pré-produção, com definição de perguntas a serem realizadas e quem seriam os entrevistados e também a abordagem que deveria ser dada as imagens.

Uma das hipóteses é que o conteúdo produzido e veiculado pelas Organizações Sociais apresenta características editoriais jornalísticas, que ao se valerem do ciberespaço para a divulgação de suas falas abrem espaço para a promoção de ações coletivas, conexão e mobilização de interesses em nível e com alcance globalizado.

### Referências Bibliográficas

ALVES-MAZZOTTI, Alda J. O Método nas Ciências Sociais. In: ALVES-MAZZOTTI, Alda; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais**. São Paulo: Pioneira; Thomson, 2002.

BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, L. (Orgs.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. 1. ed. Covilhã, Portugal: LivrosLabCOM, 2013.

BUCCI, Eugênio. **O Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

\_\_\_\_\_; KEHL, Maria Rita. **Videologias : ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Bomtempo, 2004.

BRIGGS, Marks **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. Tradução: C. Castilho. Texas: Knight Center for Journalism in the Americas, 2007. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/journalism20.php>>. Acesso em: 13 dez. 2016

BURGESS, Jean **YouTube e a Revolução Digital : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Jean Burgess e Joshua Green ;. – São Paulo : Aleph, 2009.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. LabCom Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom [www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt). 2014

\_\_\_\_\_, M. **Sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**; v. 1. São Paulo : Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_, M. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em Ciências Humanas e Sociais**. Petrópolis: Vozes, 2006.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil – TIC Domicílios e TIC Empresas 2014**. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Disponível em: [www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_Domicilios\\_2014\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf) . Acesso em 04/02/2018

COUTINHO, Eduardo, XAVIER, Ismail & FURTADO, Jorge. **Debate: O sujeito (Extra) ordinário**. In: LABAKI, Amir & MOURÃO, Maria Dora, (orgs). O cinema do Real. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

FRIGERI, Alexandre Machado. **YouTube: estrutura e ciberaudiência**. Um novo paradigma televisivo. Doutorado em Comunicação e Semiótica. 2011

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004

GOHN, Maria da Glória. **Sociologia dos Movimentos Sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2014.

\_\_\_\_\_. Maria da Glória. Movimentos Sociais na Contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, Minas Gerais, v.16, n. 47, p. 333-351, maio/ago. 2011..

HABERMAS, Jürgen, (2003b). **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2.ed. Trad.: Flávio Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, p. 42ss. [Strukturwandel der Öffentlichkeit. Darmstadt: Herman Luchterhand Verlag, 1961].

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LE MOS, A., **Cibercidades**, in Lemos, A., Palacios, M., **Janelas do Ciberespaço. Comunicação e Cibercultura**., Porto Alegre, Sulina, 2000.

\_\_\_\_\_, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**., Sulina, Porto Alegre., 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª edição – 2ª reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2014.

MELUCCI, Alberto. **A Invenção do Presente**. Trad. Maria do Carmo Alves do Bomfim. Petrópolis: Vozes, 2001

PALACIOS, Marcos **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o lugar da memória**. In MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), Modelos do Jornalismo Digital, Editora Calandra, Salvador, 2003.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira, TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**, 2006. Disponível em:  
<<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>. Acessado em 12 de novembro de 2016

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel . **Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs**. Revista da FAMECOS, Porto Alegre, v. 28, n. dez de 2005.

RENÓ, Denis; GONÇALVES; Elizabeth. **A intertextualidade no cinema: uma opção de hibridismo de linguagem**. In Elizabeth Moraes Gonçalves. (Org.). Estudos de comunicação e linguagem - múltiplas experiências. São Caetano do Sul: Editora Virgo, 2011, v. 1, p. 200-215.



## 1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil : um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo: Produção e Técnica** . Ed. Brasiliense, 1989.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In: VIZEU, Alfredo (Org.). A sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008

YOUTUBE. **Números e Estáticas** - Disponível em [www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html](http://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html). Acesso em 25 de junho 2015

**Arranjos econômicos e valores do jornalismo na plataforma de financiamento coletivo**  
*Catarse*

Mestranda: André Packer dos Santos

Orientador: Felipe Simão Pontes

Coorientadora: Paula de Souza Paes

**Resumo:** A pesquisa propõe o estudo das práticas de governança utilizada por organizações jornalísticas que utilizam o financiamento coletivo no Brasil. Para isso, divide-se a pesquisa em dois eixos. O primeiro é voltado para a identificação de arranjos econômicos e entender o funcionamento do *crowdfunding* para geração de sustentabilidade financeira, enquanto o outro debate como valores éticos e profissionais são utilizados como elementos discursivos no momento de realização da campanha de financiamento coletivo. A união entre os dois eixos resulta no debate sobre governança, visto que o conceito prevê uma organização pensada a partir da união entre sustentabilidade financeira e conservação de valores éticos.

**Palavras-chave:** governança; arranjo econômico; financiamento coletivo; catarse; jornalismo

**Tema e problema:** A presente pesquisa tem como objeto o estudo da relação entre *crowdfunding* e jornalismo no Brasil, a partir do conceito de governança, para compreender como as plataformas de financiamento coletivo representam uma oportunidade de pesquisa para identificar uma possível conciliação entre um jornalismo ético e sustentável financeiramente. Para isso, a pesquisa utiliza o conceito de governança e é dividida em dois eixos principais. No primeiro eixo, a pesquisa busca entender como os veículos jornalísticos utilizam o financiamento coletivo para criar novos arranjos econômicos e estabelecer relações com o público consumidor. Já o segundo é voltado para o debate dos valores do jornalismo e a identidade profissional. O objetivo deste segundo eixo é discutir como o financiamento constitui o que é a identidade do jornalista e de que forma a mudança na forma de financiar o jornalismo impacta a legitimidade da profissão. Para desenvolver a construção dos dois eixos, a pesquisa parte de conceitos-chave que nos ajudam a entender o atual cenário do mercado jornalístico. São eles: jornalismo pós-

industrial (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013), hiperconcorrência (CHARRON, DE BONVILLE, 2016) e superdistribuição (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013; COSTA, 2013).

Além dos conceitos citados acima, a ideia de governança (BEVIR, 2007, 2010, 2013) é aplicada para pensar o jornalismo. De acordo com Bevir (2007), o conceito pode ser entendido como:

O termo governança pode ser usado especificamente para descrever mudanças na natureza e nas regras do Estado seguindo as reformas do setor público nas décadas de 1980 e 1990. Tipicamente, essas reformas são entendidas como as que levaram para uma mudança de uma burocracia hierárquica em direção a maior utilização de mercados, quase mercados e *networks*, especialmente na entrega de serviços públicos. Os efeitos das reformas foram intensificados pelas mudanças globais, inclusive o aumento da economia transnacional e o crescimento de instituições regionais como a União Europeia. Isso entendido, governança expressa uma crença generalizada que o Estado cada vez mais depende de outras organizações para garantir suas intenções, entregar suas políticas, e estabelecer um padrão de regras. Por analogia, governança também pode ser utilizada para descrever qualquer padrão de regra que surge quando o estado é dependente de outros ou quando o estado pouco ou não participa nas regras (BEVIR, 2007, p. 365).<sup>6</sup>

Assim, a governança representa a união entre os dois principais eixos da pesquisa ao aliar o debate entre sustentabilidade comercial e valores éticos. Justifica-se a utilização de governança para debater jornalismo e financiamento coletivo por quatro motivos: 1) o conceito possui como uma de suas principais características o fato de levar em conta as mudanças e o dinamismo do mercado atual; 2) o consumidor é tratado como massa ativa que pode interferir, influir e se relacionar com o produto e a marca; 3) assim como descrito por Bevir (2013), o mercado jornalístico passa por mudanças conforme descritas na teoria da governança; 4) o *crowdfunding* pode ser entendido como uma *network*, ou seja, uma forma de conectar organização jornalística e

---

<sup>6</sup> The term governance can be used specifically to describe changes in the nature and role of the state following the public-sector reforms of the 1980s and 1990s. Typically, these reforms are said to have led to a shift from a hierarchic bureaucracy toward a greater use of markets, quasi-markets, and networks, especially in the delivery of public services. The effects of the reforms were intensified by global changes, including an increase in transnational economic activity and the rise of regional institutions such as the European Union (EU). So understood, governance expresses a widespread belief that the state increasingly depends on other organizations to secure its intentions, deliver its policies, and establish a pattern of rule. By analogy, governance also can be used to describe any pattern of rule that arises either when the state is dependent upon others or when the state plays little or no role

público visando a sustentabilidade financeira e construção de legitimidade. Bevir (2013) aponta a necessidade de criar mecanismo que garantam características democráticas aos novos mercados e reforcem as *networks*. A governança está ligada ao diálogo, a participação, o consenso, o empoderamento e a inclusão social. Além disso, parte da identificação de um consumidor consciente. O conceito considera que *networks* são mais eficientes que hierarquias e que o diálogo e o consenso podem construir legitimidade política e efetividade (BEVIR, 2013).

**Objetivos:** O objetivo geral da pesquisa é identificar como o financiamento coletivo é utilizado para compor arranjos econômicos em empresas e organizações jornalísticas do Brasil. A pesquisa também avalia possibilidades de utilização do financiamento coletivo para a criação de um modelo que possibilite a prática de um jornalismo ético e economicamente viável. Ainda, a análise de elementos do *ethos* jornalístico no discurso das organizações é avaliado como forma de identificar de que forma características, marcas e valores da profissão são aplicados como argumentos de mercado no momento de arrecadação de verba.

**Bases teóricas:** Economia Política da Mídia; Ciência Política; Jornalismo Pós-industrial.

**Metodologia:** A metodologia é composta por uma série de procedimentos que são utilizados de forma complementar. Revisão bibliográfica, estudo descritivo dos projetos e entrevistas compõem a metodologia da pesquisa. O estudo descritivo é utilizado como principal elemento para reunir e sistematizar as informações disponibilizadas pelas organizações jornalísticas na plataforma *Catarse*. Este instrumento metodológico funciona para analisar como as organizações jornalísticas se comportam no momento da realização da campanha de arrecadação de verba e de que forma é aplicado o dinheiro conquistado. As entrevistas com jornalistas que utilizaram o financiamento coletivo para viabilizar produções é uma etapa complementar. Elas servem para entender a reconfiguração do labor jornalístico, assim como as mudanças da estrutura das organizações, em um cenário onde o profissional assume atividades de arrecadação de verba, por exemplo. Por fim, a revisão bibliográfica permite reunir o conhecimento já produzido sobre

jornalismo e *crowdfunding*, financiamento de produções jornalísticas e mercado jornalístico para tensionar conceitos, analisar diferenças e avançar em debates.

**Possíveis resultados:** Espera-se que a pesquisa apresente, ao final, um diagnóstico geral da utilização do *crowdfunding* por organizações jornalísticas no Brasil. Por um dos eixos, pretende-se discutir de que forma os valores e a deontologia jornalística são utilizados como argumentos no momento da realização de uma campanha de arrecadação de verba no *Catarse*. Já por outro, a proposta é identificar de que forma a verba arrecadada é aplicada para a produção de conteúdo jornalístico. Ao final, a construção dos dois capítulos ajudará a compreender quais as possibilidades de utilização do financiamento coletivo para produzir jornalismo no Brasil. Assim como refletir sobre como os valores da profissão e a deontologia são utilizados como tentativas de convencer o público a pagar por uma produção.

### **Referências:**

- ANDERSON, C.W., BELL, E., SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial. Tradução de Ada Felix. Revista de Jornalismo ESPM. São Paulo, SP. 2 edição, p.30-89, 2013.
- ANDERSON, Cris. A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BEVIR, Mark. Encyclopedia of governance. 1. ed. Estados Unidos: Sage Publications, 2007.
- BEVIR, Mark. A Theory of Governance. 1. ed. Estados Unidos: The Regents of the University of California, 2013.
- BEVIR, M. 2010. Democratic Governance. Princeton: Princeton University.
- COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. Revista de Jornalismo ESPM/*Columbia Journalism Review*. São Paulo: Abr/Mai/Jun 2014. p. 51-115.



**Olhar para a fronteira: o fazer noticioso nos veículos *La Voz de Cataratas* (Puerto Iguazú/Argentina), a *Gazeta Diário do Iguazu* (Foz Do Iguazu/Brasil) e *Diário Vanguardia* (Ciudad del Este/Paraguai)**

Mestrando: Márcio Barbosa Norberto

Orientadora: Karina Janz Woitowicz

## **RESUMO**

A presente pesquisa busca analisar a cobertura jornalística produzida em regiões de fronteira, com recorte para a Tríplice Fronteira formada por Argentina, Brasil e Paraguai, compreendendo, respectivamente, os veículos *La voz de Cataratas* (Puerto Iguazú), *Gazeta Diário do Iguazu* (Foz do Iguazu) e *Diário Vanguardia* (Ciudad del Este). Trata-se de um cenário marcado por grande diversidade, no qual convivem diferentes identidades culturais. Com base na perspectiva metodológica da análise de conteúdo, em uma abordagem quantitativa e qualitativa, serão identificados aspectos da produção jornalística nos referidos veículos, tais como as formas de representação da fronteira, o agendamento temático predominante e os critérios que orientam a cobertura noticiosa, de modo a conhecer o papel do jornalismo na tematização cotidiana da fronteira.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Fronteira; Cobertura noticiosa; Tríplice Fronteira.

## **TEMA E PROBLEMA**

Olhar para a Tríplice Fronteira formada por Argentina, Brasil e Paraguai, no encontro entre as cidades de Puerto Iguazú, Foz do Iguazu e Ciudad del Este, respectivamente, na perspectiva do jornalismo local é o tema central desta pesquisa de mestrado. A observação deste espaço será realizada a partir dos relatos noticiosos de três portais, um de cada lado da fronteira. Esta investigação trata então de se aproximar desta região guiada pelo olhar do jornalismo local. Trata-se de uma região mais ampla, que agrupa outras cidades, no entanto, neste trabalho busca-se como foco esta localidade que coloca as cidades lado a lado.

A investigação parte da seguinte questão-chave: olhar para a Tríplice Fronteira na perspectiva da cobertura jornalística local nos levaria a conhecer as práticas que atravessam cotidianamente esta localidade? Outros desdobramentos podem ser formulados a partir da questão central: que temáticas sobre a fronteira recebem maior atenção do jornalismo produzido nesta região? A produção jornalística local consegue representar as práticas sociais

características desta fronteira? O jornalismo produzido neste cenário é organizado sob uma lógica própria do ponto de vista do interesse local ou reproduz uma cobertura temática sobre a fronteira retratada pelo jornalismo da grande mídia? A partir da análise dos portais de notícia *La voz de Cataratas* (Puerto Iguazú), *A Gazeta Diário do Iguazu* (Foz do Iguazu) e *Diário Vanguardia* (Ciudad del Este), numa amostra coletada durante três meses de 2017, serão levantados elementos para compreender o modo como a fronteira é representada na produção jornalística.

## **OBJETIVOS**

Entre os objetivos do presente trabalho está o de verificar como o jornalismo local retrata a dinâmica que caracteriza o fenômeno fronteiriço, que temas são mais proeminentes e sob quais angulações. Busca-se também contrapor o tratamento jornalístico dado a temas comuns pautados pelos portais que compreendem a pesquisa, de modo a refletir sobre os interesses e as disputas que marcam a cobertura na região da Tríplice Fronteira.

## **BASES TEÓRICAS**

Este trabalho de pesquisa, do ponto de vista teórico, se estrutura sob duas abordagens: a primeira segue na direção de compreender as características que organizam a cultura de fronteira e as práticas socioculturais que perpassam a região. Numa segunda camada, a partir de referências conceituais do jornalismo, a investigação se volta para elementos próprios da prática jornalística e que orientam o fazer noticioso.

Portanto, discorre-se inicialmente e de maneira breve sob possibilidades de se compreender e analisar regiões de fronteira entre países. Uma compreensão possível se concretiza na territorialidade, perspectiva que se refere a espaço geográfico, demarcação, limite final e inicial entre nações. Outras formas de se conhecer uma região de fronteira perpassam o viés político, econômico e das relações internacionais. Essas dimensões são predominantes ao pensar o tema fronteira entre países.

Busca-se nesta pesquisa abordar a temática da fronteira como espaço social no qual se convive com questões políticas, limites geográficos, leis, entre outros aspectos norteadores, mas

é na interação sociocultural possibilitada pelo fluxo contínuo de pessoas e grupos, de manifestação de diferentes identidades e convivência com a diferença que se pretende compreender uma região fronteira. Uma área representada por cultura híbrida na qual o elemento do cotidiano organiza a compreensão das práticas sociais. A cobertura jornalística tem papel fundamental neste cenário, podendo criar representações contextualizadas, ainda que sobre temáticas mais delicadas e servir como lugar de sociabilidades.

Ao olhar para a fronteira como espaço de intercâmbio social e cultural, de pertencimento, de identidades e de experiências partilhadas, onde os interesses dos grupos locais que convivem na região podem imprimir uma dinâmica particular de convivência, o conceito de fronteira então se inscreve no imaginário, pelas trocas e representações simbólicas e não somente por linhas divisórias, por uma demarcação geopolítica. A fronteira apresenta dimensões históricas, culturais e sociais. Segundo Melo (1997, p. 69), “as fronteiras constituem elementos simbólicos carregados de ambiguidades, pois, ao mesmo tempo em que impedem, permitem ultrapassar”.

Antes de adentrar as bases teóricas do jornalismo, a presente investigação pretende percorrer conceituações acerca da realidade da vida cotidiana e da construção social da realidade a partir das obras de Schutz (2014) e Berger & Luckmann (2004), a fim de verificar como o jornalismo pode participar deste processo de construção da realidade.

A presente investigação busca perfazer a lógica peculiar do jornalismo, em termos organizacionais e conceituais, para relatar os acontecimentos que se passam diariamente no tecido social. A prática jornalística enfrenta desafios e limites para produzir e reproduzir conhecimento de outros campos do saber. Esta passagem do trabalho referencia-se principalmente nos estudos de Meditsch (2008).

Ao discutir a realidade da vida cotidiana, já se está considerando o papel do jornalismo como produtor de um tipo específico de conhecimento. Uma forma de conhecimento que tem, entre outras funções, a de orientar a sociedade. Nesta esta etapa do trabalho, o estudo se debruça no processo de construção social da realidade por meio do relato noticioso. Considerável parte do aporte teórico tem como referência a obra de Alsina (2009).

A construção noticiosa sobre a Tríplice Fronteira encerra o percurso teórico buscando amarrar a conceituação inicialmente realizada sobre cultura de fronteira, sobre o jornalismo

como forma de conhecimento e sobre a construção social da realidade a partir do fazer noticioso. Somam-se a esses preceitos teórico-conceituais algumas referências a respeito de jornalismo de proximidade e investigações feitas por outros pesquisadores, entre eles Silveira (2016).

Nesta parte do trabalho, que adentra o objeto empírico da pesquisa, olha-se para a fronteira segundo a cobertura jornalística realizada por três portais de notícia localizados em cada cidade que compõe a região. A intenção é verificar como são representadas as práticas sociais e culturais daquele espaço, no jornalismo de fronteira. Quais temas perfazem com maior frequência a agenda midiática. Qual a abordagem das notícias. E, ainda, se existe uma lógica particular, no que se refere aos veículos analisados, no processo de construção da notícia.

### **METODOLOGIA**

A metodologia empregada neste projeto de pesquisa é a Análise de Conteúdo, combinando abordagem quantitativa e qualitativa, sendo a primeira focada na frequência das notícias e a abordagem qualitativa perfazendo uma análise contextualizada das notícias. A parte teórica que referencia o trabalho metodológico é orientada, sobretudo, a partir das obras de Bardin (1977) e Bauer (2000).

A amostragem compreenderá três meses de acompanhamento e coleta de material nos portais de notícia. Como critérios para orientar a coleta foram definidos: a) somente unidades noticiosas assinadas pelos veículos que contemplam o corpus empírico; b) apenas notícias que fazem referência à Tríplice Fronteira, envolvendo as três cidades juntas ou individualmente, publicadas em qualquer editoria; c) Optou-se por não definir um único termo como, por exemplo, fronteira, imigração, entre outros, para não restringir os assuntos que perfazem o ambiente fronteiriço.

Para codificação das unidades noticiosas será elaborado um Livro de Códigos, perfazendo as seguintes classificações: tamanho da notícia em parágrafo (pequena, média e grande), formato (notícia, reportagem e entrevista), fontes utilizadas (oficial, testemunhal, especializada, institucional, popular e documental), crédito das notícias publicadas (assinatura do jornalista, da redação, veículo), referências às cidades da fronteira e países citados.

Em seguida, os textos serão organizados numa tabela, separada por mês de coleta, com o objetivo de quantificar o número de notícias sobre a fronteira em cada veículo. Em outra tabela, será criada uma codificação por temas. Esta etapa considera uma abordagem quantitativa. Na sequência passa-se a uma leitura crítica do material coletado, utilizando-se da vertente qualitativa da Análise de Conteúdo para analisar, entre outros aspectos, fonte e angulação das notícias sobre a fronteira. Ainda como procedimento metodológico, este estudo também lançará mão de entrevistas com jornalistas dos três portais analisados.

### POSSÍVEIS RESULTADOS

Considera-se que este trabalho poderá, com seus resultados, contribuir com as pesquisas sobre a produção jornalística em regiões de fronteira, a partir dos seguintes desdobramentos: a) identificação das principais formas de representação da cultura de fronteira; b) diagnóstico das condições de produção jornalística na região observada; c) problematização do papel do jornalismo local frente ao agendamento temático da fronteira.

### REFERÊNCIAS

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

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

BAUER, Martin W. Análise de Conteúdo Clássica. In: BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa quantitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 189 – 217.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 34 – 68.

MEDITSCH, E. O Jornalismo é uma forma de conhecimento? In: SOUSA, Jorge Pedro: **Jornalismo: história, teoria e metodologia de pesquisa – perspectivas luso-brasileiras**. Porto: Edições UFP, 2008. p. 7 – 12.

MELO, José Luiz Bica. **Reflexões conceituais sobre fronteira**. In: CASTELLO, Iára Regina; KOCH, Mirian Regina; OLIVEIRA, Naia; SCHÄFFER, Neiva Otero;



## 1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

SILVEIRA, Ada Cristina Machado. **Conexões (Trans) fronteiriças:** mídia, noticiabilidade e ambivalência, Foz do Iguaçu: EdUnila, 2016

SCHUTZ, Alfred. **El Ciudadano bien informado.** Ensayo sobre la distribución social del conocimiento. In Estudios sobre teoría social. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2014.

**Uma reflexão por um jornalismo com perspectiva de gênero: a cobertura dos jornais do interior do Paraná sobre violência contra a mulher**

Mestranda: Naiara Namma Perdigão Persegona

Orientadora: Graziela Soares Bianchi

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo desenvolver caminhos para a produção de um jornalismo com perspectiva de gênero a partir das particularidades da cobertura jornalística do interior paranaense sobre violência contra a mulher. Para tanto, o recorte de material empírico corresponde a três meses de cobertura – de dezembro de 2017 a fevereiro de 2018 – dos portais de notícias Rede Sul, de Guarapuava e A Rede, de Ponta Grossa. O estudo está localizado na interface entre jornalismo e gênero, portanto a fundamentação teórica da dissertação compreende os conceitos de *newsmaking*, enquadramento, fontes e valor-notícia do jornalismo, e também, nos basearemos em uma perspectiva culturalista de gênero apoiada em relações de poder. O óculos teórico-metodológico utilizado para observar o objeto é a abordagem de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (1977).

**Palavras-chave:** Jornalismo. Gênero. Jornalismo de gênero. Violência contra a mulher.

**Tema e problema**

O tema desta pesquisa é o jornalismo e violência contra a mulher, mais especificamente como pensar o jornalismo com perspectiva de gênero a partir da análise da representação da violência contra as mulheres em jornais do interior do Paraná, no período de três meses: dezembro de 2017, janeiro e fevereiro de 2018. Como objeto empírico deste estudo foram escolhidos os portais de notícias Rede Sul, de Guarapuava e, A Rede, de Ponta Grossa. Nesse sentido, a temática está localizada na interface entre as áreas jornalismo e estudos de gênero.

O tema foi escolhido em vista de alguns aspectos de minha trajetória na graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e atualmente como bolsista do projeto Núcleo Maria da Penha de Guarapuava. Para situar melhor o leitor: como projeto experimental de conclusão de curso da graduação produzimos (eu e mais quatro estudantes) materiais educacionais de combate a violência contra a mulher a partir de relatos reais de

mulheres que sofreram todos os tipos de violência previstas na Lei Maria da Penha - física, sexual, moral, psicológica e patrimonial. Todos os produtos foram disponibilizados para a Secretaria Municipal de Políticas Públicas para Mulheres de Guarapuava e outras entidades que atuam na rede de combate a violência contra a mulher no Paraná.

Então, a professora orientadora do Florescer (nome que demos ao trabalho) inscreveu o nosso projeto para concorrer em um edital do Universidade Sem Fronteiras, no qual fomos contemplados, garantindo assim a continuidade da produção de materiais educacionais sobre violência contra a mulher, atualmente como projeto de extensão da Unicentro e carregando o nome de Florescer Núcleo Maria da Penha de Guarapuava. Desse modo, o tema jornalismo e violência contra a mulher me interessa desde o trabalho de conclusão da graduação e atualmente é também o meu objeto de trabalho diário, assim, estes são os principais motivos pelos quais este tema foi escolhido.

O nosso problema de pesquisa é composto por duas questões, sendo que a segunda depende dos resultados da primeira. Para resolver o problema, primeiro precisaremos responder "Como o tema violência contra a mulher é representado nos portais de notícias Rede Sul e A Rede?". Em seguida, partiremos para a segunda questão: "A partir das características das coberturas, como propor uma perspectiva de gênero que incorpore a prática jornalística?".

### **Objetivos**

Objetivo geral:

Desenvolver caminhos para a produção de um jornalismo com perspectiva de gênero a partir das particularidades da cobertura jornalística do interior paranaense sobre violência contra a mulher.

Objetivos específicos:

Identificar se os jornais contextualizam o tema violência contra a mulher e contribuem para esclarecer o assunto com uma perspectiva de gênero;

Apontar as características da cobertura dos portais, tais como: frequência com que o tema aparece, valor-notícia, enquadramentos, fontes e construção textual;

Analisar os traços da cobertura e a trajetória dos jornalistas dos portais Rede Sul e A Rede que produzem matérias sobre violência contra a mulher.



### **Bases teóricas**

Em relação ao jornalismo, vamos entendê-lo como uma das atividades responsável pela construção social da realidade e, para compreender as características da cobertura jornalística dos portais nos basearemos em conceitos de *newsmaking*, enquadramento, fontes e valor-notícia. Sobre o conceito de gênero, vamos interpretá-lo em uma perspectiva culturalista baseada em relações de poder.

O jornalismo - assim como a literatura e o cinema, por exemplo - proporciona, através de seu conteúdo, imersão em realidades distantes do “aqui e agora”, ou seja, é uma das maneiras de contato indireto com a realidade. Inclusive, grande parte do que sabemos sobre o que ocorre no mundo é através do jornalismo. Entretanto, para Lippmann "as notícias e a verdade não são a mesma coisa" e por este motivo precisam ser claramente distinguidas (LIPPMANN, 2009, p.304). Nesse sentido, as notícias carregam a função de sinalizar eventos através de versões interpretadas de recortes da realidade, que são consumidos diariamente pelo público, através de textos, imagens, sons. Pensando assim, Tuchman aponta que os informadores ocupam uma posição privilegiada como construtores da realidade social.

Regras e recursos como o poder, são distribuídos socialmente. O poder também é distribuído de forma desigual. Quando entram em conflito as intenções e interesses dos atores envolvidos, alguns deles têm à sua disposição mais recursos do que outros, incluindo o poder, para impor suas definições da situação. Alguns atores sociais têm, assim, uma capacidade maior para criar, impor e reproduzir significados sociais, para construir a realidade social. Os informadores (jornalistas) são um grupo com mais poder do que a maioria para a construção da realidade social. (TUCHMAN, 1983, p.221-222)

O poder distribuído socialmente aos jornalistas ressaltado por Tuchman é também percebido por Alsina, que defende que os jornalistas têm um papel social legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante (RODRIGO ALSINA, 2009, p.47).

Apesar da legitimação do papel do jornalista na sociedade, as empresas jornalísticas precisam renovar constantemente este contrato, para garantir a confiança no seu trabalho. Assim, para garantir tal credibilidade, a profissão se apoia em uma série de imperativos éticos profissionais e técnicas de produção que visam diminuir os erros. Tais técnicas jornalísticas são utilizadas no sentido de alcançar a maior objetividade jornalística possível. Para isso, Tuchman

(1972) observa que os jornalistas utilizam alguns procedimentos estratégicos, como: a apresentação de possibilidades conflitais, a apresentação de provas auxiliares, o uso judicioso das aspas, a estruturação da informação numa sequência apropriada.

Desse modo, a objetividade reivindicada pelos jornalistas na produção de notícias faz parte de um ritual que ajuda a cumprir as rotinas produtivas e a proteger os profissionais de possíveis "problemas" sobre o conteúdo. Esse ritual tem início no processo de produção da notícia e cada empresa jornalística carrega as suas particularidades – aspectos que serão observados no fazer jornalístico dos portais Rede Sul e A Rede na produção de conteúdos sobre violência contra a mulher.

Além do entendimento de jornalismo como construtor da realidade e do newsmaking - já abordados neste tópico - também utilizaremos como aporte teórico o conceito de enquadramento (e fontes e valor-notícia que ainda não serão apresentados neste projeto). Os estudos de Enquadramento proposto por Goffman estão fundamentados em analisar como os indivíduos organizam e classificam as suas experiências para dar-lhes sentido, ou seja, quando estão diante de uma situação quais elementos os indivíduos identificam como princípios de organização dos acontecimentos (GOFMANN, 1974, p.34).

Logo, as percepções individuais são estruturadas de modo a focar em aspectos particulares da realidade. No ato de atribuir significados aos acontecimentos, as pessoas focam em uma perspectiva, semelhante ao jornalismo que estrutura as notícias através de enfoques.

Ao promover enquadramentos, o jornalismo está colocando em ação mais do que a saliência de aspectos considerados relevantes para a interpretação dos acontecimentos narrados. Está neste processo a especificidade da sua participação nas dinâmicas de construção social da realidade. Em outros termos, os enquadramentos revelam as peculiaridades de cada veículo noticioso, em suas múltiplas inserções sociais, e por isso dizem para além de um componente operacional da lógica narrativa noticiosa. (CARVALHO, 2009, p.4)

Assim, a atividade que carrega o papel social legitimado de construtor da realidade se ocupa dos temas que fazem parte da vida cotidiana através de enquadramentos. Com frequência, os noticiários tratam de política, economia, entretenimento e uma infinidade de temas que são julgados como importantes para o público. Esta pesquisa tem como foco a representação que os jornais produzem sobre o tema violência contra a mulher.

Então, a partir deste tema torna-se indispensável - do nosso ponto de vista – que este trabalho seja embasado pelos estudos de gênero. Entendendo gênero a partir de uma perspectiva culturalista, ou seja, a palavra não faz referência a sexualidade biológica que carrega em sua essência o binarismo masculino e feminino, aqui, o termo gênero aponta para a ordem cultural baseada em relações sociais de poder como modeladora de mulheres e homens (MORAES, 1998, p.99).

A partir destes apontamentos, indicaremos brevemente a partir de autoras argentinas – Chaer e Santoro – exemplos para se pensar no jornalismo com perspectiva de gênero. Para Chaer (2007), a proposta não diz respeito apenas a temas como a violência contra a mulher, trata-se de uma perspectiva que atravessa todos os temas e seções dos jornais. A autora aponta duas perguntas quem devem ser feitas para saber se uma notícia deve ser encarada com enfoque de gênero: "1) O problema afeta a vida diária de uma ou várias partes da população? 2) Existem diferenças nessa área entre mulheres e homens?". Para Chaer, se a resposta para alguma dessas perguntas for positiva é pertinente que a matéria tenha uma perspectiva de gênero. (CHAER, 2007, p.126).

Santoro (2007) indica alguns encaminhamentos sobre jornalismo e gênero que estão sendo construídos com foco na prática jornalística e serão fundamentais para analisar a cobertura dos portais, além de contribuir para a construção de novos encaminhamentos para a produção do jornalismo com perspectiva de gênero. Um dos pontos levantados pela autora é sobre os valores-notícia utilizados pelos jornais. Para Santoro, se é o foco do jornal fazer um jornalismo com perspectiva de gênero é necessário agregar aos valores-notícia do jornal uma dimensão de gênero, questionando com perguntas como: "Como isso afeta homens e mulheres? Quais são as diferenças e especificidades? Onde estavam as mulheres quando isso acontecia com os homens e viceversa? O que acontece aos homens diante do que ocorre a suas parceiras?" (SANTORO, 2007, p. 139). Desse modo, cada eixo considerado valor-notícia pelo jornal teria agregado uma perspectiva de gênero, que se atenta principalmente ao impacto dos eixos na vida de homens e mulheres.

Para Santoro, a escolha das fontes é outro ponto importante que deve ser levado em consideração. A autora defende que as fontes ideais para um jornalismo com perspectiva de

gênero são justamente aquelas pessoas que trabalham com temas relacionados a gênero. E, por isso, ao escolher tais fontes, o meio de comunicação já assume um ponto de vista sobre as coisas, um posicionamento organizacional (SANTORO, 2007, p.141).

### **Metodologia**

A metodologia adotada é a Análise de Conteúdo e também técnicas de entrevista. A partir da observação do conteúdo, trabalharemos com categorias criadas à priori com o propósito de entender como a temática é abordada pelos portais. Entretanto, apenas a análise do conteúdo das notícias não nos apresentaria um resultado satisfatório sobre o fazer jornalístico da Rede Sul e da A Rede. Por isso, depois de fevereiro, quando teremos um arquivo constituído de materiais, observaremos (através das assinaturas das matérias) quais jornalistas de cada veículo produzem notícias sobre violência contra a mulher. E então, a partir disto, começaremos as entrevistas com os profissionais com o objetivo de entender suas trajetórias profissionais e como estes sujeitos agem dentro da estrutura jornalística a respeito deste tema.

### **Possíveis resultados**

A partir da observação de outros estudos em que foi analisada a representação da violência contra a mulher nos noticiários constatou-se que o tema geralmente é tratado de maneira superficial, sem contextualização e carregado de estereótipos. Por isso, acreditamos que, possivelmente, encontraremos elementos parecidos na cobertura dos portais Rede Sul e A Rede. Entretanto, como dito anteriormente, utilizaremos as particularidades (pontos positivos e possíveis falhas e vácuos) das coberturas para propor uma perspectiva de gênero que incorpore a prática jornalística, principalmente na revisitação da teorização sobre fontes e valor-notícia - ou seja, os encaminhamentos que pretendemos propor serão mais do que um guia ou um conjunto de dicas para jornalistas.

### **Referências**

CHAHER, Sandra. Medios masivos/ medios alternativos y redes de periodistas. In: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (orgs.). **Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género**. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007. p. 111-124.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. Contemporânea.** Vol. 7, nº 2, Dezembro 2009. Disponível em <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3701/2885>.

GOFMANN, Erving (1974). **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.** Petrópolis: Vozes, 2012. p. 23-44.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública.** Petrópolis: Vozes, 2009.

MORAES, Maria Lygia Quartim. **Usos e Limites da Categoria Gênero.** In. Cadernos Pagu. N. 11, 1998. p.99-105.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A Construção da Notícia.** Petrópolis: Vozes, 2009.

SANTORO, Sonia. La práctica del periodismo de género. In: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (orgs.). **Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género.** Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007. p. 137-152.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia.** Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona. Editorial Gustavo Gilli, 1983.

**Páginas em luta: produções da imprensa feminista brasileira de 1970 e 1980 como forma de conhecimento jornalístico**

Mestranda: Mariana Fraga da Fonseca

Orientadora: Karina Janz Woitowicz

**Resumo:**

Este anteprojeto de pesquisa tem como objetivo identificar, através da análise de reportagens cujas pautas sejam políticas públicas para mulheres, os jornais feministas das décadas de 1970 e 1980 *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres* e *Mulherio* como produções de jornalismo alternativo. Procura-se construir um panorama descritivo por meio de pesquisa bibliográfica e empírica do material desses veículos com o intuito de compreender as diferenças editoriais e dos contextos produtivos destes jornais, assim como identificar de que forma esses fatores influenciam a construção da abordagem desta temática. Espera-se, por meio deste anteprojeto, contribuir para a construção de uma compreensão sobre jornalismo alternativo e das políticas públicas para mulheres enquanto pauta relevante para o debate público por meio do olhar destas publicações.

**Palavras-chave:** jornalismo alternativo; movimento feminista; história da mídia; estudos de gênero; políticas públicas.

**Apresentação do tema e problema de pesquisa**

Durante as décadas de 1970 e 1980 os jornais *Brasil Mulher* (1975-1980), *Nós Mulheres* (1976-1978) e *Mulherio* (1981-1988), seguindo distintas orientações editoriais, publicaram as demandas das mulheres inseridas no contexto social e político do período ditatorial e de redemocratização, constituindo interpretações sobre aquela realidade. Em especial as reportagens voltadas para políticas públicas, ao proporcionarem debates e reivindicarem compromisso do Estado para com a população, caracterizavam estes veículos alternativos.

Reconhecendo que estes jornais pertencem ao âmbito do jornalismo compreendemos que estas publicações contribuíram para orientar os indivíduos e a própria sociedade no mundo real em seu contexto histórico (PARK, 2008). Defendendo a necessidade de entender que elementos caracterizam estes veículos enquanto produtoras de um jornalismo alternativo, este projeto de pesquisa parte da seguinte questão norteadora: Através de reportagens voltadas a temática de políticas públicas para mulheres, como os jornais *Nós Mulheres*, *Brasil Mulher* e *Mulherio* se caracterizam enquanto produções de jornalismo alternativo?

### **Objetivos**

O objetivo geral deste trabalho se concentra em identificar, a partir das características intrínsecas aos veículos e das reportagens voltadas para a temática de políticas públicas, de que forma os jornais feministas *Nós Mulheres*, *Brasil Mulher* e *Mulherio* de apresentam enquanto produções de jornalismo alternativo.

Especificamente, procuramos 1) compreender como os jornais retratavam as mudanças de perspectivas da agenda feminista do período em questão; 2) comparar as abordagens de reportagens voltadas para a temática de políticas públicas produzidas em cada veículo; e 3) verificar elementos que evidenciem a imprensa feminista alternativa enquanto produções de jornalismo alternativo.

### **Justificativa e pressupostos teóricos**

A necessidade de aprofundar os estudos sobre as tensões que circundam a temática das políticas públicas voltadas para as demandas das mulheres tem progressivamente aumentado. No contexto brasileiro atual, onde observamos uma preocupante e crescente onda conservadora que se apresenta como um obstáculo para avanços em diversos debates envolvendo direitos humanos, a pesquisa científica desenvolvida nas universidades tem o potencial de se tornar importante ferramenta de resistência aos retrocessos que ameaçam avanços nos direitos de minorias.

O protagonismo da pauta políticas públicas para mulheres na produção formal de conhecimento registrada pelo Portal de Periódicos da Capes<sup>7</sup> aponta a preocupação nacional da comunidade acadêmica de tornar esta temática parte de suas pesquisas, especialmente nas áreas de Ciências Humanas, Sociais Aplicadas e da Saúde. Entretanto, a baixa incidência de produções voltadas a este debate no âmbito do campo jornalístico indica uma lacuna científica a ser preenchida. Neste sentido, acreditamos que a temática de políticas públicas voltadas para mulheres pode ser compreendida a partir do campo do jornalismo, considerando esta uma ferramenta de reflexão social.

---

<sup>7</sup> Consulta realizada no portal dia 10 set. 2017 a partir de palavras-chave “políticas públicas”, “mulheres” e “gênero”.

Neste contexto, direcionar nossos olhares para produções da mídia alternativa é uma forma eficiente de interpretar estas demandas enquanto questões pertinentes historicamente e que não foram esgotadas ainda na atualidade. Voltamos nosso olhar especificamente para o conturbado Brasil das décadas de 1970 e 1980, períodos que se tornaram terrenos férteis para o aparecimento de publicações originárias de movimentos sociais. As diferentes militâncias que efervesciam no país sob o regime ditatorial recrutaram a imprensa alternativa como aliada no combate contra a repressão e a favor da busca por representatividade, originando veículos com conteúdos ricos e diversificados. Dentre os setores dessa resistência, o movimento feminista se destaca por sua sistematização e produtividade.

Primeiramente na década de 1970, sob forte influência dos ideais feministas europeus e estadunidenses, a militância conhecida por fomentar a segunda onda feminista<sup>8</sup> passou a ampliar suas demandas, trazendo para o debate público pautas como o trabalho feminino, a reivindicação por maior participação política, a liberdade sexual, a igualdade de direitos entre os gêneros, o direito ao aborto, a necessidade de instauração de políticas públicas para as mulheres, os diferentes tipos de violência cometidos contra elas, dentre outras.

Este período se caracterizou por fortes tensões entre a militância feminista e setores concentrados no combate à ditadura militar. As questões políticas eram centralizadoras dos debates e exigiram do movimento que priorizava mulheres flexibilizações que evitassem sua inviabilização completa, resultando na utilização do discurso marxista como norteador das publicações veiculadas pelo movimento – ferramenta que justificou sua relevância para outros grupos de esquerda (RAGO, 1995/1996).

Nesse contexto, o *Brasil Mulher* (1975-1980) e o *Nós Mulheres* (1976-1978) foram os principais jornais feministas produzidos. Ambos tinham como principal objetivo a conscientização sobre as demandas das mulheres a partir do protagonismo das trabalhadoras pobres, “respaldando-se numa linguagem marxista inicialmente destinada a pensar a luta entre as

---

<sup>8</sup> O período conhecido como segunda onda feminista é descrito por Joana Maria Pedro (2006) como a efervescência do movimento após a Segunda Guerra Mundial que “deu prioridade às lutas pelo direito ao corpo, ao prazer, e contra o patriarcado. Nesse momento, uma das palavras de ordem era: o privado é político” (PEDRO, 2006, p. 269).



classes sociais, e não precisamente a guerra entre os sexos” (RAGO, 1995/1996, p. 34), e publicavam conteúdos voltados à resistência a ditadura, em especial a conquista da anistia.

A mudança do cenário ocorreu com a chegada da década de 1980, descrita por Céli Pinto como “uma fase de grande efervescência na luta pelos direitos das mulheres” (PINTO, 2010, p. 17). O movimento se torna mais institucionalizado a partir da fundação de organizações não governamentais e as temáticas relacionadas aos direitos das mulheres se tornam gradativamente mais fragmentadas (WOITOWICZ, 2008).

Sob o olhar das pesquisas acadêmicas sobre mulheres que vinham sendo realizadas e inserido no contexto de decadência do regime militar e processo de redemocratização do país, o Coletivo de Mulheres do Departamento de Pesquisa da Fundação Carlos Chagas fundou o jornal *Mulherio* (1981-1988), que “é citado em vários trabalhos como herdeiro do *Brasil Mulher* e do *Nós Mulheres*, tanto pela agenda quanto pela maneira de fazer a comunicação entre os vários movimentos feministas espalhados pelo país” (FREITAS, 2014, p. 159).

A relevância destas publicações na organização da militância feminista nos contextos em que foram produzidas, para a imprensa alternativa brasileira e como registro histórico de um período caracterizado pela repressão, é fator decisivo para a eleição desse conteúdo como objeto de investigação. Para além desta reflexão, é importante salientar as contribuições que um resgate desta natureza traz para o contexto do jornalismo contemporâneo.

Enquanto campo social, “o jornalismo é um dos principais articuladores da produção dos saberes cotidianos que orientam a (e se orientam na) cultura<sup>9</sup>” (SILVA, 2010, p. 33). Como tal, Silva (2010) compreende que não é possível pensar sobre esse aspecto sem refletir, a partir disso, sobre o papel do jornalismo como ator fundamental da normatização social e, conseqüentemente, das representações de gênero instituídas por ela.

Essas publicações, portanto, para além de resistir de forma política em seu contexto de décadas atrás, construíram discursos contrários a normas patriarcais, aos papéis de gênero previamente determinados e priorizaram as pautas voltadas a demandas femininas, exaltando o

---

<sup>9</sup> O conceito é compreendido por Silva (2010) como o conjunto de regras, hábitos e valores que são historicamente construídos numa sociedade e que a regem.

protagonismo das mulheres. Em articulação com este fator, o recorte da temática das reportagens analisadas se volta para políticas públicas, conceito definido como:

[...] diretrizes e princípios norteadores de ação do poder público. Ao mesmo tempo, se transformam ou se organizam em regras, procedimentos e ações entre o poder público e a sociedade: em outras palavras, são relações/mediações entre atores da sociedade e os do Estado (SPM, 2012, p. 2).

Para além de tratar de forma mais abrangente a temática de políticas públicas, há necessidade emergencial de se explorar com especificidade a pauta das políticas públicas para mulheres e/ou com preocupação com as questões de gênero, conceito aqui compreendido como iniciativas que incluem mulheres como parte do público que será beneficiado como foco específico ou como um segmento atendido por ações governamentais mais abrangentes (FARAH, 2004), considerando a significativa representação da temática nas reportagens produzidas pelos veículos *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres* e *Mulherio*.

É através deste recorte empírico que este trabalho pretende construir uma compreensão dos veículos elencados enquanto jornais alternativos, produções do âmbito jornalístico que, embora possuam características singulares e se mostrem claramente articuladas com contextos de militância, ainda apresentam características do campo do jornalismo e, portanto, devem ser reconhecidas como legítimas.

### **Metodologia**

A metodologia empregada nesta pesquisa procura concentrar-se nos aspectos qualitativos das observações empíricas que serão realizadas sobre as reportagens analisadas. O esforço perpassa a tentativa de aplicar uma perspectiva menos instrumentalista do objeto, articulando característica do próprio jornalismo como norteadoras de possíveis categorias de análise que serão elaboradas tendo em vista elementos como a temática, abordagem, fontes, linhas editoriais e narrativas.

Para tanto, pretende-se executar uma observação empírica que direcione seu olhar para características peculiares dos jornais que devem aparecer de acordo com a evolução do processo exploratório, tendo em vista o contexto das publicações e as particularidades de cada veículo.

### **Possíveis resultados**

Acredita-se que como possíveis resultados desta dissertação obteremos análises em profundidade dos jornais que compõem o objeto de pesquisa, bem como da própria temática políticas públicas e de como ela foi sendo construída pelos veículos. Especialmente, espera-se que este trabalho contribua para a defesa das produções alternativas feministas construídas no contexto de militância enquanto uma forma de fazer jornalismo.

### **Referências bibliográficas**

FARAH, Marta Ferreira Santos. Gênero e Políticas Públicas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 12 (1): 47-71, janeiro-abril/2004. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2004000100004/7943>>. Acesso em: 18 set. 2017.

FREITAS, V. G. O Jornal Mulherio e sua agenda feminista: primeiras reflexões à luz da teoria política feminista. **História, histórias**. Brasília, vol. 2, n. 4, p. 149-166, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/hh/article/view/11436>>. Acesso em: 18 set. 2017.

PARK, R. E. A Notícia como Forma de Conhecimento: um capítulo da Sociologia do Conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **A Era Glacial do Jornalismo**. vol 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PEDRO, Joana Maria. **Narrativas fundadoras do feminismo: poderes e conflitos (1970-1978)**. Revista Brasileira de História. São Paulo, Anpuh, n.52, vol. 26, 2006. p. 249-272.

PINTO, C. Feminismo, História e Poder. **Revista de Sociologia e Política**. Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2017.

RAGO, M. Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós) modernidade no Brasil. **Cadernos AEL**, n. 3/4, 1995/1996. Disponível em: <[http://segall.ifch.unicamp.br/.../cadernos\\_a.../article/view/151](http://segall.ifch.unicamp.br/.../cadernos_a.../article/view/151)>. Acesso em: 18 set. 2017.

SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. **Políticas Públicas para as Mulheres**. Brasília: 2012. Disponível em: <[http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2012/politicas\\_publicas\\_mulheres](http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2012/politicas_publicas_mulheres)>. Acesso em: 18 set. 2017.

SILVA, M. V. **Masculino, o Gênero do Jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias**. 2010, 250 f. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Informação) –



## 1º Seminário de Pesquisa em Jornalismo do MsJor

[8 e 9 de agosto de 2017 – UEPG Central – Ponta Grossa]

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul,  
Porto Alegre, 2010. Disponível em:  
<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25629/000753018.pdf?sequence=1>>.  
Acesso em: 18 set. 2017.

WOITOWICZ, K. J. Páginas que resistem - A imprensa feminista na luta pelos direitos das  
mulheres no Brasil. In: **Anais do VI Congresso Nacional de História da Mídia**, 2008,  
Niterói/RJ. VI Congresso Nacional de História da Mídia - 200 anos de mídia no Brasil.  
Niterói/RJ: Universidade Federal de Niterói, 2008. Disponível em:  
<<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Paginas%20que%20resistem%20A%20imprensa%20feminista.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2017.

## **Relações editoriais na crítica musical de revista**

Mestrando: Fernando Lopes

Orientadora: Karina Janz Woitowicz

### **RESUMO**

A partir de parâmetros do jornalismo como atualidade, periodicidade, universalidade e publicidade, além de elementos do jornalismo opinativo e do jornalismo cultural, esta dissertação pretende delimitar os elementos que definem a crítica musical enquanto gênero jornalístico com especificidades próprias, com o intuito de desenvolver categorias de análise para a observação empírica dos espaços de crítica musical das revistas semanais *Veja*, *IstoÉ* e *Carta Capital*. Esta análise tem como objetivo apresentar uma radiografia do estatuto da crítica musical contemporânea no jornalismo em revista do país.

**Palavras-chave:** crítica musical, jornalismo em revista, jornalismo cultural.

### **TEMA**

Este projeto de dissertação tem como tema a crítica musical. Em termos mais específicos, a crítica musical e o espaço por ela ocupado enquanto gênero jornalístico na contemporaneidade. Espaço, aqui, é compreendido em sentido *lato*, perpassando, além do espaço físico em si, a hierarquia deste objeto em editoriais de cultura, suas especificidades, quem são seus produtores, enfim, o estatuto contemporâneo da crítica.

Logo de início, há a necessidade de posicionamento do conceito de crítica: nesta dissertação, o esforço inicial é a definição de crítica enquanto um gênero jornalístico, que se distingue estruturalmente de outros formatos recorrentes em editoriais de Cultura, tais como notas, agenda e recomendações<sup>10</sup>. Neste sentido, vamos na contramão de outros autores, o que será melhor detalhado ao falarmos sobre o estado da arte.

---

<sup>10</sup> Embora estas possam trazer elementos da crítica cultural, são, via de regra, elogiosas. A mera escolha de uma obra para figurar como recomendação pressupõe algo valorado positivamente.

Uma das premissas para a escolha deste objeto é a crença apriorística nas especificidades da crítica musical. Em outras palavras, acreditamos que a crítica musical constitui um gênero próprio, ou, se preferível, um subgênero da crítica cultural, diferenciando-se estruturalmente da crítica literária, cinematográfica, de teatro etc. Falamos em “crença” porque, neste momento, o que temos é somente uma percepção exploratória destas especificidades. Para que isto se confirme cientificamente, o objeto passará pelo crivo de categorias de análise que serão posteriormente desenvolvidas. A identificação de elementos próprios do (sub)gênero crítica musical se baseará em parâmetros do jornalismo, tais como atualidade, periodicidade, universalidade e publicidade (GROTH, 2011).

Estes parâmetros, entretanto, já não nos parecem suficientes, dada a sua amplitude. Assim sendo, recorreremos também a definições mais específicas, recorrendo a princípios do jornalismo opinativo (MELO, 2003) e do jornalismo cultural (GADINI, 2009; FARO, 2014).

### **Esboços do estado da arte**

Em pesquisa pelo termo “crítica musical” no Banco de Teses e Dissertações da Capes, foram encontrados 51 trabalhos. O refinamento dos resultados, através da observação dos detalhes de cada um deles, apresentou 13 dissertações e teses que tratam de crítica musical, sem diferenciação por área de conhecimento. Ao observarmos exclusivamente os trabalhos da área de comunicação, os resultados são reduzidos a sete.

Em busca na Scientific Electronic Library Online (SciELO), foram encontrados 65 resultados em português com o termo “crítica musical”. Destes, nenhum trata diretamente sobre crítica musical.

Para além do volume de publicações, também é necessário compreendermos em que momento o desenvolvimento de pesquisas sobre o tema se encontra. Devido à inviabilidade de tempo, neste momento da pesquisa, para análises mais detidas sobre as obras encontradas, apresentamos alguns elementos trazidos por Schoenherr (2005) sobre o estado da arte da crítica musical, reconhecendo, de antemão, o *gap* de doze anos entre o período em que a pesquisa foi publicada e o momento de feitura deste trabalho.

De acordo com o autor,

quando se fala em crítica de cultura em jornais (de cinema, literatura, música, etc.), fala-se dos problemas da crítica, de sua precariedade. Pinta-se uma atmosfera desanimadora, um cenário de crise devido ao suposto desaparecimento da crítica, repleto de queixas. (SCHOENHERR, 2005, p. 24)

Ao falar diretamente sobre a pesquisa acadêmica em crítica musical, o autor identifica

uma tendência a se enfatizar muito mais como essa atividade deveria ser do que propriamente como ela se realiza. Em alguns momentos, os textos ganham forma de recomendações, conselhos, se valem de exemplos e ilustram os passos para se fazer uma crítica em jornal. (SCHOENHERR, 2005, p. 28)

Embora estes poucos apontamentos sejam insuficientes para a definição do estado da arte sobre crítica cultural, já é possível encontrar indícios de que o tema vem sendo tratado de maneira distinta daquele proposto por esta dissertação. Assim sendo, ao menos em um primeiro momento, nos parece que o direcionamento deste projeto apresenta contribuições relevantes para o tema.

### **PROBLEMA**

Há, no senso comum do jornalismo cultural, a alegação da “morte da crítica”. Esta perspectiva é refutada por Schoenherr (2005), que defende que, na verdade, o que tem ocorrido nas últimas décadas é o desaparecimento de uma certa maneira de se fazer crítica musical. O autor defende uma perspectiva mais ampla de crítica jornalística,

“seja na forma de noticiário, avaliação de obras, agenda de eventos, colunismo, notas informativas, destaques até mesmo na programação televisiva, entre tantas outras modalidades. (...) A depender da situação uma nota em certa coluna vale então como crítica, um editorial pode também realizar a crítica” (SCHOENHERR, 2005, p. 9)

Embora concordemos com os conceitos apresentados pelo autor, que encara a crítica jornalística como “um sistema de retorno muito maior e mais complexo sobre o mundo da música”, nossa pretensão inicial é a categorização de “crítica” enquanto gênero jornalístico. Portanto, embora com concepções relativamente similares, os dois trabalhos possuem finalidades distintas. Esta defesa apriorística se dá porque, logo de início, parece necessário afunilar a concepção sobre o amplo e ambíguo termo “crítica”.

A partir desta definição, e se possível fosse resumir as intenções desta pesquisa em uma única pergunta, esta seria: “Como se pratica crítica musical na contemporaneidade?”. Esta pergunta envolve formatos, abordagens, tensões com o campo cultural, características dos produtores de críticas musicais, enfim, há um sem-número de caminhos possíveis de desdobramentos para esta questão – e, certamente, não é a intenção deste trabalho responder a todas elas.

A pergunta acima apresentada sugere também nossa busca por um panorama da crítica musical contemporânea, mais no sentido “radiográfico” de Machado (2004) do que no “arqueológico” de Giron (2004). Para a operacionalização desta questão, o *corpus* de análise envolverá três revistas de circulação semanal: Veja, IstoÉ e Carta Capital. No caso específico da Veja, a escolha se deu por um reconhecimento prévio, de caráter exploratório, da relevância da editora de música na revista, presente desde sua primeira edição (embora ausente em alguns momentos - o que também poderá nos fornecer algumas pistas sobre a atual condição da crítica musical). As outras revistas semanais presentes no *corpus* de análise foram selecionadas com o intuito de cobertura de diferentes espectros ideológicos (no caso da Carta Capital) e para fins comparativos (no caso de ambas). Assim, busca-se evitar um estudo de caso da revista Veja.

### **OBJETIVOS**

Identificar as características da crítica musical contemporânea, suas aproximações e distanciamentos com a “epistemologia da crítica” – que envolve democratização do conhecimento e caráter reflexivo (ANCHIETA, 2009) -, além de identificar quem é o profissional “crítico de música”, de modo a problematizar a especialização no jornalismo. A partir das publicações selecionadas para a pesquisa, objetivamos identificar o espaço atualmente ocupado pela crítica no jornalismo em revista no Brasil.

### **BASES TEÓRICAS**

A arqueologia da crítica nos folhetins brasileiros, apresentada por Luís Antônio Giron (2004) em *Minoridade Crítica*, surge como referência histórica. A definição da crítica musical enquanto gênero jornalístico terá apoio na obra de José Luiz Braga (2006), que define



parâmetros da crítica jornalística de cinema (que, com derivações e ajustes, poderão ser aplicados na crítica musical). Também serão pesquisados os princípios do jornalismo, apresentados por Groth (2011), além das especificidades do Jornalismo Cultural. As tensões entre o campo cultural e o campo midiático terão contribuição de Schoenherr (2005).

## **METODOLOGIA**

Em termos metodológicos, o principal esforço é definir categorias de análise que permitam definir o conceito de crítica e identificar suas principais marcas enquanto gênero jornalístico. Que elementos devem estar presentes para que um texto se configure enquanto crítica musical? A definição destas categorias terá inspiração nos princípios propostos por Otto Groth (2011), bem como no jornalismo opinativo (MELO, 2003) e no jornalismo cultural (GADINI, 2009; FARO, 2014). Inicialmente, a intenção não é analisar os textos em uma perspectiva discursiva. A metodologia a ser desenvolvida, portanto, está muito mais próxima de uma análise dos formatos assumidos pela crítica e não de seu conteúdo, o que será delineado por meio de uma pré-observação do material empírico da pesquisa. Por fim, serão realizadas entrevistas com profissionais da crítica identificados após a coleta do material.

## **POSSÍVEIS RESULTADOS**

O resultado esperado desta dissertação é oferecer um panorama da crítica musical contemporânea, mais no sentido “radiográfico” de Machado (2004) do que no “arqueológico” de Giron (2004), tendo como objeto as revistas semanais de informação. A partir da análise dos espaços de crítica musical, serão traçados e problematizados os aspectos que caracterizam a crítica enquanto um gênero jornalístico. Em termos comparativos, quando recorrermos à história da crítica no Brasil, também será possível observar cientificamente se a propagada perda de espaço da crítica cultural realmente se confirma nos dias atuais.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ANCHIETA, Isabelle. **Jornalismo Cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura.** In: **Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências.** Adriana Pessatte Azzolino (org.). São Paulo: Miró Editorial, 2009.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática.** São Paulo: Paulus, 2006.

FARO, J. S. **Apontamentos sobre jornalismo e cultura.** São Paulo: Buqui, 2014.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro.** São Paulo: Paulus, 2009.

GIRON, Luís Antônio. **Minoridade Crítica: A ópera e o teatro nos folhetins da corte: 1826-1861.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais.** Petrópolis: Vozes, 2011.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.** 3.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

SCHOENHERR, Rafael. **Disputas sociais na crítica musical jornalística: o potencial polêmico da Folha de São Paulo.** Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2005.

### **Crítica de Mídia: análise dos textos do Observatório de Imprensa**

Mestranda: Vanessa C. A. T. Hrenechen

Orientadora: Sérgio Luiz Gadini

**RESUMO:** O Observatório da Imprensa, lançado em 1996, surgiu como projeto dentro do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Criado pelo jornalista Alberto Dines, o site é movimentado a partir da colaboração de internautas que produzem e enviam textos para a publicação. Segundo Wania Bittencourt e Gislene Silva (2015), o *Observatório da Imprensa* (OI) é uma das iniciativas mais conhecidas e persistentes de crítica no Brasil. Loures (2008, p. 169) descreve o site como “a experiência de crítica de mídia que alcançou até o momento maior visibilidade na sociedade brasileira”, podendo ser reconhecido como o “pioneiro na prática sistemática do *media criticism*”. Para Braga (2006), Observatório da Imprensa tem uma linha crítica que se caracteriza principalmente por uma intenção de “correção do erro”, que envolve um conjunto de valores e critérios sobre o que seria o bom exercício do jornalismo. Essa perspectiva, conforme aponta o autor, demarca-se como um ponto de vista militante. Característica reforçada por Guerra (2007), que afirma: “a consolidação do Observatório da Imprensa, fundado em 1996, mobilizou os espíritos reflexivos e críticos em relação ao acompanhamento da atividade jornalística, inspirou também o ambiente acadêmico a fazer parte deste projeto que, sabemos todos, hoje, nunca mais nos deixou ler jornal do mesmo jeito”. Mas até que ponto os textos enviados pelos colaboradores ao site realmente fazem uma análise crítica dos produtos jornalísticos veiculados pelos meios de comunicação e/ou a defesa de valores profissionais do jornalismo? E em que medida o site cumpre com a proposta de ser um dispositivo crítico, pluralista e democrático? A partir da análise de conteúdo, os textos publicados no Observatório da Imprensa serão estudados e avaliados de acordo com critérios específicos que definam o que pode ser considerado Crítica de Mídia.

**Palavras-chave:** Crítica de Mídia; Observatório da Imprensa; Jornalismo e Democracia.

**Tema:** O Observatório da Imprensa como espaço de crítica de mídia.

**Problema de Pesquisa:** O que há de crítica de mídia no Observatório da Imprensa?

**Objetivos Gerais:** verificar a existência de crítica de mídia nos textos publicados no Observatório da Imprensa.

**Objetivos Específicos:** definir o que é crítica de mídia;

Abordar o papel e a importância da crítica de mídia na reflexão de valores, crenças e normas do campo jornalístico;

Analisar a Crítica de Mídia e o Jornalismo a partir das suas funções sociais e democráticas;

Entender a organização e os critérios de seleção dos textos enviados ao Observatório da Imprensa;

Analisar os textos do site e classificá-los de acordo com a definição de crítica de mídia realizada na dissertação;

**Bases Teóricas:** a pesquisa será embasada no paradigma do construtivismo e visará identificar se os textos publicados no Observatório da Imprensa realizam crítica de mídia. O jornalismo será abordado pela perspectiva da Teoria Democrática, para a qual a sua razão de ser está fundada no exercício da cidadania e na construção da memória pública. Dessa forma, o jornalismo possui um vínculo declarado com os valores que sustentam a ordem democrática, tais como liberdade, justiça social, equidade e bem público.

Por outro lado, são conhecidos os problemas de relação entre o jornalismo e os poderes políticos e econômicos, a ponto de se poder dizer que o jornalismo é uma prática que autoriza a apropriação do espaço público pelos mais variados grupos de interesses (MARTINS, 2010). O meio jornalístico atual é um cenário complexo de interesses que muitas vezes se distanciam das normas e dos princípios éticos da profissão.

Por isso, é importante a existência de dispositivos, tais como o Observatório da Imprensa, que se proponham a fazer crítica de mídia e levantem a discussão sobre o trabalho

realizado pelos jornalistas, as suas ideologias e as transgressões éticas-deontológicas que cometem, contribuindo, dessa forma, para a reflexão múltipla e diversificada dos produtos jornalísticos e sobre a responsabilidade social do jornalismo.

Outras questões a serem trabalhadas na pesquisa é a evolução histórica do conceito de crítica de mídia, as particularidades desta atividade e do seu respectivo produto.

**Metodologia:** A pesquisa será qualitativa, com a aplicação dos seguintes métodos: revisão bibliográfica, observação e definição das principais características do Observatório da Imprensa, entrevista semi-estruturada, análise de conteúdo e classificação dos textos.

Um dos objetivos da revisão bibliográfica é explicar o jornalismo a partir da Teoria Democrática, partindo da concepção de que a sua principal função é cobrir fatos de interesse público por meio da divulgação de informações relevantes para a sociedade. E para entender a evolução do termo e da prática de crítica de mídia, haverá também uma revisão bibliográfica para definir as características principais desta atividade e dos seus produtos.

É importante ressaltar que o Observatório da Imprensa funciona como um espaço aberto de debate e produção coletiva, a partir da contribuição de múltiplos autores com opiniões e pontos de vista diferentes. Nesse sentido, é necessário questionar a característica dos materiais que são enviados ao site e se o conteúdo realmente tem função crítica, gerido por argumentos e reflexões que tragam à tona importantes questões epistemológicas do campo. Além do objetivo inicial, tal percurso permitirá visualizar a característica principal dos textos voltados à crítica de mídia e levantar discussões a respeito da legitimação social do jornalismo, dos valores compartilhados pelo grupo, do discurso profissional, das contradições da área, além de outras questões relacionadas ao exercício da profissão.

Para a compreensão do que vêm sendo estudado a respeito do assunto, também será feito um levantamento das pesquisas a respeito do Observatório da Imprensa, com o objetivo de verificar o estado da arte e identificar como esta pesquisa pode contribuir para o campo jornalístico e para a sociedade em geral.

O próximo passo será analisar o Observatório da Imprensa e definir as principais características do site, as particularidades de cada seção, o número médio de publicações por edição e os principais agentes que produzem para o site. Este levantamento auxiliará na próxima

etapa, quando será feita uma entrevista semi-estruturada com o Editor responsável, Alberto Dines, com o intuito de compreender os critérios que utiliza para produzir crítica de mídia e se a sua percepção mudou ao longo dos anos e com o Editor chefe, Pedro Varoni, para entender como ocorre o processo de seleção dos textos que são enviados pelos colaboradores ao Observatório da Imprensa e também quais são os critérios utilizados para destinar estes textos às seções específicas (16 ao todo).

Conforme explica Manzini (1991), a entrevista semi-estruturada esta focada em um assunto sobre o qual se confecciona um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Nesse sentido, é possível um planejamento para a coleta de informações, a partir da elaboração e um roteiro que auxiliará o pesquisador a respeito das questões centrais a serem abordadas ao longo da entrevista, sem que as respostas do entrevistado fiquem condicionadas apenas às questões fechadas.

Por fim, será realizada a Análise de Conteúdo (AC) que segundo Martin Bauer (2000) é um método de apreciação de textos desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas e uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada. A análise de conteúdo, muitas vezes, implica em um tratamento estatístico das unidades de texto. Através da reconstrução de representações, os analistas de conteúdo inferem a expressão dos contextos, e o apelo através desses contextos.

Para Becker (1997) a análise de conteúdo é uma técnica de tratamento de informação que pode integrar-se em qualquer dos grandes tipos de procedimentos lógicos de investigação e servir igualmente os diferentes níveis de investigação empírica. O autor ressalta que a análise de conteúdo é hoje uma das técnicas mais comuns utilizadas pelas diferentes ciências humanas e sociais e exige maior explicitação dos procedimentos aplicados.

O material sujeito à análise de conteúdo é concebido como o resultado de uma rede complexa de condições de produção, cabendo ao analista construir um modelo capaz de permitir inferências sobre uma ou várias dessas condições de produção (BECKER, 1997). Nesse sentido, a partir da definição clara do que é crítica de mídia, serão definidos critérios para a análise e classificação dos textos publicados no Observatório da Imprensa.

O exame dos textos publicados no site permitirá discorrer: a) a respeito de normas, valores, crenças e questões éticas do campo jornalístico; b) sobre a importância da crítica de mídia ao tensionar processos e produtos midiáticos que podem levar ao esclarecimento e percepção ampliada do trabalho dos jornalistas; c) sobre a necessidade da valorização da dimensão crítica no processo de democratização das comunicações e consequente fortalecimento do Direito Humano à Comunicação.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BECKER, Howard S. **Métodos da pesquisa em ciências sociais**. 3ed. São Paulo, Hucitec, 1997.

BITTENCOURT, Wania; SILVA Gislene. **Apontamentos históricos sobre crítica de mídia noticiosa**. 2016. Revista: *Novos Olhares* - Vol.4 N.2. 2015.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Rede Nacional de Observatórios de Imprensa, um panorama inicial**. Observatório da Imprensa, edição 438. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/rede-nacional-de-observatorios-de-imprensa-um-panorama-inicial/>> acesso em: 20 de abril de 2017.

LOURES, A. C. C. **Pequena história da crítica de mídia no Brasil**. In: CHRISTOFOLETTI, R.; MOTTA, L.G. (Orgs.). *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. São Paulo: Paulus, 2008.

MANZINI, E.J. **Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros**. In: *Seminário Internacional sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos*, 2004, Bauru. *A pesquisa qualitativa em debate*. Anais... Bauru: USC, 2004

MARTINS, Moisés de Lemos. **Jornalismo e sonho de comunidade**. In: OLIVEIRA, Madalena. *Metajornalismo, quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Grácio Editor, 2010.

## **A produção das assessorias de imprensa dos sindicatos em período de crise**

Mestrando: Rafael Buiar

Orientadora: Cíntia Xavier

### **TEMA/PROBLEMA**

O ano de 2016 foi um dos momentos de crise, em que o país passou por um período de instabilidade na economia e na política, e por isso, vários movimentos sociais se manifestaram contra o atual governo. Os principais temas abordados neste período de crise, e que dentre estes momentos ocorreram greve de categorias, foram o processo de privatização de empresas públicas, reforma da previdência, a lei da terceirização e alguns dos tópicos que têm impactos na Educação pública e são considerados como ataques aos direitos sociais já conquistados nas últimas décadas no Brasil. Em meio a isso, para divulgar e expandir a causa, os movimentos sociais têm utilizado o serviço de assessorias de imprensa por meio das novas tecnologias, como uma das principais maneiras de informar, mobilizar e até provocar o agendamento à mídia. Assim, a informação produzida e divulgada pela sociedade organizada apresenta-se como um complemento para o que circula nas mídias noticiosas. Diante deste cenário, o projeto de pesquisa irá identificar quais foram as preocupações das assessorias de imprensa na produção neste período de crise na rede social Facebook e também nos sites próprios do sindicato e suas subseções..

### **OBJETO**

Na presente pesquisa selecionamos como objeto **a produção das assessorias de imprensa em seus sites próprios e as fanpages do sindicato que representa os docentes que trabalham no ensino superior no Brasil e as suas subseções** para analisar e verificar como foi a produção das assessorias de imprensa em período de crise. Fato que não foi possível em duas subseções que estavam previstas para a nossa análise inicial, como a Associação dos Docentes da Universidade de São Paulo (ADUSP) e a Seção Sindical Associação dos Docentes da



Universidade Federal do Rio de Janeiro (ADUFRJ). O sindicato selecionado para esta pesquisa é o ANDES, com quatro subseções - Seção Sindical dos Docentes da Universidade Federal de Santa Maria (SEDUFMSM); Seção Sindical da Universidade Estadual de Ponta Grossa (SINDUEPG); Associação dos Professores da Universidade Federal do Paraná (APUFPR) e Seção Sindical dos Docentes da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (SINDUTF).

Mesmo sabendo que dentre as subseções escolhidas, duas são de esfera federal e duas estadual, mas o que iremos analisar será a produção que foi realizada neste período de recorte e não as causas de governo que proporcionaram o momento de crise e de greve. Para além das características e situações idiossincráticas as publicações têm padrões que se orientam para um possível jornalismo sindical. Além disso, a organização complexa do sindicato nacional que congrega seções sindicais de variadas instituições de ensino superior em todo o país.

### **HIPÓTESE**

Com o fenômeno das novas tecnologias, as assessorias de imprensa se apropriaram de dispositivos que possibilitaram oferecer/circular com maior abrangência as suas notícias em seus sites próprios e também com a expansão nas redes sociais, em especial o Facebook no Brasil, pois é a rede social que mais usuários possuem em relação as demais. Devido a isso, o público interessado pode ter informações referentes a mobilização e o período de crise por meio da assessoria de imprensa do sindicato e suas subseções. Nesta perspectiva, há um padrão de publicação jornalística para o enfrentamento dos períodos de crise nas diversas mídias que os sindicatos se apropriam.

### **OBJETIVOS**

Analisar como o sindicato e as suas subseções na produção em seus determinados locais de armazenamentos de informações na internet – sites e redes sociais (Facebook) para responder qual foi a preocupação das assessorias de imprensa na produção em período de crise. Teremos como objetivos específicos. 1) identificar as estratégias da comunicação utilizadas pelos

sindicatos neste período. 2) comparar as abordagens do sindicato e suas subseções em relação as temáticas: paralisações, greve e denúncia ao governo e 3) compreender se o jornalismo sindical contribui para a sociedade específica referente a mobilização no período de crise.

### **JUSTIFICATIVA**

Nos últimos anos, a internet proporcionou várias mudanças no cenário de comunicação. Devido a isso, as assessorias de imprensa passaram a utilizar este espaço para expandir as informações/notícias, já que assim, com a tecnologia determinando um modo de mediação, conforme SODRÉ, o *bios* midiático surge possibilidades de circulação de notícias no meio social. Ou seja, são possibilidades de comunicar para públicos por meio destas tecnologias. Em meio isso, observar como o processo de produção e qual a preocupação neste sentido de crise. Neste caso, os sites e as redes sociais contribuem para atuação das assessorias de imprensa, e por isso, como estas ferramentas são utilizadas para ‘impulsionar’ a informação/notícia, levando em conta as tensões do campo de disputa no qual se encontram.

A escolha do Facebook é que a rede social mais utilizada e que tem maior número de usuários no Brasil, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Na pesquisa realizada em 2014 há um levantamento em que são apresentados os 20 sites, blogs e redes sociais mais citados pelos entrevistados (BRASIL, 2014). Mesmo assim, destacamos que as novas tecnologias de comunicação também têm seus limites, pois é necessário um uso adequado destas ferramentas para que a mensagem/informação seja eficiente com o público.

### **REFERENCIAL TEÓRICO**

De princípio, esta pesquisa, tem o propósito de contribuir com os estudos sobre a produção das assessorias de imprensa do sindicato e as suas subseções diante as novas tecnologias. Ou seja, a investigação será fundamentada nos conceitos de assessoria de imprensa, na construção da notícia e nas novas tecnologias que influenciam e ajudam na produção do jornalismo online.

Nesta perspectiva, dentro desse processo de construção de discurso sobre acontecimentos, os assessores de imprensa inserem como parte do processo de produção. A partir da seleção dos fatos e sua construção como notícia, trabalham com uma série de técnicas para também construir produtos jornalísticos. As assessorias de imprensa são elementos envolvidos na "linha de montagem" das notícias. Neste ponto, em essência, no Brasil, assessores são profissionais que trabalham para significar o mundo a partir das narrações jornalísticas. (MOLLETA, 2016).

Partindo deste pressuposto, podemos observar que o esforço das assessorias de imprensa é o de produzir discursos que componham narrações jornalísticas dos acontecimentos relacionados com a fonte/instituição para qual trabalham e a partir disso, as estratégias desenvolvidas pelas assessorias de imprensa convergem para um fim específico. Ou seja, de construir os acontecimentos pelo discurso jornalístico. Com o domínio de técnicas específicas, o jornalista em assessoria de imprensa atua para participar da construção de discursos, realizando operações enunciativas e oferecendo sentidos aos acontecimentos de sua instituição. (MOLLETA, 2016)

Em um contexto histórico, o serviço da assessoria de imprensa nasce nos Estados Unidos no início do século XX como uma estrutura que presta serviços para jornalistas e empresas jornalísticas (Apud WEY, 1985, p.31), atendendo aos interesses do assessorado na produção da notícia, com objetivo de controlar a informação que chega ao público por meio da imprensa de massa. Por isso, pode-se dizer, que as assessorias de imprensa antes atuavam nos bastidores da produção da notícia e com estas novas estruturas, proporcionada pelo momento que estamos e principalmente com as novas tecnologias, atuam no mesmo palco que a imprensa tradicional. Desta maneira, o potencial de alcance destas assessorias será determinado pela capacidade simbólica de atuar.

Com isso, em um processo de expandir e na tentativa de agendar os meios, os sites institucionais e redes sociais representam – na perspectiva estruturante, a ultrapassagem de um limite que sem as mídias digitais era mais dificilmente superada. No cenário atual de midiaticização, a emissão e produção de notícias estão despolarizados e os meios não tem mais o monopólio da produção informativa.

Nesta perspectiva com o objeto desta pesquisa e com as novas tecnologias, a possibilidade de divulgar conteúdos informativos originados dentro do movimento social aparece como uma oportunidade de fornecer à população um outro olhar sobre os momentos de mobilização, além do que é enquadrado pela imprensa, já que o enquadramento e agendamento de atributos ganham manchetes e chamam a atenção das pessoas somente para certos aspectos (MCCOMBS, 2009, p.139). Portanto, essa atuação da assessoria de imprensa sindical, próxima atuação nos elementos/princípios do jornalismo, pode, inclusive, ser uma maneira de manter a importância da mobilização na agenda pública e também midiática, com a produção em seus próprios sites e redes sociais.

O veículo de comunicação da classe trabalhadora – quer seja representante de sindicato ou de partido – não tem proprietário, e sua mensagem não é uma mercadoria a ser consumida; seu conteúdo é resultado do conjunto de informações, preocupações, proposto etc. produzido pela coletividade e para ela mesma. Ou seja, o jornal é um instrumento de informação, conscientização e mobilização; o receptor não é um elemento passível, mas alguém que tem interesses comuns e participa da mesma forma de organização. (FERREIRA, Apud BARROS e CARVALHAL, 2013, p.181)

A partir disso, as mídias sociais, como Facebook e os sites próprios no qual o sindicato e as subseções estão presentes e atuantes, são compreendidas como recursos que incentivam a mobilizar e agregar pessoas para as ações do movimento (NAZARÉ, 2012). Ações como a organização, convocação ou convite para atos; discussões sobre as demandas e estratégias políticas do movimento; além de rotinas sejam *on* ou *offlines* (NAZARÉ, 2012).

### **METODOLOGIA**

A pesquisa aqui proposta pretende realizar duas estratégias metodológicas: Análise de conteúdo e entrevistas semiestruturadas.

Sendo que o principal critério de escolha para o objeto desta pesquisa é ter pelo menos um jornalista formado e responsável pela assessoria de comunicação, além de serem filiados ao Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (ANDES) e terem disponíveis as informações (notícias) nos websites e fanpages dos doze meses do ano de 2016.

As entrevistas semiestruturadas serão realizadas por meio de questionários, em que não iremos nos preocupar com a uniformidade, e sim com a qualidade das repostas, a fim de tirar informações necessárias para identificar esses tópicos na pesquisa. Sendo que a entrevista semiestruturada é um recurso que busca, com base em teorias e pressupostos definido pelo investigador, recolher resposta a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que deseja conhecer (DUARTE, 2005. p.67).

No mesmo período de início da pesquisa, mas em um processo mais longo, a pesquisa terá no cronograma a coleta de dados de conteúdo publicado nas *fanpages* por meio do aplicativo Netvizz que a própria plataforma do Facebook disponibiliza e, também os websites, que será coletado manualmente todas as publicações postadas no site no período de recorte escolhidos, como tipos de postagens, origens e outras variáveis, como as interações do público, para que, por meio da análise de dados, seja possível responder: qual foi a preocupação da produção do sindicato e suas subseções nas *fanpages* e sites próprios. Em um dos últimos momentos, será realizada a descrição, sistematização e análise dos dados,

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014

BARROS, T. P., CARVALHAL, M. D. A Imprensa Sindical como Elemento Revelador da Territorialização dos Sindicatos. Revista Pegada, v. 14, n.1, 2013. Disponível em <http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/viewFile/2180/2140>

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo da fonte in: DINES, Alberto, e MALIN, Mauro (orgs.), Jornalismo Brasileiro: no caminho das transformações, Brasília, Banco do Brasil, 1996, PP. 132-154

DUARTE, J. Entrevistas Semiestruturada e de Profundidade. In: BARROS, A. e DUARTE, J. (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisas em comunicação. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. In: Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 3. Ed.rev.ampl. São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARETTO, Elisa Kopplin. Assessoria de imprensa: Teoria e prática. [5.ed.rev.atual]. São Paulo: Summus, 2009.

FONSECA JR, W. C. Análise de Conteúdo. In: BARROS, A. e DUARTE, J. (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisas em comunicação. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

MCCOMBS, M. A Teoria da Agenda. A mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOLETTA, Cléber Gomes. As construções das notícias pelas assessorias de imprensa da Terra de direitos, conectas direitos humanos e justiça global. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), 2016.

NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos de. As Mídias Digitais e seus usos pelo movimento LGBT Brasileiro. Maringá, X Seminário de Ciências Sociais - Tecendo diálogos sobre a pesquisa social, Universidade Estadual de Maringá (UEM), 2012. Disponível: [http://www.dcs.uem.br/xseminario/artigos\\_resumos/gt3/x\\_seminarios\\_gt3-a2.pdf](http://www.dcs.uem.br/xseminario/artigos_resumos/gt3/x_seminarios_gt3-a2.pdf)

QUENTAL, Carlos Alberto Torres. A mediação digital como suporte para a participação no contexto dos sindicatos de professores. FCT (DCEA) - Teses de Doutorado. Porto, 2014. Disponível em: <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/4716/1/TeseFinal.pdf>

SÓDRE, Jorge Pedro. Teoria da notícia e do jornalismo. Argos, 2002.

**Critérios de noticiabilidade no Diário dos Campos e Jornal da Manhã na cobertura regional**

Mestranda: Edilene dos Santos Ogura

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini

**RESUMO**

Esta proposta de pesquisa tem como objeto os critérios de noticiabilidade utilizados pelos dois jornais diário sediados em Ponta Grossa – Diário dos Campos e Jornal da Manhã – para a realização da cobertura regional. Parte-se da hipótese de que ambos são modestos na divulgação de notícias que sejam de cidades dos Campos Gerais, por isso, o objetivo geral desta pesquisa é identificar objetivos e estratégias destes meios de comunicação para pautar assuntos que contemplam as cidades da região. A importância deste trabalho deve-se ao fato de que apenas Ponta Grossa das 19 cidades dos Campos Gerais<sup>11</sup> possui jornal diário. A pesquisa também tem o intuito de fortalecer o conceito de jornalismo regional. Além dos conceitos relacionados ao jornalismo regional, como proximidade, identidade e pertencimento, a pesquisa terá como referenciais teóricos *agenda-setting*, critérios de noticiabilidade e Teoria do *Gatekeeping*. Os métodos de pesquisa a serem aplicados são análise de conteúdo, observação e entrevistas em profundidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo regional; jornal impresso; noticiabilidade; Campos Gerais.

**TEMA DE PESQUISA, OBJETO E OBJETIVOS E HIPÓTESE/PROBLEMA**

O tema desta pesquisa é jornalismo regional, sendo o objeto de estudo os critérios de noticiabilidade no Diário dos Campos e Jornal da Manhã na cobertura regional. A pesquisa tem caráter exploratório, mas uma das hipóteses é que os dois jornais apresentam baixa cobertura ou dão pouca ênfase à cobertura de temas regionais.

O objetivo geral é identificar objetivos e estratégias destes meios de comunicação para pautar assuntos que contemplam as cidades da região. Por isso, os objetivos específicos são descobrir quais municípios (com exceção de Ponta Grossa) são mais citados pelos jornais e quais os temas que levam uma cidade a se tornar pauta, identificar fontes e origem dessas matérias.

---

<sup>11</sup> Segundo a Associação dos Municípios dos Campos Gerais, a região é formada por 19 cidades: Arapoti, Carambeí, Castro, Curiúva, Imbaú, Ipiranga, Ivaí, Jaguariaíva, Ortigueira, Palmeira, Pirai do Sul, Porto Amazonas, Ponta Grossa, Reserva, São João do Triunfo, Sengés, Telêmaco Borba, Tibagi e Ventania. Os periódicos, por sua vez, apresentam números variados.

## **JUSTIFICATIVA**

Dos 19 municípios que compõem a Região dos Campos Gerais do Paraná, apenas Ponta Grossa possui jornal diário (atualmente, são dois em circulação); nas demais cidades, algumas têm jornais semanais ou quinzenais. Trata-se de um esforço para realizar essa pesquisa exploratória, ao mesmo tempo em que se discutirão as estratégias dessa cobertura.

Outra justificativa é fortalecer o conceito de jornalismo regional, ainda menosprezado na sociedade atual, como definem Schoenherr e Gadini (2016, p. 55).

“O jornalismo regional é um universo empírico ainda pouco conhecido, quando não assumidamente ignorado em detrimento de ‘grandes jornais’ ou de poucas revistas – sintoma da separação já anunciada na premissa anterior de ‘grande jornalismo x pequeno jornalismo’”

Os mesmos autores afirmam que a regionalidade se expressa “tanto como circulação, território de pertencimento, singularidade temática quanto modo de produção”. (SCHOENHERR & GADINI, 2016, p. 60).

Aldé ressalta a identificação pessoal de quem acessa um meio de comunicação regional e/ou local. Em sua pesquisa de recepção, a autora comenta a fala de um dos personagens entrevistados: “Pedro, por exemplo, gosta de ver o ‘seu’ lugar retratado, pessoas que conhece no noticiário”. (ALDÉ, 2002, p. 13). Outro entrevistado completa: “principalmente quando vão falar de bairros próximos, ou do nosso bairro, é um tipo de assunto que me interessa, porque a gente vive aqui”. (ALDÉ, 2002, p. 13).

Moreira e Deolindo (2013, p. 21) frisam que ainda há nuances a serem exploradas quando o assunto é jornalismo regional: “principalmente a relação que se estabelece entre mídia local e cidade e entre essas duas instâncias e uma terceira: a região”.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Como referencial teórico, a pesquisa será embasada no paradigma do construtivismo social. Segundo Guba (1990), os construtivistas entendem que a realidade é uma construção social e, que por isso, existem vários mundos possíveis. Ainda no campo da teoria, a pesquisa



visa identificar as estratégias de agendamento dos dois jornais para pautas regionais, aliadas aos critérios de noticiabilidade e à Teoria do *Gatekeeping*.

Sobre a Teoria do *Gatekeeping*, Shoemaker & Vos (2011) afirmam que ela explica o processo de produção das notícias em cinco níveis de análise: individual, de rotinas de comunicação, organizacional, das instituições sociais e do sistema social. Ainda sobre o fio condutor da pesquisa, que é o referencial teórico, importante destacar o apoio de atores como Alsina (2009), Berger & Luckmann (2004) e Tuchmann (1972; 1983).

Entre os conceitos a serem trabalhados na pesquisa estão os ligados ao jornalismo regional, como proximidade, identidade, pertencimento. A questão da distância, segundo Aguiar (2016), é um ponto fundamental. Segundo ela, o princípio da proximidade “rege a seleção e a edição de notícias de interesse local, com base nas relações sociais existentes tanto entre o local do acontecimento e o local das audiências”. (AGUIAR, 2016, p. 56). A mesma autora explica que o conceito de identidade está estreitamente ligado ao sentimento de pertença, de a comunidade tomar conhecimento do que acontece à sua volta. Porém, é neste sentido que a pesquisa irá abordar as estratégias adotadas pelos jornais, visto que há distinção entre regiões jornalísticas e regiões midiáticas, sendo o primeiro relacionado à cobertura e circulação e o outro à questão econômica.

Importante destacar ainda a aplicação dos conceitos da Ciência dos Jornais, de Otto Groth (2011, p. 310), para quem “a mentalidade regional ou local sempre se afirma e exige um cultivo jornalístico”. Segundo ele, o jornal é caracterizado por quatro elementos fundamentais e existentes concomitantemente: periodicidade, publicidade, atualidade e universalidade.

### **METODOLOGIA**

A pesquisa será quanti-qualitativa, com a aplicação dos seguintes métodos: seleção e caracterização dos jornais, análise de conteúdo, observação nas redações e entrevistas em profundidade.

Antes, porém, é preciso realizar a chamada pesquisa da pesquisa, a fim de levantar quais e que tipos de estudos já foram realizados com o tema jornalismo regional. Nesse sentido, levantou-se junto à Capes a existência de 2.493 trabalhos entre 1987 e 2016. São 1.970

dissertações e 523 teses. Numa olhada rápida, um dos trabalhos que mais se aproxima da pesquisa ora planejada é a dissertação de Washington José de Sousa Moura Filho, para o Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, e publicada em 2014, sob o título: “Aspectos de regionalização na imprensa piauiense: olhar sobre o editorial dos jornais *O Dia*, *Meio Norte* e *Diário do Povo*, Teresina, Piauí”. O autor também usa como base a análise de conteúdo.

### **Amostra**

Serão verificadas todas as edições impressas do Diário dos Campos e do Jornal da Manhã publicadas nos meses de setembro e outubro de 2017, resultando em aproximadamente 40 edições de cada periódico, num total de 80 jornais. Desse material, a ideia é analisar todo o conteúdo noticioso, excluindo-se anúncios, classificados e cadernos imobiliários.

Para esse processo, será realizada a análise de conteúdo (AC). A AC é “uma metodologia de pesquisa que utiliza um *conjunto de procedimentos* para produzir inferências válidas de um texto. Essas inferências são sobre emissores, a própria mensagem ou a audiência da mensagem”. (WEBER, 1985, p. 9, apud BAUER, 2000, p. 192, grifo do autor). A AC consiste na categorização e codificação de textos, sejam orais ou escritos, com o objetivo de interpretá-los à luz de um objeto de pesquisa.

O referencial de codificação é um conjunto de códigos elaborados pelo pesquisador por meio de questões pré-definidas voltadas aos textos a serem analisados. No caso do jornalismo regional, por exemplo, os códigos podem ser referentes aos municípios em que um determinado periódico circula, as editorias em que eles aparecem, as fontes mencionadas. Porém, mesmo as reportagens que não sejam relativas a esses municípios devem ser analisadas. “Cada unidade de texto deve se ajustar a um código, e nenhuma pode ser excluída. Acrescentando o valor ‘outro’ ou ‘não se aplica’, garante-se que todas as unidades terão seu lugar”. (BAUER, 2000, p. 201). Ainda dentro dessa análise, tentar-se-á verificar a produção do material sobre a região – se um jornalista da redação que fez ou se é um release pronto, por exemplo. Isso será possível através

do crédito da matéria, ou, quando inexistente, cruzar o texto com os publicados nos sites dos jornais ou pelos canais de assessoria de imprensa.

Outro passo da pesquisa é a observação dentro das redações, tarefa que será realizada na última semana de setembro e primeira semana de outubro, no mesmo período em que serão realizadas as coletas de amostragem dos jornais. Entre os dias 25 e 29 de setembro, a observação vai acontecer dentro do Jornal da Manhã, entre o início da tarde (com a reunião de pauta) até o fim da tarde (quando do fechamento da edição). Na semana seguinte, de 2 a 6 de outubro, no Diário dos Campos. A ideia é verificar se as cidades da região entram na reunião de pauta, na apuração das notícias, na edição, qual a justificativa apresentada pelos jornalistas para isso. Se existe um repórter responsável pela cobertura da região.

A observação é uma técnica da etnografia que, por sua vez, integra os estudos antropológicos. Mendes defende o método emprestado da antropologia para estudar objetos específicos do jornalismo, como a incorporação dos valores-notícia como critérios de seleção. “De aplicação variável segundo circunstâncias, como o veículo e a editoria, eles só podem ser compreendidos em sua riqueza a partir de observações de inspiração etnográfica”. (MENDES, 2013, p. 301).

Na sequência, no início de 2018, outra técnica da etnografia será aplicada nessa pesquisa: as entrevistas em profundidade semi-estruturadas. As perguntas serão realizadas com jornalistas que atuam nos veículos estudados – editor, pelo menos um repórter e pelo menos um fotógrafo – e serão elaboradas com base na análise de conteúdo e nas observações nas redações. O objetivo dessa fase da pesquisa é perceber se o jornalismo regional é considerado importante pelos periódicos pesquisados.

Também dentro da metodologia de pesquisa, será especificada a divisão das regiões (SANTOS, 2000, AGUIAR, 2016, MARQUES DE MELO, 2009) desde as macro até as microrregiões e, assim, especificar a localização em que se encaixa a Região dos Campos Gerais, onde fica Ponta Grossa e seus jornais que se consideram regionais. Em seu site oficial, o JM diz

que circula em 22 municípios da região e o DC, em 23 cidades, diariamente<sup>12</sup>. O primeiro garante ainda que publica 8.500 edições de terça a sexta-feira e 10.500 nos finais de semana (sábado a segunda-feira). O DC, por sua vez, afirma que publica 12.500 edições de terça a sexta-feira e 14.000 exemplares nos finais de semana. Como parte da pesquisa, serão levantados quantos exemplares dos jornais são enviados diariamente para as cidades da região e o número de assinantes nesses locais. Os possíveis resultados da pesquisa ainda são incertos, visto que o trabalho segue em andamento.

## REFERENCIAIS TEÓRICOS

AGUIAR, S. **Territórios do jornalismo**: geografias de mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2016.

ALDÉ, A. **A versão da audiência**. explicações para a política no discurso do senso comum, 2002. Disponível em

[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=5093&Itemid=359](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=5093&Itemid=359). Acesso em 25 jun. 2017.

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2004.

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

BAUER, M. W. Análise de Conteúdo Clássica. In: BAUER, M.; GASKELL, G.. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 189-217.

BAUER, M. W., GASKELL, G., ALLUM, N. C.. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 17-36.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Periódicos. Disponível em <http://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em 17 set. 2017.

---

<sup>12</sup> [www.diariodoscamos.com.br](http://www.diariodoscamos.com.br) e <http://arede.info/jornaldamanha/>. Acesso em 25 jul. 2017.

GROTH, O. Parte II: "As características...". In: **O poder cultural desconhecido**. Fundamentos da Ciência dos Jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUBA, E. **The Paradigm Dialog**. London: Sage, 1990.

MOREIRA, S. V.; DEOLINDO, J. da S. Mídia, cidade e interior. **Revista Contemporânea** (UERJ). Rio de Janeiro: 2013. Disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6958>. Acesso em 12 jun.2017.

SCHOENHERR, R.; GADINI, S. L. Estratégias regionais de produção jornalística: uma proposta de estudos de casos em mídia impressa no Paraná. **Revista Eptic**, vol. 18, nº 3. Aracaju: 2016

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009

MENDES, G.. A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo. In: **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 34, n. 2, p. 283-303, jan/jun 2013. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/.../2790/3328>. Acesso em 1 mai. 2017.

MOURA FILHO, W. J. de S. **Aspectos de regionalização na imprensa piauiense**: olhar sobre o editorial dos jornais *O Dia*, *Meio Norte* e *Diário do Povo*, Teresina, Piauí. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. P. (2009). **Teoria do Gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

TUCHMAN, G.. **La producción de la noticia**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1983. p. 196-232.

**Jornalismo em mutação: As mídias sociais como instrumento de prática profissional  
jornalística na Gazeta do Povo**

**Mestrando:** Vinícius José Biazotti Sabino

**Orientador:** Marcelo Engel Bronosky

**Resumo**

O processo de inserção tecnológica na sociedade proporcionou o aumento da utilização das mídias sociais por veículos de comunicação para a difusão de informações. A proposta está em compreender como as mídias sociais interferem nos processos de produção jornalística na Gazeta do Povo que recentemente abdicou a sua tiragem impressa diária. Busca-se através de uma abordagem etnográfica compreender como funciona as práticas de seleção e produção de conteúdo nas mídias sociais, bem como as estratégias de publicação.

**Palavras-Chave:** rotinas produtivas; mídias sociais; convergência.

**Tema e Problema**

O crescimento da inserção tecnológica na sociedade proporcionou mudanças significativas nas relações sociais e no modo de se fazer jornalismo, tanto em sua circulação, prática, desenvolvimento e consumo. Um exemplo deste cenário é o jornal paranaense Gazeta do Povo. Com mais de 90 anos de tradição, abdicou recentemente parte da sua circulação como jornal impresso. Atualmente o veículo de comunicação está presente nos ambientes digitais, principalmente nas mídias sociais. As plataformas digitais são mais do que espaços de circulação e compartilhamento de bens simbólicos. Esses locais estão caracterizados por possuírem determinadas estratégias produtivas singulares

Considerando que estas plataformas possuem um grande público leitor, (cerca de 70% das pessoas que possuem internet no Brasil, segundo dados do *Reuters Institute* 2017), busca-se compreender como as mídias sociais interferem nas práticas de rotinas produtivas. Além disso, os dados mostram que cerca de 68% da população brasileira possui acesso à internet. Desse montante,

57% dos usuários procuram se informar pelo Facebook e 36% no Youtube. Ao mesmo tempo em que 13% das pessoas utilizam o Twitter como fonte de informação, na mesma proporção que 12% dos usuários consomem notícias no Instagram.

É válido tentar compreender o cenário de sociedade midiaticizada e convergente, ou seja, averiguar como as mídias sociais no meio social reage sobre a estruturação das salas de redação, desde o corpo profissional composto, até os recursos que estão sendo utilizados para a produção jornalística.

### **Objetivos**

#### **Objetivo Geral**

- Compreender como as mídias sociais são utilizadas nas práticas de rotina profissional.

#### **Objetivos Específicos**

- Entender a atuação do gatekeeper;
- Observar o ambiente e estrutura da sala de redação no cenário convergente;
- Averiguar novas rotinas e práticas com a inserção tecnológica.

### **Bases Teóricas**

O cenário atual apresenta novos modos de circulação, formatos, linguagens e consumos que de alguma forma afetam as zonas de rotinas produtivas jornalísticas. Sendo assim, há uma necessidade e esforço de veículos de comunicação produzir conteúdo específico para um ambiente em que se divide em multiplataformas. Nesse mesmo espaço encontram-se novas práticas e condutas do jornalista como um profissional.

As tecnologias conseguiram aumentar a velocidade de deslocamento e distribuição de conteúdo. Há uma grande estocagem de volume de dados e uma rápida transmissão que modifica

lógicas de circulação. A velocidade e a fluidez das conexões permitem uma aceleração distributiva dos processos.

Com o movimento da transparência de dados e a disseminação de redes, um jornalista hoje em dia tem acesso a muito mais informação do que antes. Hoje, há diversas ferramentas para transmitir a informação de forma visual e interativa, garantindo assim mais maneiras de fazer seu trabalho chegar ao público.

O trabalho consiste de uma base bibliográfica sobre o jornalismo em convergência para compreender as mutações do trabalho jornalístico. Para entender as lógicas de circulação, o trabalho será baseado nas teorias de uma sociedade em vias de midiatização. Além destas, é importante referenciar materiais que dialoguem sobre plataformas digitais, mídias sociais e o papel do gatekeeper.

### **Metodologia**

A dissertação consiste metodologicamente de uma análise etnográfica na sala de redação da Gazeta do Povo. A proposta está em analisar como o ambiente se comporta e quais são as práticas dos jornalistas em relação as mídias sociais. Utilizando técnicas de entrevista, procura-se averiguar quais são os pontos estratégicos, modos de produção e circulação que os jornalistas utilizam em cada uma das publicações. Além de realizar uma observação da estruturação do ambiente.

Na convergência, cabe ao pesquisador compreender quais são os ritmos de publicações e demandas de conteúdo. Ou seja, averiguar se ainda há a presença de reuniões de pauta, como funciona a apuração, construção e edição de notícias em plataforma digital.

### **Possíveis Resultados**

Os profissionais jornalistas tem sido apresentados a novas dinâmicas de produção. O uso das mídias sociais para o compartilhamento de notícias justifica um novo modelo de trabalho. Ao



produzirem conteúdo, estão colocando em circulação materiais diferenciados que estão fora dos moldes tradicionais, já que as mídias sociais demandam formatos, códigos e linguagens diferenciados. Espera-se encontrar novos cenários e ambientes das salas de redação da Gazeta do Povo, onde pode haver uma nova estruturação e dinâmica de se fazer jornalismo e predomina-se uma lógica do digital, principalmente o uso das mídias sociais. Nessas plataformas espera-se que haja uma atuação do jornalista como gatekeeper, ou seja, seletor de conteúdo em cada uma das mídias sociais que a Gazeta atua.

### Referências Bibliográficas

ANDERSON, C. W. (et al.) Jornalismo Pós-Industrial: Adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**. 5 edição. 2013. Disponível em: <[http://www.espm.br/download/2012\\_revista\\_jornalismo/Revista\\_de\\_Jornalismo\\_ESPM\\_5/files/assets/common/downloads/REVISTA\\_5.pdf](http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf)> Acesso: 14. Out. 2016.

BRAGA, José Luis. Circuitos versus campos sociais. In: **Mediação e Mdiatização. Conexões Epistemológicas**. Compós. UFBA. 2012.

BRONOSKY, Marcelo. SCHOENHERR, Rafael. Indicações sobre a descrição de cenários de produção jornalística. In: **Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia**. Porto Alegre. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph. São Paulo-SP. 2006.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; Zago, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Editora Sulina. Porto Alegre. 2015.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2017: Tracking the future of news**. University of Oxford. 2017. Disponível em: <[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf?utm\\_source=digitalnewsreport.org&utm\\_medium=referral](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral)> Acesso em: 17. Jul. 2017.