

Dia de Jornalismo e Estudos Mediáticos

Doutoramento em Ciências da Informação da UFP

19 de julho de 2018

Resumos

1.º Painel de Comunicações

Papel político d’*O Panorama*, primeiro jornal enciclopédico ilustrado português (1837-1844)

João Lourival

Resumo: O *Panorama* foi o principal periódico enciclopédico ilustrado português da primeira metade do século XIX. Surgiu num momento de grandes transformações em Portugal e no jornalismo nacional, graças ao triunfo liberal na guerra civil (1834), ao setembrismo (1836) e à propagação do romantismo. Publicado pela Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis, esse periódico foi criado para promover a “instrução dos conhecimentos úteis”, tendo-lhe sido proibido intrometer-se na “polémica política”. Pioneiro no seu género, foi, todavia, classificado por Tengarrinha (1989, p. 175), laconicamente, entre os jornais que tiveram um papel político. “Porquê?” é a principal questão de investigação que se coloca nesta pesquisa. Concluiu-se, através de uma análise do seu discurso, que O *Panorama* se afastava decididamente da partidarite exacerbada dos pasquins vintistas. Mas pode também dizer-se que, apesar de ser apartidário, O *Panorama*, embora não se referisse directamente à extraordinária instabilidade política e mesmo militar que Portugal atravessou ao longo das suas duas primeiras séries (1837-1844), não foi um periódico apolítico. À luz da ideologia progressista e liberal dos seus promotores, o jornal interveio civicamente no espaço público burguês, constituído estruturalmente no espaço simbólico do impresso, em nome – intui-se – dos portugueses, do interesse do colectivo nacional. Fê-lo, por exemplo, para defender os monumentos nacionais e a causa da educação pública, ou também, nomeadamente, para criticar a classe política no seu conjunto. Propagou, por outro lado, a ideologia progressista e liberal dos seus redactores.

Pode também atestar-se que O *Panorama*, enquanto periódico de popularização do conhecimento, só é inteligível num contexto político de solidificação da democracia liberal, que exigia aos cidadãos a

detenção de suficiente capital cultural para poderem decidir sobre o rumo do país e a forma como desejavam ser governados.

Os sentidos de nação e independência do Brasil sob a ótica da imprensa portuguesa do século XIX

Giovanna G. B. Flores

Resumo: A proposta deste artigo é analisar discursivamente como os periódicos portugueses compreenderam o processo de independência do Brasil. Esta pesquisa, de pós-doutoramento, tem por objetivo investigar como a imprensa portuguesa noticiou este acontecimento histórico e os sentidos de nação e independência nos jornais de Portugal no início do século XIX. A partir dos pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa, da História da Imprensa portuguesa e das Teorias do Jornalismo, minha pesquisa compreende o levantamento de notícias e das sequências discursivas que tragam as marcas sobre este período de ruptura política, tendo como corpus investigativo os jornais portugueses do período de 1820 e 1822, a fim de observar como a imprensa portuguesa noticiou política e discursivamente a independência do Brasil.

Análise do conteúdo e mídia: nas veredas da identidade ielmomarinhense

Gustavo dos Santos Fernandes

Resumo: Uma maneira de pensar a identidade cultural parte do reconhecimento de que se há pontos de similaridades que produzem as identificações entre os sujeitos que constroem uma identidade. Porém, esta também é produzida através dos pontos críticos de diferença. Este trabalho busca elementos para uma hipótese de identidade cultural ielmomarinhense. Dessa forma, esta pesquisa visa analisar a construção da identidade cultural da cidade por meio de um cartaz produzido no contexto da campanha “Ser ielmomarinhense é ter identidade”. A partir do aporte teórico-metodológico da análise de conteúdo, a pesquisa busca encontrar no material produzido pelo discurso midiático os indícios que levam a historiografia local e sua representação coletiva no imaginário social e na memória visual. Além de identificar as principais mudanças que ocorreram ao longo dos anos na construção da sua história, utilizando como técnica de coleta de dados a história de vida, o uso de entrevistas, como também, pesquisa documental e o estudo das imagens. Sem a intenção de esgotar conceitos e as questões a respeito dos termos de identidade e representação, a análise baseia-se em reflexões teóricas de Stuart Hall (2011); Tomaz Tadeu da Silva (2014) e da técnica de análise de conteúdo de Corrêa (2010) e Bardin (2011). Como resultado da análise dos enunciados e da representação visual, observa-se que estes procuram produzir um consenso sobre a identidade do povo de Ilmo Marinho.

Os fotojornalistas fazem parte de uma tribo transnacional?

Maria Zaclis Veiga

Resumo: Esta apresentação tem como base a tese de doutoramento defendida em dezembro de 2013 com o título: *Receituário Fotográfico* que procurou contribuir para o estudo do fotojornalismo praticado em Brasil e Portugal, detendo-se sobre o trabalho dos fotojornalistas dos diários *Jornal de Notícias de Portugal* e *Gazeta do Povo do Brasil*. Com o intuito de verificar se a produção fotográfica dos periódicos, estão enquadradas em formatos padrão nos dois países. Conclui-se entre outras questões que há fatores que enformam o fotojornalismo feito pelos fotojornalistas de cada um dos dois jornais, e exatamente esses fatores, quando colocados a partir da ótica geográfica continental, afastam um do outro enquanto procedimentos e linguagem utilizados e, portanto, não podemos afirmar que os fotojornalistas tomem parte de uma tribo transnacional.

2.º Painel de Comunicações

YouTube e influenciadores digitais: a ascensão de formadores de opinião no contexto da internet

Felipe Harmata Marinho

Resumo: Com a ascensão do YouTube houve uma mudança no consumo de audiovisual e também uma alteração em quem são os formadores de opinião. O gatekeeper clássico dos meios de comunicação tradicionais se diluiu e passou para o influenciador digital, alguém que ligou uma câmara e aos poucos começou a se gravar e publicar na internet. Então a pergunta problema desse trabalho é: que tipo de conteúdo o jovem consome de influenciadores digitais no YouTube? Os objetivos do trabalho são: analisar características de forma e de conteúdo que os jovens buscam no YouTube e refletir sobre as mudanças no perfil de consumo de conteúdo audiovisual. A escolha pelo público jovem se deve ao fato do principal público do YouTube, sendo a própria plataforma, ser formada por adolescentes e jovens. Metodologicamente o trabalho vai ser feito a partir de uma pesquisa qualitativa, mais especificamente um grupo focal, com jovens que consomem conteúdo do YouTube. Serão feitas questões como que tipo de vídeo que o jovem busca na internet, quais são os principais influenciadores que ele procura e porque ele se identifica com determinado influenciador digital. O grupo focal deve ser feito de forma presencial com um grupo entre 8 e 10 pessoas. As hipóteses da pesquisa são: o jovem encara o influenciador digital como um novo tipo de gatekeeper; o relato de questões pessoais dos influenciadores é tão importante para os jovens quanto as questões profissionais apresentadas nos vídeos. Como resultado, a pesquisa contribui para a área de estudos midiáticos pois ajuda a compreender uma área que está em constante transformação. Do ponto de

vista teórico, como conclusão, contribui por traçar um panorama do fluxo de transmissão das informações do gatekeeping, passando pelo gatewatching, chegando até o conceito do influenciador digital.

Intolerância e pós-verdade: pesquisa netnográfica das páginas oficiais de facebook de tres pré-candidatos à presidência do Brasil

André Tezza

Resumo: O objetivo desta comunicação é avaliar a disseminação da pós-verdade nas páginas de facebook de pré-candidatos à presidência do Brasil para a eleição direta de outubro de 2018. Para a pesquisa exploratória proposta, partimos inicialmente da conceituação do dicionário Oxford, que, no momento em que elegeu “pós-verdade” como a palavra do ano de 2016, definiu-a como “as circunstâncias em que a verdade objetiva é menos importante para a opinião pública do que a emoção e as crenças pessoais”. Para esta pesquisa exploratória, faremos uma delimitação desta definição: avaliaremos a cultura e o conteúdo discursivo de postagens dos pré-candidatos em suas páginas oficiais de facebook, bem como a natureza dos comentários dos potenciais eleitores, buscando as circunstâncias em que reações emotivas, sem referência a verdades factuais ou fontes verificáveis, aparecem e por quem são postadas. Na metodologia de pesquisa, optou-se pela combinação de métodos quantitativos com qualitativos. Os dados quantitativos foram importantes para a pesquisa nos seguintes termos: a) métricas de engajamento para a determinação da amostra. b) demografia para determinação de perfis avaliados. Na parte qualitativa, realizamos uma netnografia dos perfis dos comentadores que apresentavam mais de 400 reações de seus pares. Entendemos que uso do método netnográfico se justifica porque este método de pesquisa tem-se revelado apropriado (e utilizado com frequência) desde que a Internet propiciou a construção de grupos sociais próprios. Nos resultados preliminares constatou-se que as páginas de facebook dos pré-candidatos não são pautadas pela discussão de fatos objetivos, mas por reações emocionais, típicas da cultura de fã. Além disso, constatou-se que o perfil dos usuários que defendem uma postura mais intolerante tende a ser masculino, jovem e, com frequência, em sintonia com certo discurso cristão conservador.

A divulgação da ciência em redes sociais: o uso do Facebook por instituições de pesquisa do Amazonas

Cristiane de Lima Barbosa

Resumo: Este trabalho objetiva identificar e analisar como ocorre e funciona a produção de conteúdo feita por instituições de pesquisa do Amazonas no Facebook. Para tanto, o corpus desta tese utiliza uma análise exploratória de Fanpages de três importantes instituições de ensino e

pesquisa científica: Universidade Federal do Amazonas (Ufam), Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa). Em termos dos procedimentos metodológicos, utilizou-se de técnicas de pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo quali-quantitativa, associada ao método comparativo, observação não participante e entrevistas conduzidas aos profissionais de mídias sociais digitais do corpus analisado. Como parte das conclusões deste trabalho, constatou-se que a produção científica ainda tem espaço limitado nas páginas do Facebook de instituições científicas na Amazônia.

Design de imprensa nas primeiras páginas: modos de enunciação verbo-visual em jornais contemporâneos

Ricardo Augusto Orlando

Resumo: Depois dos diários pós-televisivos, o modelo de jornal construído na edição, com integração intensa do design, se aprofunda. A partir de análises de primeiras páginas de jornais contemporâneos, busca-se explorar as configurações da verbo-visualidade nos modos de enunciação jornalística. O trabalho parte de fundamentos do moderno jornalismo e elenca elementos de sua transformação no fio da dimensão gráfica e editorial. Recupera debates sobre modernidade e pós-modernidade no design. E recorre, por fim, a fundamentos da enunciação e da significação na linguagem visual. Propõe investigar algumas primeiras páginas de certos jornais como território de cruzamentos e misturas em um momento de intensa circulação social de imagens e manifestações visuais, a partir das formas contemporâneas de enunciação jornalística. As primeiras páginas permitem entrever como os jornais se situam no atual contexto comunicacional.

Infografia jornalística no ensino: um estudo comparativo entre Portugal e o Brasil

Maria João Palma

Resumo: A infografia jornalística é o objeto de estudo desta pesquisa. Mostrar por que se desenha importante no devir da comunicação e da informação é o principal objetivo desta investigação que tem como método comparar como se ensina e como se faz infografia jornalística, tanto em Portugal como no Brasil. Para tanto, torna-se relevante unir o conhecimento que se tem na teoria à prática desta modalidade discursiva, que pode ser considerada uma subcategoria do jornalismo informativo e que também está fundamentada nos conceitos do design, pois carrega o propósito da facilitação da compreensão da mensagem por meio da organização, codificação e apresentação da informação. A pretensão é compreender as teorias subentendidas presentes na sua própria prática e deixar o registro para fundar caminho.

3.º Painel de Comunicações

Jornalismo de (im)precisão: o conhecimento matemático e a apuração de números

Marco Antônio Gehlen

Resumo: O estudo investigou os tratamentos jornalísticos concedidos aos números nas práticas profissionais da reportagem, relacionando-os com as teorias do Jornalismo de Precisão, Investigativo e de Dados, e possibilitando apontamentos sobre as competências matemáticas adequadas à prática do jornalismo contemporâneo. Foram desenvolvidas oito etapas metodológicas: entrevistas com profissionais; questionários com alunos e jornalistas, em busca de compreender as relações destes com os números; e análise de conteúdo em amostra de reportagens - convencionais e de dados - veiculadas em jornais impressos, com foco nos usos dos números na construção das notícias. Como resultados, verificou-se que reportagens de dados têm demandado maiores raciocínio e conhecimentos matemático-quantitativos em cenário de crescente disponibilidade de bases de dados passíveis de novas investidas jornalísticas; chegou-se a uma tipologia com onze categorias de números utilizados nas construções de textos noticiosos e, no caso das reportagens que utilizam números, notou-se que o “faro”/“tino” jornalísticos não se configuram apenas como instintivos, mas dependem de um conhecimento prévio de ordem quantitativa capaz de possibilitar que o jornalista manipule e enxergue o que dizem os dados.

Jornalismo especializado em Ciência: os processos produtivos do jornalismo na cobertura dos temas do espaço pela imprensa de Portugal e do Brasil

Leoní Serpa

Resumo: Na contemporaneidade o conhecimento tem se propagado com rapidez de anos-luz. Nesta dimensão vêm os descobrimentos científicos com temática espacial, principalmente através de imagens captadas pelos telescópios e pesquisas que desvendam o espaço sideral. Os registros disponibilizados pelas Agências Espaciais são contributos para a materialidade do conhecimento em notícias e reportagens, principalmente nas revistas especializadas em Ciência, como a Superinteressante, brasileira e a Super Interessante, portuguesa. As informações são ilustrativas para o alcance de uma temática que traduz um forte apelo realístico devido à tecnologia. Permite nesta proposta de pesquisa, um estudo comparativo, quantitativo e qualitativo, em que afere o conteúdo das revistas, com as peças jornalísticas de dois jornais: Público, Portugal, Folha de São Paulo, Brasil. Estende-se ainda o corpus para a compreensão das fontes de informação. Nas hipóteses apreciam-se a divulgação científica como contribuição social, educacional e democrática. A pretensão é abarcar o entendimento da “forma social de conhecimento jornalístico”.

A pesquisa sobre jornalismo no 1º ciclo (licenciatura e graduação): Inventariação temática, categorização metodológica, dificuldades sentidas pelos jovens pesquisadores nos trabalhos de conclusão de curso e busca de soluções - Uma comparação entre alunos portugueses e brasileiros

Patrícia Weber

Resumo: O projeto tem como objetivo apresentar o cenário da pesquisa de iniciação científica nos cursos de 1º ciclo do Jornalismo/Ciências da Comunicação no Brasil e em Portugal na atualidade. O resgate histórico do ensino na área, a análise das matrizes curriculares e o levantamento de dados sobre às dificuldades dos alunos no desenvolvimento das monografias em quatro universidades serão objetos de estudo da tese. Para a obtenção destes dados será utilizado um conjunto de metodologias quantitativas e qualitativas, tendo como métodos de investigação a análise documental, grupos focais, entrevistas e painel Delphi. A análise crítica das matrizes curriculares e dos encaminhamentos processuais e metodológicos na realização das monografias será utilizada para apontar melhorias e soluções nas problemáticas verificadas no processo do fazer científico.

4.º Painel de Comunicações

Envelhecimento e Publicidade: estudo piloto sobre campanhas publicitárias no Brasil

Christiane Monteiro Machado

Resumo: Este trabalho, relato do estágio atual da pesquisa de doutoramento, trata da presença de pessoas idosas em campanhas publicitárias no Brasil. A pesquisa tem como objetivo compreender como a publicidade retrata o envelhecimento no Brasil, e quais os estereótipos presentes. Foi realizado um estudo piloto no segundo semestre de 2017, com levantamento de campanhas publicitárias que mostram pessoas idosas, ou direcionadas ao público idoso. Em seguida foram criadas categorias para classificar as formas como os idosos são retratados. A invisibilidade do envelhecimento é um dos achados de pesquisa. Nas campanhas que os incluem, há casos que se enquadram em todos os perfis estereotipados de envelhecimento. Mas percebe-se um movimento, ainda incipiente, de marcas valorizando a experiência e a tradição da terceira idade.

Violência de gênero segundo o modelo de Kellner: uma análise da série Big Little Lies

Elayne Esmeraldo Nogueira

Resumo: O presente trabalho trata de uma análise crítica cultural da minissérie hollywoodiana Big Little Lies, produzida pelo canal de televisão norte-americano HBO. Dentre as histórias retratadas, pode-se perceber núcleos cujas protagonistas são mulheres experienciando cenas de violência de

gênero. O modelo de Kellner (2001) serviu de guia, partindo de teorias sociológicas, para contextualizar, interpretar e analisar a minissérie enquanto um produto cultural midiático. Pôde-se perceber, a partir dos resultados, que a minissérie apresenta a violência de gênero sob o prisma feminino, retratando os sentimentos envolvidos em ser mulher diante da experiência de ser vítima ou mesmo amiga da vítima; mostra com clareza o ciclo da violência e as dificuldades das mulheres vítimas de saírem de um relacionamento abusivo, além de trazer os impactos da violência para as crianças por meio da reprodução da violência.

O estupro da mulher como notícia: o posicionamento discursivo dos jornais impressos brasileiros

Giane Silva Santos Souza

Resumo: A violência contra as mulheres tornou-se um problema de saúde pública no Brasil. Portanto, nos propomos a analisar, nos jornais impressos Folha de São Paulo e Jornal O Liberal, o posicionamento discursivo sobre os acontecimentos de estupro de mulheres, pois entendemos o jornalismo como um fazer de (de) construção da linguagem de gênero, possibilitando a (re) produção de poder saber em nossa sociedade. A pesquisa baseia-se no levantamento qualitativo das fontes no período entre os anos de 2013 e 2017, focando nos elementos do discurso midiático que representam a cultura do estupro, objetivando compreender a presença e a representação da mulher vítima de estupro nos jornais impressos.

Buscando uma estratégia para a promoção do Brasil enquanto destino turístico a partir do diagnóstico da imagem do país nas revistas de viagens e turismo europeias e estadunidenses

Joana Ribas Lima

Resumo; Considerando (a) a relevância econômica do turismo para o Brasil, (b) a importância da comunicação dos destinos turísticos e (c) o papel que as revistas especializadas em viagens e turismo podem ter na promoção ou na desvalorização de um país, de um estado, de uma região ou de um lugar como destino turístico, a pesquisa doutoral que aqui se propõe visa diagnosticar qual é a imagem que o Brasil, enquanto destino turístico tem nessas publicações, por meio de uma análise qualitativa e quantitativa do discurso. Serão analisados todos os números publicados em 2019 (12 por ano) das revistas a seguir listadas, selecionadas semi-arbitrariamente por cumprirem os seguintes critérios: se orientarem para o turismo no exterior e não apenas para o turismo interno; encontrarem-se entre as revistas líderes de mercado no seu segmento.

Portugal: Volta ao Mundo; Espanha: Rutas del Mundo; França: Geo (revista internacional, com edição em várias línguas); Reino Unido: Lonely Planet Traveller (revista internacional, com edições em várias línguas); Itália: Latitudes Life (apesar do título em inglês, é uma revista italiana); Estados

Unidos: National Geographic Traveler (revista internacional, com edições em várias línguas). Não se pretende que esse diagnóstico seja inconsequente, uma segunda fase da pesquisa procurará, por meio da aplicação do método Delphi, encontrar um consenso entre especialistas para a melhoria da estratégia e táticas de comunicação do Brasil como destino turístico, nomeadamente quando o alvo são as revistas especializadas em viagens e turismo.