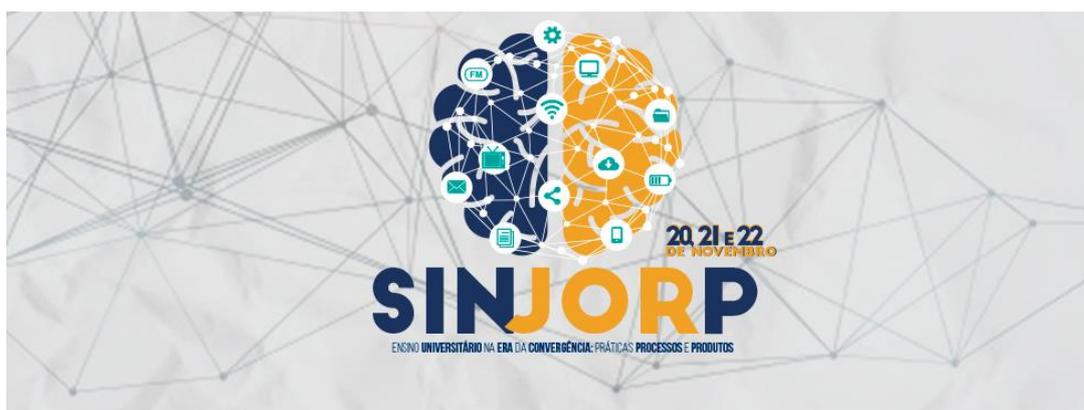


CADERNO de RESUMOS





Revista Latino-americana de **JORNALISMO** Programa de Pós-graduação em **JORNALISMO**
ÂNCORA Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Universidade Federal da Paraíba
ISSN **2359- 375X**



Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB
I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e
Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista **ÂNCORA** | ISSN: **2359-375X** | **V.5 N.1 - JAN/JUN/2018** |



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

REITORA

MARGARETH DE FÁTIMA FORMIGA DINIZ

VICE - REITORA

BERNARDINA MARIA JUVENAL FREIRE DE OLIVEIRA



Diretor do CCTA

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

Vice-Diretor

ULISSES CARVALHO DA SILVA



EDITORA DO
CCTA



Comitê Científico

VALDECIR BECKER

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

ANTONIO FAUSTO NETO

ALFREDO EURICO VIZEU PEREIRA JUNIOR

PEDRO NUNES FILHO

CARLOS EDUARDO FRANCISCATO

YVANA CARLA FECHINE DE BRITO

SANDRA REGINA MOURA

ZULMIRA SILVA NOBREGA

LUIZ CUSTÓDIO DA SILVA

**Coordenadora do Programa de
Pós-Graduação em Jornalismo – UFPB**

ZULMIRA SILVA NÓBREGA

**Coordenadora do Laboratório de
JORNALISMO e EDITORAÇÃO**

JOANA BELARMINO DE SOUSA

Estagiários

| MATHEUS WENDELL DE MELO COSTA | LUAN ALEXANDRE SILVA | ROBSON MARTINS DA SILVA JÚNIOR |
JOSÉ ALLAN OLIVEIRA |

Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB

I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e
Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista ÂNCORA | ISSN: 2359-375X | V.5 N.1 - JAN/JUN/2018 |

S612 Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: práticas, processos e produtos (1 : 2018 : João Pessoa-PB.).

Caderno de Resumos do I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na era da convergência: práticas, processos e produtos, realizado de 20 a 22 de novembro de 2018, na UFPB [recurso eletrônico] / Organizadores: Joana Belarmino...[et al.]. - João Pessoa: Editora do CCTA, 2018.

Modo de acesso: <<https://goo.gl/ZBy8LV>>

1. Jornalismo. 2. Educação. 3. Ensino Universitário. I. Belarmino, Joana.

II. Título

UFPB/BS-CCTA

CDU: 070



EDITORA DO CCTA | UFPB

Cidade Universitária – João Pessoa – Paraíba – Brasil

CEP: 05508-050 - editora@ccta.ufpb.br

Impresso no Brasil | *Printed in Brazil*

CADERNO DE RESUMOS

I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas, Processos e Produtos

| Ada Kesea Guedes [BEZERRA](#) |

| Aderlon dos Santos [GERONIMO](#)

| Adriana [COSTA](#) |

| Agda Patrícia Pontes de [AQUINO](#) |

| Alessandra Clementino dos [SANTOS](#) |

| Alfredo [VIZEU](#) |

| Alline Laís Silva [LIMA](#) |

| Amanda [AZEVEDO](#) |

| Amy [NASCIMENTO](#) |

| Ana Daniella Fechine [LEITE](#) |

| Ana Flávia Nóbrega [ARAÚJO](#) |

| Ana Inês de [ALMEIDA](#) |

| Ana [SOUSA](#) |

| Anderson Luan Santana [SIQUEIRA](#) |

| Andreza Valdevino [LARANJA](#) |

| Antonio Normando da Silva [DIAS JUNIOR](#) |

| Antonio Roberto Faustino da [COSTA](#) |

| Antonio Simões [MENEZES](#) |

| Aracely Lavine Leite [COUTINHO](#) |

| Arline [LINS](#) |

| Beatriz Augusta Costa [VIEIRA](#) |

| Bruna Vieira de [OLIVEIRA](#) |

| Bruno Rafael de Albuquerque [GAUDÊNCIO](#) |

| Carolina Gomes [VIEIRA](#) |

| Cassiana [FERREIRA](#) |

| Cibelle [TORRES](#) |

| Cibelly Correia dos [SANTOS](#) |

| Cláudia Maria de [CARVALHO](#) |

| Cláudio [BEZERRA](#) |

| Cristiane Larissa Fernandes [MELO](#) |

| Cybele [MORAIS](#) |

| Daniel Vasconcelos [SOLÓN](#) |

| David [FERNANDES](#) |

| Dayara Maria Alves [SOUSA](#) |

| Débora [FREIRE](#) |

| Diana Maria de Albuquerque [ARAÚJO](#) |

| Elane Abreu de [OLIVEIRA](#) |

| Elizabeth [SOUZA](#) |

| Eugenia [VICTAL](#) |

| Eveline Regina [GONÇALVES](#) |

| Fernando [FIRMINO](#) |

| Filipe Francilino de [SOUSA](#) |

| Flora Constance Moura [FERNANDES](#) |

| Franciérica Oliveira [RIBEIRO](#) |

| Gil Aciolly Dantas [JACINTO](#) |

| Gilmara da Costa [FERREIRA](#) |

| Giseli Maria Sampaio de [ARAÚJO](#) |
| Giuliana Batista Rodrigues de [QUEIROZ](#) |

| Glória [RABAY](#) |

| Goretti Maria Sampaio de [FREITAS](#) |

| Hipólito [LUCENA](#) |

| Ivan Andrey Farias da [COSTA](#) |

| Ivan [SATUF](#) |

| Jerlyane Dayse Monteiro dos [SANTOS](#) |

| Joalisson Sebastião da [SILVA](#) |

| Joana Belarmino de [SOUSA](#) |

| Joedson Kelvin Felix de [OLIVEIRA](#) |

| Jonara Medeiros [SIQUEIRA](#) |

| José César dos [SANTOS](#) |

| José Ednilson Almeida do [SACRAMENTO](#) |

| José Primitivo Leal [NETO](#) |

| José Valmir Macêdo de [SOUSA](#) |

| José Pedro da Silva [JÚNIOR](#) |

| Joseany Pontes da [SILVA](#) |

| Kaline Aragão [BARBOSA](#) |

| Laerte [CERQUEIRA](#) |

| Laíz Silveira [FERREIRA](#) |

| Larissa Monteiro Dias [PINTO](#) |

| Leandro Pedrosa de [ANDRADE](#) |

| Leonardo [BURGOS](#) |

| Lorena Borges de [ANDRADE](#) |

| Luana Gregório PEREIRA |

| Lucas Adriel do Nascimento ARRUDA |

| Luis Adriano Mendes |

| Luís Augusto de Carvalho MENDES |

| Luiz Custódio da SILVA |

| Luiz Felipe Bolis RODRIGUES |

| Marcela Mayara Aprígio da SILVA |

| Marcella MACHADO |

| Marcelo Henrique ANDRADE |

| Márcia Elisabeth DEMENTSHUK |

| Marcos Antônio NICOLAU |

| Marcos José da Cruz VITAL |

| Margarete Almeida NEPOMUCENO |

| Maria Cristina Dias da SILVA |

| Maria Letícia Aragão e SILVA |

| Maria Clara Rezende COSTA |

| Maria do Socorro Tomaz Palitó SANTOS |

| Marília Grazielle Cordeiro ALVES |

| Marisa ROCHA |

| Maryanne Marques Gonçalves Paulino de SOUSA |

| Maryanne Marques PAULINO |

| Mateus Bezerra ARAÚJO |

| Maurício de Melo BARROS |

| Mayara Tatiane da Silva BEZERRA |

| Odlinari Ramon Nascimento da SILVA |

| Pâmela Mariana Queiroz [SANTANA](#) |

| Patrícia Monteiro Cruz [MENDES](#) |

| Pedro [BENEVIDES](#) |

| Pedro Henrique Gomes da [PAZ](#) |

| Pedro [NERI](#) |

| Pedro Henrique Barroso da [COSTA](#) |

| Philipe Phaustino Albuquerque de [ARAÚJO](#) |

| Rafaela Alves Nóbrega [GAMBARRA](#) |

| Rebeca [NETO](#) |

| Reinaldo dos Santos Mendes da [SILVA](#) |

| Rillary Gomes [MARTINS](#) |

| Robson [ROQUE](#) |

| Rodrigo de Souza [FRAMENTO](#) |

| Rogério dos Santos [SILVA](#) |

| Romênia Gomes de [OLIVEIRA](#) |

| Roseilda Maria da [SILVA](#) |

| Sandra Raquew dos [S. AZEVEDO](#) |

| Sandra Regina [MOURA](#) |

| Sérgio Paiva [MONTENEGRO](#) |

| Suelly [MAUX](#) |

| Suênio Campos de [LUCENA](#) |

| Taís Resende [ARAÚJO](#) |

| Tamyres Dysa da Luz [AYRES](#) |

| Tatiana [LIMA](#) |

| Thaisa Brandão [COMBER](#) |

| Thayná GOMES |

| Valdecir BECKER |

| Valéria SINÉSIO |

| Verônica Almeida de Oliveira LIMA |

| Waleska Rayane Brasil GOMES |

| Yanka Oliveira de Lima TEIXEIRA |

| Zulmira NÓBREGA |



Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB
I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e
Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista **ÂNCORA** | ISSN: **2359-375X** | **V.5 N.1 - JAN/JUN/2018** |



CADERNO DE RESUMOS

I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos

É com grata satisfação que entregamos aos pesquisadores brasileiros, professores, estudantes e toda a comunidade da área do jornalismo e da comunicação, os anais do I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos.

Cumprindo o calendário anual de realização de eventos nacionais, o Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) realizou, no período de 20 a 22 de novembro de 2017, o I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos, tendo como objetivo central reunir especialistas, pesquisadores e toda a comunidade acadêmica envolvida nos programas de pós-graduação em jornalismo e comunicação da região Nordeste e do país, em torno do debate sobre a era da convergência e os desafios para a formação universitária.

O evento foi construído a partir de dois grandes eixos: O jornalismo profissional, as tecnologias e o desenvolvimento regional, e, num segundo eixo, mobilizou os pesquisadores do país para a consolidação de uma rede colaborativa, de compartilhamento e de pesquisa em torno dos programas de pós-graduação em jornalismo, sobretudo aqueles de natureza profissional.

O I Sinjorp reuniu mais de dez instituições de ensino superior do país, dando curso a uma programação com mesas-redondas, grupos de trabalhos com temáticas diversas, lançamentos de livros e realização de oficinas.

Recebeu 78 resumos organizados em sete grupos de trabalho, a saber: GT1: **Webjornalismo, acessibilidade e cidadania**, coordenado pela Prof^a. Dra. Joana Belarmino – UFPB e a Prof^a. Ms. Jonara Medeiros Siqueira – UEPB; GT2: **Design de produtos jornalísticos**, coordenado pelo Prof. Dr. Valdecir Becker – UFPB; GT3: **Jornalismo e Hiperídia: arte, técnica, saber e política**, coordenado pelo Prof. Dr. Cláudio Cardoso de Paiva – UFPB e a Prof^a. Dra. Mayra Nunes – UFCG; GT 4: **Impacto do digital no jornalismo multiplataforma**, coordenado pela Pesquisadora e Dra. Ana Lúcia Medeiros – Laje/CCTA e o Prof. Me. Odlinari Ramon Nascimento – UFPB; GT5: **Jornalismo, Gênero e Cidadania na Era da Convergência**, coordenado pela Prof^a. Dra. Glória Rabay – UFPB e a Prof^a. Dra. Margarete Nepomuceno – UFPB; GT 6: **Jornalismo e Desenvolvimento Regional**, coordenado pelo Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva – PPJ/UFPB e o Prof. Dr. Roberto Faustino – UEPB; GT 7: **Biografias e perfis jornalísticos**, coordenado pelo Prof. Dr. David Fernandes - UFPB e o Prof. Dr. Suênio Campos de Lucena – UNEB.

Os anais são compostos por um caderno de resumos. Apresentações culturais fizeram do I Sinjorp uma oportunidade inestimável não apenas para o debate científico e investigativo, mas propiciou conagraçamento e interação, numa cidade que agrega em sua geografia a beleza do litoral paraibano e uma valiosa e preservada faixa de mata atlântica, dentro da própria cidade.

Comissão Organizadora

ZULMIRA SILVA **NOBREGA** | Doutorado | UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA
 JOANA BELARMINO DE **SOUSA** | Doutorado | UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA
 LUIZ CUSTÓDIO DA **SILVA** | Doutorado | UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
 ANDRÉ LUIZ DIAS DE **FRANÇA** | Doutorando | UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA
 ODLINARI RAMÓN NASCIMENTO DA **SILVA** | Mestre | UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Universidade Federal da Paraíba

Centro de Comunicação, Turismo e Artes
 Programa de Pós-Graduação em Jornalismo | UFPB
 ÂNCORA – Revista Latino-americana de Jornalismo
 LAJE – Laboratório de Jornalismo e Editoração



Ministério da
Educação



Realização



Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB
 I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista ÂNCORA | ISSN: 2359-375X | V.5 N.1 - JAN/JUN/2018 |

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	
GT1	20
Webjornalismo, acessibilidade e cidadania	
Acessibilidade cultural em pauta: análise midiática sobre o cenário da instrução normativa nº 128 da ancine Amanda AZEVEDO Jonara MEDEIROS	21
Jornalismo e acessibilidade: relato de experiência sobre a disciplina eletiva no curso de jornalismo da universidade estadual da paraíba Carolina Gomes VIEIRA Jonara Medeiros SIQUEIRA Maria Letícia Aragão e SILVA	22
Oralidades literárias e as vozes da imaginação Goretti Maria Sampaio de FREITAS	23
Pauta eficiente: como abordar a deficiência na imprensa José Ednilson Almeida do SACRAMENTO	24
Sobe-som: dilemas da aplicação da técnica no telejornalismo Leonardo BURGOS Joana BELARMINO	25
GT 2	26
Design de produtos jornalísticos	
A economia criativa como estratégia empreendedora de potencialidades endógenas do cariri paraibano, o caso Rota Cariri Cultural Amanda AZEVEDO Thayná GOMES Laíz SILVEIRA	27
Realidade Virtual no Jornalismo Pós-Industrial: conceito e experiências Ana Inês de ALMEIDA Luana Gregório PEREIRA Beatriz Augusta Costa VIEIRA Thaisa Brandão COMBER Fernando Firmino da SILVA	28
Cine colmeia: uma proposta de jornalismo para o Instagram Ivan Andrey Farias da COSTA Agda Patrícia Pontes de AQUINO	29
Reportagens 360 graus: um comparativo de processo de produção, edição e finalização de produtos jornalísticos de viagens Laíz Silveira FERREIRA Valdecir BECKER	30
Affordance no jornalismo Leonardo BURGOS Valdecir BECKER	31

Instagram e whatsapp a combinação que deu certo no empreendedorismo Marcela Mayara Aprígio da SILVA Margarete Almeida NEPOMUCENO	32
Proposta de laboratório para desenvolvimento de empreendimentos digitais no jornalismo Márcia Elisabeth DEMENTSHUK Joana BELARMINO	33
GT 3	34
Jornalismo e Hipermissão: arte, técnica, saber e política	
A cultura dos manuais nas rotinas produtivas da era digital Alline Laís Silva LIMA Zulmira NÓBREGA	35
Notícias de suicídios: política, tabu e sensacionalismo Cláudia Maria de CARVALHO Joana Belarmino de SOUSA	36
Marketing e jornalismo: o caso da reforma gráfica/ editorial da folha em 1997 Eugenia VICTAL	37
Fotografia e jornalismo na internet: relação leitor/imagem no portal G1 Flora Constance Moura FERNANDES Sandra Regina MOURA	38
Imagens do jornalismo político: uma análise sobre três capas da Veja nas eleições de 2014 Philipe Phaustino Albuquerque de ARAÚJO Joana Belarmino de SOUSA	39
GT 4	40
Impacto do digital no jornalismo multiplataforma	
Notícia em 1 minuto? A reconfiguração do jornalismo em ambiente multiplataforma Amy NASCIMENTO Ana SOUSA	41
Consumo esportivo e as novas formas de agregação de público: a reinvenção do jornalismo multiplataforma através do fantasy game Cartola FC Ana Flávia Nóbrega ARAÚJO Antônio Roberto Faustino da COSTA	42
Ensino-aprendizagem e o jornalismo digital: relato de experiência do projeto "é destaque- agência experimental de jornalismo" Andreza Valdevino LARANJA Luiz Felipe Bolis RODRIGUES Maryanne Marques Gonçalves Paulino de SOUSA Mayara Tatiane da Silva BEZERRA Mateus Bezerra ARAÚJO Rillary Gomes MARTINS Taís Resende ARAÚJO Maria do Socorro Tomaz Palitó SANTOS	43
Webdocumentário e reportagem interativa: diferenças fundamentais Arline LINS Cláudio BEZERRA	44 ?

A notícia na TV via celular: uma experiência dos repórteres da TV Paraíba Cristiane Larissa Fernandes MELO Zulmira NÓBREGA	45
Redes sociais na internet: o compartilhamento de informação modificando as práticas jornalísticas Cybele MORAIS Zulmira NÓBREGA	46
O WhatsApp nas redações e as mudanças na rotina jornalística Diana Maria de Albuquerque ARAÚJO Odlinari Ramon da Silva NASCIMENTO	47
Mídia, midiaticização e plataforma: o enfrentamento da construção de conceitos imersos na Comunicação Cibelle TORRES Elizabeth SOUZA Marcella MACHADO Marisa ROCHA Odlinari Ramon NASCIMENTO Rebeca NETO	48
Apontamentos sobre o videojornalismo na web Gil Aciolly Dantas JACINTO Zulmira NÓBREGA	49
Assessoria de imprensa 3.0 e as novas ferramentas utilizadas pela coordenadoria de comunicação da UEPB Giuliana Batista Rodrigues de QUEIROZ Luís Custódio da SILVA Hipólito LUCENA	50
Telejornalismo e convergência: uma análise das chamadas do G1 Pernambuco durante o NETV 1ª edição Lorena Borges de ANDRADE Fernando Firmino da SILVA	51
A notícia no instagram: convergência jornalística em contexto multiplataforma Robson ROQUE Ivan SATUF	52
Telejornalismo e convergência: uma análise do Globo Esporte na TV e na internet Waleska Rayane Brasil GOMES Patrícia MONTEIRO Luís Augusto MENDES	53
Métricas e jornalismo digital na interface entre audiência e produção de notícias Maurício de Melo BARROS Fernando Firmino da SILVA	54
O jornalismo e a convergência digital: desafios para um modelo de negócio viável em todas as telas Adriana COSTA	55
GT5	
Jornalismo, gênero e cidadania na era da convergência	56
Jornalismo, gênero e violência: um estudo da percepção e representação da mulher e da pessoa trans em sites paraibanos de notícias Alessandra Clementino dos SANTOS Ada Kesea Guedes BEZERRA José Pedro da Silva JÚNIOR Maryanne Marques PAULINO	57

Eu sou o outro: uma busca por alteridade na reportagem "ave maria" e a compreensão acerca da violência doméstica Ana Daniella Fachine LEITE Margarete Almeida NEPOMUCENO	58
A estigmatização da mulher: o caso de Suzane Von Richthofen veiculado pela revista Veja Aracely Lavine Leite COUTINHO Glória RABAY	59
Protesto online #BelaRecatadaeDoLar: indignação coletiva e empoderamento feminino Cassiana FERREIRA	60
Ciberfeminismo: o feminismo na plataforma YouTube Gilmara da Costa FERREIRA Yanka Oliveira de Lima TEIXEIRA Margarete Almeida NEPOMUCENO	61
Mídia e violência: sensacionalismo versus fatos reais na disputa pela audiência Jerlyane Dayse Monteiro dos SANTOS Reinaldo dos Santos Mendes da SILVA	62
A influência do consumo nas publicações da revista Atrevida Joseany Pontes da SILVA Suelly MAUX	63
Entre o sagrado e o profano: uma análise da figura pós-moderna da Inês Brasil Larissa Monteiro Dias PINTO Rodrigo de Souza FRAMENTO Margarete Almeida NEPOMUCENO	64
Interfaces entre o jornalismo comunitário e a ambiência digital para o desenvolvimento regional: o papel do blog olhar comunitário Luiz Felipe Bolis RODRIGUES Ana Flávia Nóbrega ARAÚJO Luis Adriano Mendes COSTA	65
Empatia em pauta: discutindo o papel do jornalismo como disseminador de discursos marginais Pedro Henrique Barroso da COSTA Maria Clara Rezende COSTA Margarete Almeida NEPOMUCENO	66
Trabalho e violência numa perspectiva de gênero e reflexo midiático Tamyres Dysa da Luz AYRES Roseilda Maria da SILVA	67
Selfie e a sociedade do espetáculo Kaline Aragão BARBOSA Sandra Raquew dos S. AZEVEDO	68
Onda de estupros no Recife: agendamento, repercussão e atuação do Estado em notícias do Sistema Jornal do Commercio (PE) Pedro Henrique Gomes da PAZ Pedro BENEVIDES	69

GT6	
Jornalismo e desenvolvimento regional	70
A notícia como espetáculo: uma análise sobre a linha editorial do Correio Verdade Aderlon dos Santos GERONIMO Zulmira NÓBREGA	71
Critérios de noticiabilidade, valores-notícia e jornalismo de proximidade para o desenvolvimento regional/local Alline Laís Silva LIMA Alessandra Clementino dos SANTOS Leandro Pedrosa de ANDRADE Luiz Felipe Bolis RODRIGUES Rogério dos Santos SILVA Luiz Custódio da SILVA	72
Desenvolvimento da cultura regional em rede: o papel do projeto Repórter Junino na construção da memória dos festejos juninos Ana Flávia Nóbrega ARAÚJO Franciérica Oliveira RIBEIRO Tamyres Dysa da Luz AYRES Fernando Firmino da SILVA	73
A valorização do jornalismo hiperlocal: uma análise do portal e aplicativo PorAqui Anderson Luan Santana SIQUEIRA Lucas Adriel do Nascimento ARRUDA Margarete Almeida NEPOMUCENO	74
O surgimento da mídia-tecnologia e uma nova perspectiva de experienciar as relações pedagógicas Antonio Normando da Silva DIAS JUNIOR Suelly Maria Maux DIAS	75
A onipresença da violência no jornalismo: análise de conteúdo do JPB 2ª edição Antonio Simões MENEZES Letícia ARAGÃO	76
Embates e desafios na imprensa regional dos artistas nordestinos "excluídos" dos festejos juninos Luiz Custódio da SILVA Antonio Roberto Faustino da COSTA Alessandra Clementino dos SANTOS Aliine Laís Silva LIMA Leandro Pedrosa de ANDRADE Luiz Felipe Bolis RODRIGUES Rogério dos Santos SILVA	77
O rádio na difusão da cultura popular: memória dos artistas paraibanos Goretti Maria Sampaio de FREITAS Dayara Maria Alves SOUSA	78
Jornalismo hiperlocal em João Pessoa: um olhar sobre os leitores de portais e blogs do município Joana Belarmino de SOUSA Pedro NERI	79
A mercantilização das quadrilhas juninas de Campina Grande José Primitivo Leal NETO Giseli Maria Sampaio de ARAÚJO	80

Perspectivas atuais entre o global e o local: as mudanças provocadas pela cibercultura nos valores-notícia dos telejornais locais de campina grande Eveline Regina GONÇALVES Marcos Antônio NICOLAU	81
(IN)FORMAÇÃO e cidadania: cenários e possibilidades para o uso de gêneros jornalísticos como acesso à informação e expressão social na Unidade Escolar Coronel Boa Vista José Valmir Macêdo de SOUSA Daniel Vasconcelos SOLÓN	82
Saberes da pedagogia no jornalismo: Paulo Freire e a prática jornalística Laerte CERQUEIRA Alfredo VIZEU	83
Vizinhança e proximidade: o impacto dos valores-notícia no jornalismo regional Maria Cristina Dias da SILVA Valdecir BECKER	84
Sensacionalismo como valor-notícia: uma análise do caso Diogo Nascimento no Jornal Já Paraíba Marília Grazielle Cordeiro ALVES Suelly MAUX	85
Reestruturação produtiva no telejornalismo local: as novas dinâmicas de trabalho após a digitalização das redações Mateus Bezerra ARAÚJO Taís Resende ARAÚJO Verônica Almeida de Oliveira LIMA	86
O jornalismo regional nas plataformas online: estudo comparativo entre o Cariri Atual e o G1 Romênia Gomes de OLIVEIRA Joedson Kelvin Felix de OLIVEIRA Elane Abreu de OLIVEIRA	87
O telejornalismo na TV UFPB como instrumento de formação profissional Marcos José da Cruz VITAL Luiz Custódio da SILVA	88
Análise de proposta pedagógica referenciada e fundamentada em economia propedêutica e interdisciplinar no curso de jornalismo da UEPB Antonio Roberto Faustino da COSTA José César dos SANTOS Joalisson Sebastião da SILVA José Primitivo Leal NETO	89
GT7	
Biografias e perfis jornalísticos	90
Confluências entre Jornalismo, Literatura e História na construção da grande reportagem “Nego Fuba: um líder que foi sumido” Antonio Normando da Silva DIAS JUNIOR Glória RABAY	91
O magistrado e a arte: técnicas literárias, histórias de vida e memória na construção de perfis de juizes músicos Bruna Vieira de OLIVEIRA Sandra Regina MOURA	92
O prisioneiro da polêmica: Horácio de Almeida em narrativas biográficas Bruno Rafael de Albuquerque GAUDÊNCIO	93

	19
Curto, compartilho e comento: o uso das redes sociais na construção de um perfil jornalístico Cibelly Correia dos SANTOS	94
Cronologia do jornalismo literário: subsídios para um projeto editorial Filipe Francilino de SOUSA Luiz Custódio da SILVA	95
O magistrado e a arte: marcas da descendência nas histórias de vida no livro-reportagem-perfil Marcella Silva Mousinho MACHADO Sandra Regina MOURA	96
As características do texto jornalístico na construção dos perfis em livro-reportagem Marcelo Henrique ANDRADE Luiz Custódio da SILVA	97
“Você tem um isqueiro?”: Notas sobre jornalismo, cidade, travestis e memória em Juazeiro do Norte-CE Pâmela Mariana Queiroz SANTANA	98
A utilização do jornalismo literário na produção de perfis biográficos dentro da web Rafaela Alves Nóbrega GAMBARRA	99
PERFIS: o processo de construção do mundo dos magistrados músicos Sandra MOURA	100
LIVRO-REPORTAGEM: cinco atletas paralímpicos e suas histórias de vida Sérgio Paiva MONTENEGRO Joana Belarmino de SOUSA	101
Verdade ou ficção? O jornalismo biográfico no Brasil – Uma análise do filão a partir do livro Ho-ba-la-lá Suênio Campos de LUCENA	102
O jornalismo literário e as estratégias narrativas da reportagem “Bonito pra chover” no impresso Diário do Nordeste Tatiana LIMA	103
Construção de perfis: A sensibilidade do repórter e as narrativas humanizadas Valéria SINÉSIO	104
Biografia Lampião- Sua história: Pioneirismo, método e narrativa jornalística sobre o “anti-herói” Débora FREIRE David FERNANDES	105

GT1

Webjornalismo, acessibilidade e cidadania

Coordenadores

Prof^a. Dra. Joana Belarmino- UFPB

Prof^a. Ms. Jonara Medeiros Siqueira- UEPB

Ementa:

O GT acolhe trabalhos com apresentação de resultados de pesquisas concluídas ou em andamento. Trabalhos científicos sobre o tema, descrição/apresentação de produtos acessíveis com aplicação em webjornalismo, seja para as audiências, seja para facilitar o trabalho profissional dos jornalistas.

ACESSIBILIDADE CULTURAL EM PAUTA: ANÁLISE MIDIÁTICA SOBRE O CENÁRIO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 128 DA ANCINE

Amanda AZEVEDO¹
Jonara Medeiros SIQUEIRA²
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Em 2016, atendendo a pressões da sociedade civil por grupos de Pessoas com Deficiência – PcDs - a Agência Nacional do Cinema - ANCINE aprovou a Instrução Normativa nº 128 que diz respeito a inserção de recursos de acessibilidade de legendas, legendas descritiva, janela em Libras e audiodescrição, tornando obrigatórios nos cinemas. Realizamos levantamentos das condições dos cinemas analisando a grade de programação, as leis de inclusão e acessibilidade e as tecnologias de suporte acessível em torno desta problemática, como resultado percebemos um distanciamento dos cinemas para atender ao público de PcDs, apesar de que a obrigatoriedade de parâmetros de acessibilidade está previsto nas leis de inclusão. A metodologia utilizada neste trabalho é a análise de conteúdo das reportagens que retratam esse cenário e do material de divulgação criado pela campanha Legenda Nacional, que foram identificados em pesquisa anterior. A nossa proposta consiste no acompanhamento desta política pública de acessibilidade cultural aplicada aos cinemas, no qual indagamos sobre como os profissionais de comunicação se portam ao noticiar esse cenário, analisando a disponibilidade de recursos acessíveis nos veículos de comunicação para sujeitos surdos e cegos, para que tenham acesso pleno as informações. Em contraponto, destacamos as ações de comunicação partindo dos próprios sujeitos, como o caso da campanha Legenda Nacional: Legenda para quem não ouve mas se emociona, que existe desde 2004 e pauta essa discussão em suas redes sociais digitais, inserindo os recursos acessíveis em seus vídeos e textos de divulgação, que buscam conscientizar a sociedade acerca dos direitos das PcDs e fazer pressão frente a regulamentação da ANCINE e sobretudo das políticas de acessibilidade.

Palavras-chave

Acessibilidade; Recursos acessíveis; Políticas Públicas.

¹ Graduada em Relações Públicas pela UFPB. Mestranda da Pós Graduação em Computação, Comunicação e Artes – PPGCCA da Universidade Federal da Paraíba. Email: mandaazevedos@hotmail.com

² Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco, Pós Graduação em Ciência da Informação - Mediação Cultural, pela Universidade Federal de Pernambuco e mestrado profissional em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Docente do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba.



JORNALISMO E ACESSIBILIDADE: RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE A DISCIPLINA ELETIVA NO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

Carolina Gomes VIEIRA³
Jonara Medeiros SIQUEIRA⁴
Maria Letícia Aragão e SILVA⁵
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente trabalho discute a experiência da disciplina eletiva de Jornalismo e Acessibilidade implementada no curso de jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), no segundo semestre de 2017. A proposta surge a partir de pesquisas desenvolvidas pela docente Jonara Medeiros Siqueira, ao identificar a necessidade de formação dos profissionais da comunicação sobre a temática, propondo a inserção na grade curricular e protagonizando a iniciativa nos cursos de Jornalismo. Inicialmente a disciplina possui uma carga horária de 30 horas, com fundamentação teórica que parte de referências bibliográficas da Espanha (Sanz y Simón, Laura y Vilches Vivancos (2014), assim como de produções e experiências de Comunicação Acessível no Brasil, na proposta de jornalismo inclusivo de Cláudia Werneck (1997) e as teorias de Romeu Kazumi Sassaki (2003) acerca de acessibilidade e inclusão. A ementa traz estudos dos recursos de acessibilidade comunicacional, na produção com a janela da Língua Brasileira de Sinais. Também são pesquisados os marcos legais da Pessoa com Deficiência no Brasil e as iniciativas de Jornalismo e Acessibilidade na produção midiática brasileira. Partindo dos dados onde 15% da população mundial vive com alguma forma de deficiência. Sendo na América Latina são 79 milhões e, no Brasil, quase 46 milhões, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE/2010). A região Nordeste, tem a maior taxa de prevalência de pessoas com, pelo menos, uma das deficiências: 26,3%. Avaliaremos, desse modo, a necessidade de estudarmos a possibilidade de um produto jornalístico acessível, tendo em vista que uma grande parcela da população está imersa na condição de 'incomunicação' por termos uma estrutura de meios comunicacionais que não se adaptam as necessidades para que a notícia chegue para todos os cidadãos de maneira igualitária.

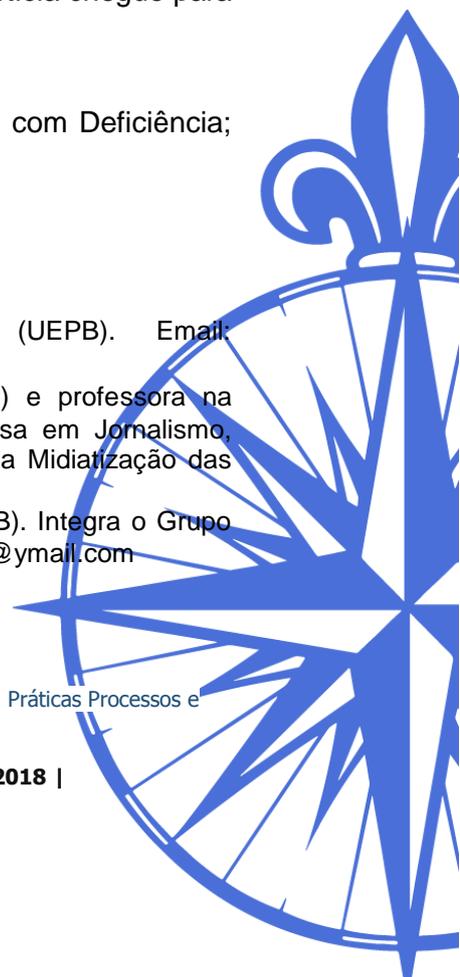
Palavras-chave

Jornalismo e Acessibilidade; Implementação de Disciplina; Pessoas com Deficiência; Direito Humano à Comunicação.

³ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Email: carolinagmsvieira@gmail.com

⁴ Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e professora na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Mídia, Acessibilidade e Cidadania - GJAC (UFPB) e o Grupo de Pesquisa Midiatização das Práticas Sociais (UNISINOS). Email: jonaramedeiros@gmail.com

⁵ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Integra o Grupo de Pesquisa Jornalismo e Mobilidade (Mobjor/ UEPB). Email: leticiaaragao@ymail.com



ORALIDADES LITERÁRIAS E AS VOZES DA IMAGINAÇÃO

Goretti Maria Sampaio de FREITAS⁶
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

As novas configurações do rádio na internet têm contribuído para a construção de uma nova cultura de audição encontrada principalmente nas webrádios que atuam como um canal legítimo de divulgação e de fácil acesso principalmente perante o público com necessidades especiais. O processo de convergência, mais interativo propõe ações de ordem complementar que se estruturam numa plataforma multimidiática, atendendo às necessidades de um novo público. Tais reflexões nos ajudaram a compreender a convergência e aplicá-la de forma empírica através de um projeto de áudio livro que surge como alternativa de um canal de participação plural direcionado aos deficientes visuais. Em sua primeira edição o áudio livro se constituiu através de obras da dramaturga e Cordelista Lourdes Ramalho, um dos nomes mais representativos e significativos da dramaturgia Nordestina. Na contemporaneidade a literatura de cordel assume um caráter representativo e informativo da memória de um povo e embora considerado um folheto de cunho popular, não está acessível a todas as pessoas, a exemplo dos deficientes visuais, que sofrem com a ausência ou ineficiência de programas que lhes permitam ter acesso à literatura de uma forma mais abrangente. As estratégias metodológicas organizaram-se através de pesquisa documental e entrevistas semi- estruturadas. Os temas abordados observaram a riqueza de linguagem, provérbios, trocadilhos, musicalidades e ritmos. Pesquisa de efeitos sonoros compatíveis ao contexto igualmente foi realizada. No desmembramento realizou-se a preparação dos autores dando vida a cada personagem interpretado. Na sequência a gravação e posteriormente a edição do áudio. O áudio livro fundamenta-se na perspectiva de contribuir para a formação cultural daqueles que não tem o hábito da leitura através de um processo de educação inclusiva, permitindo que usem a imaginação para reconstruir ambientes, personagens e significados.

Palavras-chave

Audio Livro; Cordéis; Inclusão.

⁶ Professora Doutora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba. : Formação: Graduação em Comunicação Social/Jornalismo, Especialização em Comunicação Educacional, Mestrado em Ciências da Sociedade, Doutorado em Sociologia. Área de Pesquisa: Radiodifusão e sociologia da juventude. : <http://lattes.cnpq.br/5216811675541316>. e mail gmscg@uol.com.br



PAUTA EFICIENTE: COMO ABORDAR A DEFICIÊNCIA NA IMPRENSA

José Ednilson Almeida do SACRAMENTO⁷
Universidade Federal da Bahia- UFBA

Resumo

O artigo traz um extrato do processo de elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) cujo objetivo consistiu na elaboração de um guia com orientações para jornalistas sobre como tratar a deficiência na imprensa. O trabalho reuniu, a partir da pesquisa e revisão bibliográfica, um conjunto de orientações e procedimentos de como tratar a deficiência nos meios de comunicação. A pesquisa baseou-se em depoimentos, entrevistas e em marcos legais como o Estatuto da Pessoa com Deficiência, promulgado em 2015 e apresenta termos recomendados, expressões em desuso e breves informes sobre variados tipos de deficiência, além de sugestões de pauta e um catálogo de fontes qualificadas para o Estado da Bahia. O trabalho reúne, a partir de documentos e marcos legais recentes, um leque de termos e expressões comuns ao segmento das pessoas com deficiência, procurando orientar repórteres e demais profissionais da Comunicação durante os processos de construção de notícias. Também consta na pesquisa depoimentos de pessoas com deficiência e agentes formadores de opinião como professores, jornalistas e especialistas da imprensa. Destacam-se neste trabalho os estudos de Jesus Martin-Barbero (2003), Stuart Hall (2003), Debora Diniz (2007), além dos apontamentos elaborados por ativistas como: Romeu Sassaki (2003) e Claudia Werneck (2003). Por terem como objeto de pesquisa recortes de estratos de grupos sociais menos favorecidos, figurando em condições desiguais nos espaços de mídia e no campo social, as abordagens elencadas revelaram-se como de grande importância para o nosso estudo.

Palavras-chave

Pessoas com Deficiência; Terminologias; Jornalistas; Linguagem.

⁷ Graduado em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da UFBA (FACOM/UFBA) ednilsonsacramento@gmail.com



SOBE-SOM: DILEMAS DA APLICAÇÃO DA TÉCNICA NO TELEJORNALISMO

Leonardo BURGOS⁸
Joana Belarmino de SOUSA⁹
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O trabalho proposto insere-se no processo reflexivo sobre o relevante tema do direito humano à comunicação e ao jornalismo, com foco na acessibilidade no telejornalismo. Propõe um estudo de casos de reportagens audiovisuais que adotam a estratégia do “sobe-som”, técnica que usa o áudio ambiente como componente especial na feitura da reportagem, no viés técnico e nos impactos que tais conteúdos trazem para a fruição de assuntos por públicos tidos como especiais, tais como os de pessoas com deficiência visual, pessoas idosas e/ou com algum déficit intelectual. Este trabalho apresenta os resultados iniciais de pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), discutidas também no Grupo de Pesquisas em Jornalismo, Mídia, Acessibilidade e Cidadania, também da UFPB. São concepções que envolvem o trabalho: acessibilidade, sua natureza legal, sua natureza técnica e a audiodescrição como estratégia para uma fruição confortável de conteúdos de TV por pessoas cegas. Contrato de leitura é outra concepção que nos permitirá discutir processos de interação entre TV, telejornalismo e suas audiências. Serão detalhados neste trabalho alguns casos pontuais em que o uso do sobe-som foi supervalorizado e, portanto, pode dar mais clareza e compreensão dos dilemas aqui levantados durante a pesquisa.

Palavras-chave

Acessibilidade; Telejornalismo; “Sobe-som”.

⁸ Mestrando do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB
leonardomatosburgos@gmail.com

⁹ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com



GT2

Design de produtos jornalísticos

Coordenadores

Prof. Dr. Valdecir Becker- UFPB

Ementa:

O GT acolhe trabalhos, com apresentação de resultados de pesquisas concluídas ou em andamento, sobre o design de produtos e processos jornalísticos. Neste escopo estão incluídos temas como inovação, empreendedorismo, modelos de negócio, jornalismo de dados, jornalismo automatizado, análises mercadológicas, novas técnicas e tecnologias de produção e fruição.

A ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA DE POTENCIALIDADES ENDÓGENAS DO CARIRI PARAIBANO, O CASO ROTA CARIRI CULTURAL

Amanda AZEVEDO¹⁰

Thayná GOMES¹¹

Laíz Silveira FERREIRA¹²

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

A presente pesquisa faz a análise de uma experiência de roteiro turístico atuante na economia criativa, o caso da Rota Cariri Cultural, que envolve as cidades paraibanas Congo, Monteiro e o assentamento de Santa Catarina. A Rota Cariri Cultural tem como base o trabalho de valorização dos potenciais criativos endógenos da região - sendo pessoas ou território. Assim, é possível perceber o impacto da iniciativa na economia local a partir da criação de oportunidades de empreendedorismo criativo embasadas na cultura local e de atrativos turísticos que impulsionam o fluxo contínuo de turistas na região gerando mais renda e crescimento local. A presente pesquisa bibliográfica e de campo possui abordagem qualitativa através de estudo de caso sobre a organização Rota Cariri Cultural. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com os organizadores com a utilização de questões subjetivas semi estruturadas e visitas aos pontos da rota nos dias 02 e 03 de setembro de 2017. O empreendedorismo está presente em diversas áreas deste roteiro turístico, dentre elas o campo jornalístico, que possibilita uma divulgação alternativa aos veículos massivos, que por se tratar de destinos turísticos novos não teriam tanto espaço na mídia convencional, migrando assim sua divulgação para as plataformas digitais. Concluímos a pesquisa destacando quais são os fatores imprescindíveis para a potencialização do produto criado, são eles: a gestão estratégica e o empreendedorismo, atrelados à divulgação midiática online da Rota Cariri Cultural.

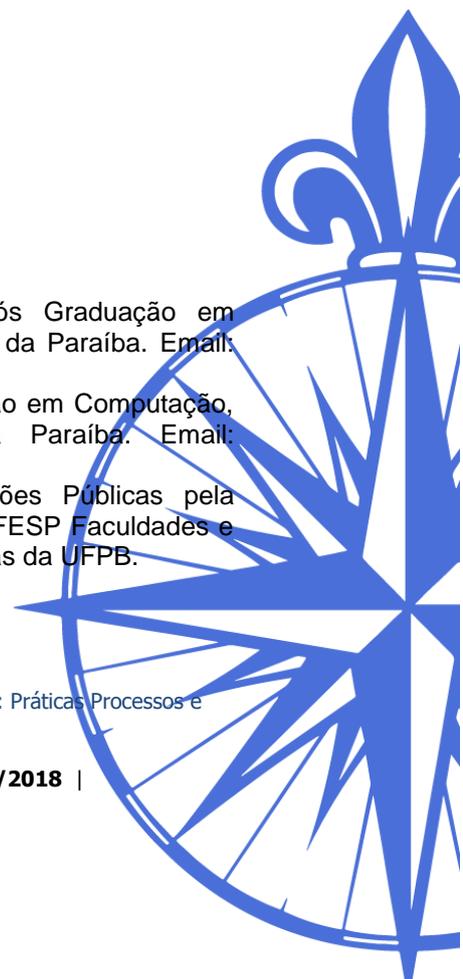
Palavras-chave

Economia Criativa; Empreendedorismo; Jornalismo.

¹⁰ Graduação em Relações Públicas pela UFPB. Mestranda da Pós Graduação em Computação, Comunicação e Artes – PPGCCA da Universidade Federal da Paraíba. Email: mandaazevedos@hotmail.com

¹¹ Graduanda em Mídias Digitais pela UFPB. Mestranda da Pós Graduação em Computação, Comunicação e Artes – PPGCCA da Universidade Federal da Paraíba. Email: thaynagomees@gmail.com

¹² Graduação em Comunicação Social - com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba, Especialização em Telejornalismo pela FESP Faculdades e Mestrado em Jornalismo pela UFPB. Docente do curso de Relações Públicas da UFPB.



REALIDADE VIRTUAL NO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL: CONCEITO E EXPERIÊNCIAS

Ana Inês de ALMEIDA¹³

Luana Gregório PEREIRA¹⁴

Beatriz Augusta Costa VIEIRA¹⁵

Thaís Brandão COMBER¹⁶

Fernando FIRMINO¹⁷

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O jornalismo vivencia mudanças estruturais na produção e distribuição de conteúdos a partir do impacto da tecnologia digital. A Realidade Virtual é uma das modalidades emergentes em decorrência do surgimento de óculos RV (modernos como Oculus Rift e populares e caseiros Google Cardboard) e câmeras para captura. O jornalismo vem se apropriando dessa estrutura para produção de novas narrativas partindo de vídeos em 360 graus ou Realidade Virtual Imersiva. O trabalho objetiva discutir o conceito de Realidade Virtual no contexto de narrativas de jornalismo pós-industrial explorando o caso do The New York Times e de experiências brasileiras como Vice Brasil e Rede Globo. O jornalismo pós-industrial preconiza uma transição de modelos de produção estático para formatos mais dinâmicos e impermanentes. As narrativas de jornalismo imersivo no contexto da Realidade Virtual contemporânea exploram novas estéticas e sensorialidades transportando os usuários para os ambientes reais e sintéticos. Esta condição de co-presença representa reconfiguração nas narrativas e possibilidades de maior grau de imersão e de interação. Resultados parciais da pesquisa vislumbram para a implicação de uma nova modalidade no jornalismo contextualizado e fluido pela natureza de narrativas imersivas que colocam usuário em condição de co-presença diante do fato narrado.

Palavras-chave

Realidade Virtual; Jornalismo Imersivo; Vídeo 360 graus.

¹³ Graduando em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Bolsista de Iniciação Científica e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR. Email: anainesalmeidacosta@gmail.com

¹⁴ Graduando em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Bolsista de Iniciação Científica e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR. Email: luanagregoriopereira@gmail.com

¹⁵ Graduando em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Integrante de Iniciação Científica e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR. Email: beatrizcostavieira@gmail.com

¹⁶ Graduando em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Integrante de Iniciação Científica e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR. Email: thaisabrand@gmail.com

¹⁷ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo na UFPB e professor de Jornalismo na UEPB. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR. Email: fernando.milanni@gmail.com



CINE COLMEIA: UMA PROPOSTA DE JORNALISMO PARA O INSTAGRAM

Ivan Andrey Farias da COSTA¹⁸
Agda Patrícia Pontes de AQUINO¹⁹
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

Este trabalho apresenta a produção do projeto Cine Colmeia. Uma proposta de como o jornalismo pode utilizar o *Instagram* como plataforma de divulgação de conteúdo que, neste trabalho, chamamos de Jornalismo em Grid, um formato de informação de cunho jornalístico, pensado e organizado em forma de grade ou quadros. Foram desenvolvidos 3 infográficos multimídias abordando a temática do cinema. Para isso, entende-se que quando a sociedade muda e se relaciona de uma nova forma com a informação, o jornalismo se reconfigura para se encaixar nas novas necessidades da população através de novas técnicas, formatos e/ou dispositivos.

Palavras-chave

Infográfico; *Instagram*; *Smartphone*.

¹⁸ Graduado no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UEPB. Foi monitor de Linguagem Fotográfica I e Extensionista no projeto da Revista de Cultura de Moda Xique Xique. Estudante do MBA em Produção de Conteúdo para Mídias Digitais da Unicoorp. Assessor de Comunicação da Faculdade Rebouças de Campina Grande. E-mail: ivanandreycosta@gmail.com.

¹⁹ Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutoranda em Educação pela UFPB, onde desenvolve pesquisa sobre o ensino de fotografia nos cursos de Jornalismo em tempos de convergência. Tem mestrado em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), especialização em Redação Jornalística pela Universidade Potiguar (UnP) e graduação em Jornalismo pela UFPB. E-mail: agdaaquino@gmail.com



REPORTAGENS 360 GRAUS: UM COMPARATIVO DE PROCESSO DE PRODUÇÃO, EDIÇÃO E FINALIZAÇÃO DE PRODUTOS JORNALÍSTICOS DE VIAGENS

Laíz Silveira FERREIRA²⁰

Valdecir BECKER²¹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Os usuários do universo digital estão se familiarizando cada vez mais com produtos jornalísticos no formato 360 graus. Esse condicionamento de adaptação é um fenômeno resultante do acesso popular gradativo e amplo às tecnologias precedentes e à convergência dos meios nesse contexto tecnológico e cultural de massa, que gera um efeito em cadeia de consumo e repasse de conteúdos seja por interesse cultural, pessoal, político ou econômico (Jenkins, 2014). Esse processo de mudança se reforça nas plataformas sociais e as impacta. Essa alteração comportamental de massa em relação ao consumo de conteúdo gera ainda uma onda de mudança de paradigmas e de conduta entre os profissionais, na composição e disponibilidade de conteúdos multiuso ofertando cada vez experiências mais imersivas e disponibilizadas em multitelas. Mas afinal, para novos comportamentos de consumo em meios e de narrativas são necessárias novas técnicas e novas tecnologias de produção, e quais são elas? Quais são os formatos de execução de uma produção jornalística audiovisual de meios tradicionais que ainda são aplicados - ou não mais - na construção de narrativa em equipamentos 360 graus? O objetivo dessa pesquisa inicial é traçar os comparativos de execução de produção, edição e finalização de produtos jornalísticos de viagens construídos a partir de processos tradicionais e em condições 360°. Para tanto, usamos da análise de processo exploratória e de caráter quantitativo e qualitativo junto ao processo de construção de quatro reportagens, sendo duas tradicionais e duas em versão 360° da empresa Jornalismo de Viagem, efetivando uma análise comparativa desde recorte e seleção de imagens e ambientes à entrevistas e *off*. Os resultados iniciais apontam para a necessidade da desconstrução de processos técnicos tradicionais pelo profissional e também a ampliação da prática de curadoria da informação e a exigência de mais capacitação, conhecimento e habilidades tecnológicas.

Palavras-chave

360 graus; Jornalismo; Audiovisual.

²⁰ Mestrado Profissional em Jornalismo (UFPB); Especialista em Telejornalismo (FESP Faculdades); Graduação em Relações Públicas (UFPB). Pesquisadora do grupo Design Audiovisual e docente do curso de Relações Públicas da UFPB. Email: laizfederal@hotmail.com

²¹ Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006, UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes (PPGCCA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: valdecir@ci.ufpb.br



AFFORDANCE NO JORNALISMO

Leonardo BURGOS²²

Valdecir BECKER²³

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O termo *affordance* vem do inglês e ainda não tem tradução específica para a língua portuguesa e basicamente representa a qualidade de algum objeto que torna o usuário capaz de manuseá-lo de modo orgânico, natural, sem a necessidade de explicação prévia. É um conceito oriundo inicialmente da Psicologia que em seguida migrou para a área de Ciências Exatas, chegou a se fixar quando são abordados assuntos relacionados à design, interação homem-computador e inteligência artificial, e recentemente tem sido usado para embasamento teórico da comunicação, especificamente no campo jornalístico. O objetivo do presente trabalho é, portanto, apresentar um apanhado de contexto histórico e social do uso do conceito de *affordance* na literatura acadêmica ao longo do tempo, bem como a empregabilidade do conceito nas diversas áreas, em especial no campo jornalístico. Para atingir o objetivo, foi feita uma revisão de literatura sobre o conceito que reúne a evolução e a empregabilidade do mesmo nas áreas anteriormente mencionadas. Descobriu-se então que há importante potencial na aplicabilidade do conceito nos estudos atuais sobre o jornalismo e suas mudanças recentes de paradigmas em todo o mundo. Isso significa que o conceito de *affordance* permite entender possíveis rumos que o jornalismo pode tomar de acordo com o relacionamento deste com as teorias do jornalismo.

Palavras-chave

Affordance; interação homem-computador; teoria da comunicação; jornalismo.

²² Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Especialista em Direitos Humanos pela mesma universidade desde 2014. Atualmente, é aluno do Mestrado Profissional em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Atua como Editor de Texto da Rede Globo Nordeste desde 2012. Email: leonardomattosburgos@gmail.com

²³ Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006,UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes (PPGCCA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).E-mail: valdecir@ci.ufpb.br



INSTAGRAM E WHATSAPP A COMBINAÇÃO QUE DEU CERTO NO EMPREENDEDORISMO

Marcela Mayara Aprício da SILVA²⁴
 Margarete Almeida NEPOMUCENO²⁵
 Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Nos tempos atuais, percebe-se nitidamente o poder digital na vida de cada indivíduo que vivencia a pós-modernidade e esse poder marca presença em toda faixa etária e classe econômica. O *Instagram* e o *whatsapp* são os meios de comunicação digital que proporcionam muita facilidade de comunicação durante a interação das vendas de produtos e serviços voltados principalmente para a imagem individual que auxiliam no status do indivíduo que está alienado pelo consumismo. Roupas, maquiagem e acessórios são exemplos das vendas analisadas. O consumidor vê o produto ou serviço no *instagram*, entra em contato pelo *whatsapp* com o vendedor e firma uma boa relação. A conexão dessas redes sociais são frutos da sociedade *narcisista* e do imediatismo. O objetivo principal é demonstrar como as relações de empreendedorismo evoluíram nesse contexto da pós-modernidade facilitando o contato entre os elementos da tríade: empreendedor, produto e cliente. Através das imagens disponibilizadas no *instagram*, os empreendedores se utilizam de meios atrativos e produzem espetáculos visuais que auxiliam nas vendas dos produtos. Essa nova forma de cultura de consumo utiliza estratégias de alienação como os recursos de design digitais que dão mais qualidade às fotos e dão ideia de representatividade. Esse trabalho tem como principal fundamento o artigo de Douglas Kellner intitulado “A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo”, as produções intelectuais de Stuart Hall e Leandro Karnal. Pesquisas internacionais sobre o avanço da utilização servirão como bases de consultas de dados, por exemplo, os dados da *Digital News Report* e da consultoria *Forrester*. Além disso, entrevistas com empreendedores cujo perfil das lojas com *instagram* possuem quantidade significativa de curtidas, entrevistas com clientes que gostam de fazer compras visualizando o *instagram* e estudo das produções acadêmicas de especialistas que analisam essa área de estudo sobre redes sociais.

Palavras-chave

Instagram; *Whatsapp*; Empreendedorismo.

²⁴ Graduanda do 4º período do curso de jornalismo da UFPB. E-mail: marcela_mayara1@hotmail.com

²⁵ Professora doutora do Departamento de Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba. Coordenadora do GEM - Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia. Email: margaretea@gmail.com.



PROPOSTA DE LABORATÓRIO PARA DESENVOLVIMENTO DE EMPREENDIMENTOS DIGITAIS NO JORNALISMO

Márcia Elisabeth [DEMENTSHUK](#)²⁶
 Joana Belarmino de [SOUSA](#)²⁷
 Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo descrever uma proposta de formação de um laboratório para o curso de Comunicação Social - Jornalismo - e Mídias Digitais da UFPB, o qual tenha por missão estratégica operar como uma incubadora para o desenvolvimento inicial de projetos digitais de estudantes e docentes dos referidos cursos. É notório que os meios de comunicação paraibanos estão vivendo os mesmos processos que atravessam a mídia no mundo: crise nos modelos de negócios tradicionais bem como nos processos clássicos de produção e distribuição de conteúdo, ao mesmo tempo, passam pelos processos de adaptação ao chamado modelo tecnológico. A proposta visa sanar lacunas existentes tanto na formação universitária quanto no mercado local, onde se verifica carência de inovação, ideias, realizações e implementações nessa área. É certo que muitos bons projetos surgem nas disciplinas universitárias, à exemplo do coletivo “Se Liga na Pauta”, do Jornalismo e o “Bitweek”, de Mídias Digitais. Projetos como esses encontrarão no laboratório a estrutura para adquirirem viabilidade comercial. Uma vez que o laboratório possui característica interdisciplinar, pretende-se a participação de profissionais, docentes e discentes não só dos cursos de Comunicação e Mídias Digitais como também da área de tecnologia, como Ciência da Computação - programadores e técnicos em redes. Para tanto, a formalização de parcerias se faz necessária. Visando a ampliação do conhecimento, o laboratório realizará ainda cursos, seminários e outras atividades e proporcionará o intercâmbio de experiências. O estudo se apoia em autores como João Canavilhas, Fernando Firmino, Silvio Meira, Manuel Castells, Robert Wiener, entre outros.

Palavras-chave

Jornalismo Digital; Laboratório; Inovação.

²⁶ Jornalista graduada pela Faculdade dos Meios de Comunicação Social (Famecos – PUC-RS). Especialização em Marketing de Comunicação pela ESPM-RS. Mestrado pelo Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB.

²⁷ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com



GT3

Jornalismo e Hipermídia: arte, técnica, saber e política

Coordenadores

Prof. Dr. Cláudio Cardoso de Paiva – UFPB

Prof^a. Dra. Mayra Nunes – UFCG

Ementa:

A proposta consiste em agregar interessados na interface processos jornalísticos hipermidiáticos, observando as suas conexões com as dimensões estéticas, tecnológicas, cognitivo-sensoriais e políticas, com ênfase no contexto cotidiano atual.

A CULTURA DOS MANUAIS NAS ROTINAS PRODUTIVAS DA ERA DIGITAL

Alline Laís Silva LIMA²⁸

Zulmira NÓBREGA²⁹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Padronizando normas de estilo e gramática nas rotinas produtivas do jornalismo, o placard (1929) do jornal A Província, em Pernambuco, é considerado o primeiro registro de manual de redação no Brasil. Duas décadas depois aparece as Regras de Redação (1950) do Diário Carioca. Anos mais tarde a questão ética é incorporada aos guias, como é possível observar no Manual Geral da Redação (1984) da Folha de São Paulo, Manual de Redação e Estilo (1990) de O Estado de São Paulo e Manual Geral da Redação (1992) do Jornal O Globo. Esta pesquisa analisa o uso desses produtos na Era digital na prática profissional, na qual há escassez de tempo para apurar e redigir a notícia, o que pode ser um aliado da uniformização do texto jornalístico, limitando a capacidade do profissional de analisar e interpretar a realidade social que envolve determinada pauta. Desta forma, a pesquisa objetiva provocar reflexões acerca dos manuais de redação e estilo e investigar a aplicabilidade desses produtos nas rotinas produtivas da contemporaneidade. Para tanto, usamos a Análise de Conteúdo sobre o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais (2012), elaborado pela Secretaria de Comunicação Social do Poder Executivo Federal; aplicamos questionários com os profissionais que atuam nas redes sociais digitais do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE). Amparados em autores como Vizeu (2008), Fausto (2015) e Martino (2014), temos como resultados preliminares que as funções pedagógicas/didáticas dos manuais são aspectos que contribuem para a compreensão do público, mas correm o risco de cair na arrogância ao considerar leitores como meros leigos; as limitações à narrativa do acontecimento são consequências negativas trazidas pelos manuais quando aplicados à risca; e que perspectivas teóricas em torno das mídias digitais reforçam a ideia de que esses produtos não acompanham as rotinas do profissional que atua em plena Era Digital.

Palavras-chave

Jornalismo; Manual de redação; Rotinas produtivas; Era digital.

²⁸ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: allinelais@gmail.com

²⁹ Doutora em Cultura e Sociedade pela UFPB, professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: zulmiranobrega@uol.com.br



NOTÍCIAS DE SUICÍDIOS: POLÍTICA, TABU E SENSACIONALISMO

Cláudia Maria de CARVALHO³⁰

Joana Belarmino de SOUSA³¹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente artigo se propõe a identificar o motivo pelo qual apenas uma pequena parcela dos casos de suicídio são noticiados e outros silenciados na mídia brasileira. Para isso, analisaremos a abordagem de dois veículos da chamada grande imprensa (*Rede Globo e Rede Record de Televisão*) em dois episódios ocorridos em épocas próximas: as mortes voluntárias do médico Farah Jorge Farah, em 22 de setembro de 2017, amplamente noticiada, com a inclusão de detalhes usados por ele para dar cabo da própria vida, desrespeitando, inclusive as recomendações de autoridades mundiais de saúde sobre a abordagem da mídia nestes casos; e a do reitor da UFSC, Luiz Carlos Cancellier de Olivo, no dia 2 de outubro de 2017, com tímida aparição na TV, mas fartamente noticiada nos sites, especialmente naqueles ligados à esquerda, que abordaram as conotações políticas da tragédia que pusera fim à vida do reitor afastado. O que fez com que os autoextermínios de Farah e Cancellier tivessem ultrapassado as barreiras de vedação normalmente existentes nas redações quando se trata de suicídio? O trabalho articula repercussões políticas, processos da audiência que reage, e reflete sobre os mecanismos de *gatekeeping*, que determinam o que será ou não notícia. As restrições que existem até hoje sobre o assunto tiveram origem na literatura, em 1774, quando a venda do livro “Os sofrimentos do jovem Werther”, de Goethe, chegou a ser proibida em alguns países da Europa por causa do receio do efeito de “contágio”. Na obra, o autor descreve o suicídio do protagonista em detalhes, fato que foi “imitado” por muitos jovens da época.

Palavras-chave

Notícias de suicídio; *Gatekeeping*; Sensacionalismo; Repercussões políticas.

³⁰ Jornalista e estudante do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB (claudiacarvalho@gmail.com)

³¹ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com



MARKETING E JORNALISMO: O CASO DA REFORMA GRÁFICA/ EDITORIAL DA FOLHA EM 1997

Eugenia VICTAL³²
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este estudo destaca as alterações no projeto gráfico desenvolvido pelo jornal *Folha de São Paulo*, considerando a evolução dos anos 60 até 1997, culminando com a campanha publicitária de reposicionamento de marca do veículo, como forma de destacar as etapas de construção da notícia além das características textuais e importância dos elementos gráficos e ferramentas de marketing no processo jornalístico. Visa destacar também a forma de, com o uso de ferramentas de marketing, apelos visuais e uso de linguagem publicitária, posicionar o veículo perante a sociedade, em conformidade com os valores praticados pelo mesmo em sua trajetória.

Palavras-chave

Jornalismo; Jornalismo Visual; Projeto Gráfico; Marketing; *Folha de São Paulo*.

³² Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba, com experiência em jornalismo, publicidade e marketing desde 1995.



FOTOGRAFIA E JORNALISMO NA INTERNET: RELAÇÃO LEITOR/IMAGEM NO PORTAL G1

Flora Constance Moura **FERNANDES**³³
 Sandra Regina **MOURA**³⁴
 Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

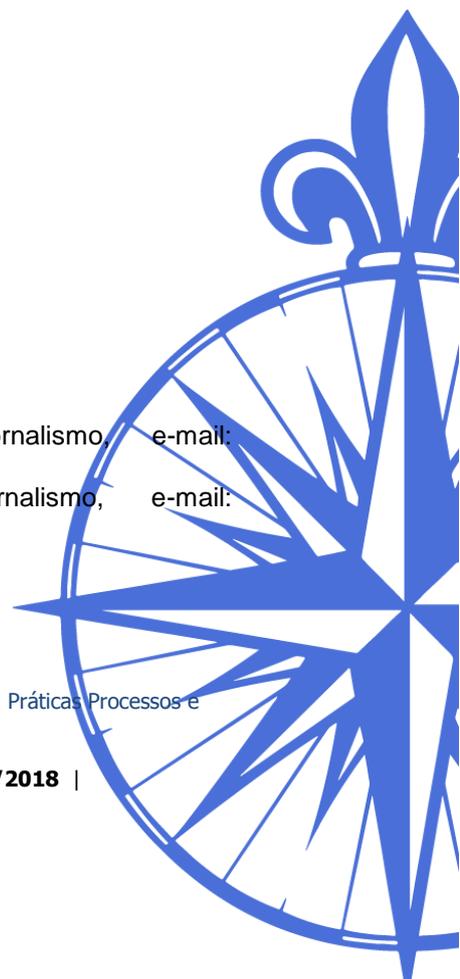
Que a máquina computacional traria impacto para as humanidades, Ted Nelson já previa. A Revolução Industrial trouxe máquinas capazes de acelerar a produção dos bens materiais para o mercado capitalista. Mas pouco é lembrado a importância da produção de bens simbólicos, das máquinas semióticas como a fotografia, que produzem e reproduzem linguagens que funcionam como meio de comunicação. A digitalização do conhecimento seria um grande salto para a modernidade, e ao fundir hipertexto e multimídia traria o que chamamos hiperídia, remetendo-nos a documentos que não são apenas textuais, mas nos guiam para fotos, vídeos, músicas, áudios, etc. Essa mistura de linguagens inaugura um novo modo de formar e configurar informações, construindo parentescos com as três matrizes fundamentais: a verbal, a visual e, a sonora. Para esta análise será de fundamental importância os estudos de Lúcia Santaella em relação ao jornalismo pós-moderno, trazendo reflexões sobre sua transformação, que implica em novas possibilidades de leitura e interatividade. Além de reflexões de Dulcilia Buitoni que envolve a imagem jornalística na internet com novas visualidades fotográficas aplicadas ao jornalismo. Ao partir dessa premissa, o trabalho em questão focará na relação existente entre o leitor e as imagens fotográficas, e para isto, usaremos o portal de notícias da *Globo (G1)* como objeto de estudo e em específico as editorias de esporte, música e política.

Palavras-chave

Jornalismo; Fotografia; Interatividade; G1.

³³ Mestranda do Programa de Pós- Graduação em Jornalismo, e-mail: floracmfernandes@gmail.com

³⁴ Professora do Programa de Pós-Graduação em jornalismo, e-mail: sandroca95@hotmail.com



IMAGENS DO JORNALISMO POLÍTICO: UMA ANÁLISE SOBRE TRÊS CAPAS DA VEJA NAS ELEIÇÕES DE 2014

Philippe Phaustino Albuquerque de ARAÚJO³⁵
Joana Belarmino de SOUSA³⁶
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente trabalho tem por objeto uma análise imagética das capas da revista *Veja* “Eles Sabiam de tudo”, “O poder de Aécio” e a “Solidão da vitória”, que protagonizaram a campanha eleitoral presidencial de 2014, sendo escolhidas capas que representasse o antes, presente e o pós-embate eleitoral. As capas se destacam por carregar imagens que norteiam a determinado posicionamento político. Quando analisamos a capa “O poder de Aécio”, detectamos que a revista *Veja* lançava ali uma espécie de salvador do Brasil. Esse tipo de percepção ganha força quando diagnosticamos os tons sombrios usados na capa “Eles sabiam de tudo” e o tom de tristeza na capa “Solidão da vitória”, que reportava a solidão da Presidenta Dilma Rousseff, mesmo na vitória. Para esse estudo temos como aporte teórico as propostas Silva (2010), em sua obra *Estética Utilitária*. O estudo também contará com contributos da semiótica. A pesquisa parte de uma compreensão de que as imagens por si só formam uma narrativa que, no caso em estudo, buscava convencer o eleitorado de que Lula e Dilma eram cúmplices dos escândalos de corrupção na Petrobras. Finalmente o trabalho explora brevemente os processos de mimetização que foram gerados da *Veja*, os quais podem ser vistos como processo de reação e desconstrução da narrativa jornalística. A discussão envolve assim, técnicas de produções imagéticas, linguagens e ambiências jornalísticas e suas interações com a sociedade, sobretudo através das ambiências das redes sociais.

Palavras-chave

Revista *Veja*; Semiótica; Jornalismo; Eleições 2014.

³⁵ Mestrando do Programa de Pós-Graduação Profissional em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Email: philipeassessoria@gmail.com

³⁶ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com



GT4

Impacto do digital no jornalismo multiplataforma

Coordenadores

Pesquisadora e Dra. Ana Lúcia Medeiros – Laje/CCTA

Prof. Me. Odlinari Ramon Nascimento – UFPB

Ementa:

O GT acolhe trabalhos que observem as adequações e inovações do jornalismo às transformações do atual cenário no contexto da sociedade contemporânea, em processo de midiatização e convergência.

Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB

I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista ÂNCORA | ISSN: 2359-375X | V.5 N.1 - JAN/JUN/2018 |

NOTÍCIA EM 1 MINUTO? A RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA

Amy **NASCIMENTO**³⁷

Ana **SOUSA**³⁸

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

A expansão do acesso à internet e a facilidade do consumo de conteúdos através do meio digital fomentou uma nova cultura no modo da sociedade se comunicar e interagir. Se já é uma realidade que o ambiente multiplataforma veio para modificar de vez antigos padrões no fazer jornalístico, o profissional inserido nesse contexto também sente a necessidade de acompanhar as mudanças do mercado. Agora, a narrativa deve respeitar aos anseios de um espectador que vive em um ambiente no qual *touchscreen*, *wi-fi*, *links* e multitelas estão associados a práticas do cotidiano. Para responder a essas transformações culturais, é possível ver que antigos veículos de comunicação tiveram que se render às novas tecnologias para não perderem parcela significativa de seus públicos. Compreender essa transformação significa se aprofundar no que Jenkins (2009) chama de processos de convergência. Uma realidade na qual a ideia não é concorrer com as novas tecnologias e sim aliar-se a elas. Este artigo tem por objetivo analisar essa adaptação, entre antigas e novas plataformas, e de que forma o profissional do telejornalismo tem se apropriado da linguagem da internet no exercício do seu trabalho. Usaremos como objeto de pesquisa um olhar através da perspectiva do boletim jornalístico “G1 em 1 Minuto”, programa do Grupo Globo de comunicações que nasceu como proposta desse fluxo cada vez mais híbrido entre TV e Internet. Através da metodologia de estudo de caso, e do ponto de vista profissional, buscaremos compreender a intensa onda de reconfigurações e tensões que permeiam os caminhos para o jornalismo do futuro.

Palavras-chave

Convergência; Reconfiguração; Notícia.

³⁷ Graduanda em Comunicação Social na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e integrante do Grupo de Pesquisa em Mobilidade e Jornalismo – MOBJOR (dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5834284525620309). Email: amy.nbras@gmail.com

³⁸ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Email: anasousajornalista@hotmail.com



CONSUMO ESPORTIVO E AS NOVAS FORMAS DE AGREGAÇÃO DE PÚBLICO: A REINVENÇÃO DO JORNALISMO MULTIPLATAFORMA ATRAVÉS DO FANTASY GAME CARTOLA FC

Ana Flávia Nóbrega **ARAÚJO**³⁹
 Antônio Roberto Faustino da **COSTA**⁴⁰
 Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

Nos últimos anos vem se intensificando o debate acerca da produção intensa de bens simbólicos no mercado esportivo na busca de torcedores-consumidores inseridos em um ambiente cada vez mais competitivo e com uma variedade multidimensional dentro da pluralidade midiática, enfatizaremos aqui as inovações trazidas pela modernidade às transmissões esportivas com o desenvolvimento do jornalismo e a inserção das novas mídias com seus artifícios inovadores para atrair o público-alvo. Trata-se de um momento de metamorfose acentuada nos modos de fazer jornalismo que visa adaptar-se aos novos produtos e formatos de conteúdos convergentes e multiplataformas que coexistem no mercado esportivo. Dentre eles a criação de games que visam a agregação do público disperso pela multiplicação das plataformas de produção, circulação e consumo com ampla quantidade de conteúdo disposto e pronto para ser consumido no alcance da mão pela proliferação do acesso a internet. O trabalho tem por objetivo analisar as modificações trazidas pela criação do fantasy game esportivo Cartola FC do Grupo Globo na produção de conteúdo jornalístico em multiplataformas, a fim de identificar os elementos relevantes no consumo que servem para agregar e fidelizar o público. Trataremos especificadamente do futebol como elemento aglutinador de povos e da mídia como produtora destes discursos problematizando a abordagem através da pesquisa bibliográfica qualitativa a partir de leituras realizadas em livros e artigos científicos que discutem a temática, a verificação e análise do jogo e das produções jornalísticas e transmissões esportivas. Para fomentar a pesquisa dialogamos com teóricos e pesquisadores como: Henry Jenkins (2008), Irving Rein, Philip Kotler e Ben Shields (2008), Jean Baudrillard (2005), Stuart Hall (1998), Richard Giulianotti (2010), Ramón Salaverría (2014) e outros.

Palavras-chave

Comunicação; Produtos Midiáticos; Inovação.

³⁹ Graduando do 7º período do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Email: ana8flavianobreg@gmail.com

⁴⁰ Doutor em Educação pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Email: robertofaustino@gmail.com



ENSINO-APRENDIZAGEM E O JORNALISMO DIGITAL: RELATO DE EXPERIÊNCIA DO PROJETO “É DESTAQUE- AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE JORNALISMO”

Andreza Valdevino [LARANJA](#)⁴¹
 Luiz Felipe Bolis [RODRIGUES](#)⁴²
 Maryanne Marques Gonçalves Paulino de [SOUSA](#)⁴³
 Mayara Tatiane da Silva [BEZERRA](#)⁴⁴
 Mateus Bezerra [ARAÚJO](#)⁴⁵
 Rillary Gomes [MARTINS](#)⁴⁶
 Taís Resende [ARAÚJO](#)⁴⁷
 Maria do Socorro Tomaz Palitó [SANTOS](#)⁴⁸
 Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

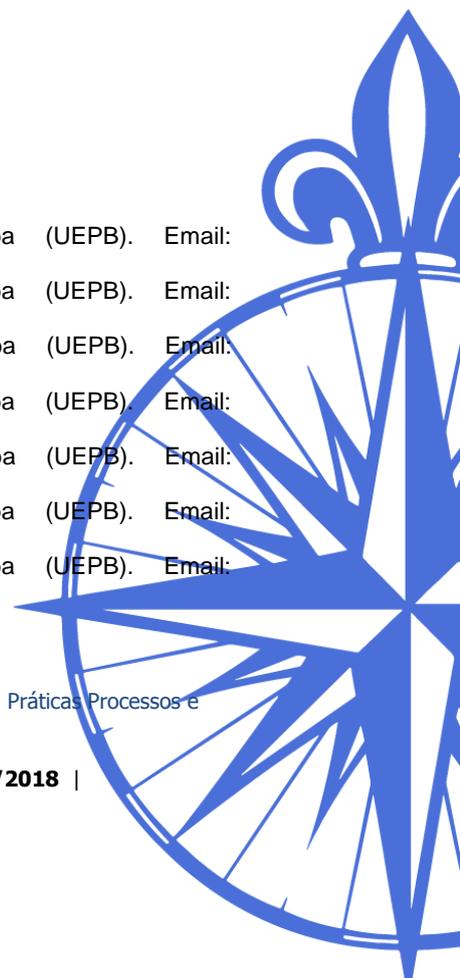
Resumo

O presente trabalho tem como objetivo abordar a experiência desenvolvida no projeto ‘É Destaque- Agência Experimental de Jornalismo’, do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). O projeto é desenvolvido por sete alunos do 5º período do curso, que produzem, editam e apresentam em dinâmica de rotatividade de funções o boletim É Destaque, a fim de promover a experimentação do fazer jornalístico. Em formato de pílulas, com duração média de três minutos, é exibido semanalmente na rede social Facebook. O objetivo da produção é informar a comunidade acadêmica e a sociedade a respeito das ações realizadas em todos os campi da UEPB. Face às transformações ocorridas na prática jornalística tornam-se essenciais projetos que preparem o aluno não somente através do conhecimento teórico, mas também através do exercício profissional, contribuindo para a formação de um jornalista polivalente. A metodologia utilizada é a participativa, com a interação entre a professora orientadora e alunos envolvidos no desenvolvimento das atividades. O “É Destaque”, enquanto boletim informativo no formato audiovisual busca corresponder às novas demandas do público telespectador na atualidade, em que a internet, e, sobretudo as redes sociais, alcançam um papel relevante na função de comunicar, que até então era feita somente pelos meios tradicionais de comunicação. Para isso, utilizamos conceitos e técnicas do Jornalismo Digital. A divulgação do material é feita no Facebook, onde os alunos de todos os campi da UEPB, e toda a sociedade, podem curtir, comentar e compartilhar o conteúdo, além de interagir com os integrantes do projeto, mandando pautas, fotos, vídeos, enfim, tornando-se *prosumers*, produtores e consumidores do conteúdo.

Palavras-chave

Jornalismo; É destaque; Jornalismo Digital.

⁴¹ Graduanda em Jornalismo andrezavaldevinol@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴² Graduando em Jornalismo luizfelipebolis@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴³ Graduanda em Jornalismo maryannemgps@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴⁴ Graduanda em Jornalismo mayarabezerra.silva@outlook.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴⁵ Graduando em Jornalismo araujomateus091@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴⁶ Graduanda em Jornalismo martinsgrillary@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:
⁴⁷ Graduanda em Jornalismo taisresende85@gmail.com	pela	Universidade	Estadual	da	Paraíba	(UEPB).	Email:



WEBDOCUMENTÁRIO E REPORTAGEM INTERATIVA: DIFERENÇAS FUNDAMENTAIS

Arline LINS⁴⁹

Cláudio BEZERRA⁵⁰

Universidade Católica de Pernambuco

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar as características dos webdocumentários enquanto gênero cinematográfico e de reportagens interativas publicadas por grandes conglomerados de mídia no globo e, assim, definir o que diferencia os dois métodos que vêm sendo utilizados como narrativa transmídia para contar histórias. Para atingir o objetivo foi feito um levantamento bibliográfico das definições de webdocumentário, mostrando os aspectos que o tornam uma nova linguagem dentro do cinema enquanto documentário vivo (Gaudenzi, 2010), com o suporte analítico de produções brasileiras e internacionais. Nesse sentido, o arcabouço teórico utilizado envolveu autores do cinema, do cinema documentário, do jornalismo e de novas tecnologias utilizadas para a comunicação no mundo. Descobriu-se então que os webdocs estão próximos às reportagens interativas, mas conceitos básicos e primordiais do cinema documentário (Nichols, 2007) os colocam em uma linha narrativa distinta. Os dois modelos estão atrelados por atributos comuns no que diz respeito ao modelo de convergência que propõem, mas divergem em alguns padrões narrativos. Isso significa que ambos ainda necessitam de estudos mais profundos e novas fórmulas de experimentação para galgar caminhos definitivamente distintos ou encontrarem-se num campo híbrido de comunicação que transcenda os limites de gêneros e divisões teóricas existentes até o momento na esfera de ação dos pesquisadores. E, por fim, são inúmeras possibilidades que tanto o webdoc, quanto a reportagem interativa trazem para os profissionais que buscam dialogar com diferentes mídias simultaneamente.

Palavras-chave

Reportagem interativa; Transmídia, Webdocumentário.

⁴⁹ Jornalista pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), pós-graduanda em Estudos Cinematográficos pela Universidade Católica de Pernambuco. Como profissional, atua como produtora de reportagem na TV Globo Recife. Email: arlinelins@gmail.com

⁵⁰ Jornalista pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e doutor em Mídias pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Possui também o título de mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). É professor da Universidade Católica de Pernambuco, vinculado ao Centro de Ciências Sociais, onde leciona disciplinas na graduação de Jornalismo, no Mestrado Profissional em Indústrias Criativas e na Especialização em Estudos Cinematográficos da instituição, sendo o atual coordenador desta última.



A NOTÍCIA NA TV VIA CELULAR: UMA EXPERIÊNCIA DOS REPÓRTERES DA TV PARAÍBA

Cristiane Larissa Fernandes MELO⁵¹

Zulmira NÓBREGA⁵²

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este estudo, de natureza exploratória, analisa as transfigurações nas rotinas produtivas dos repórteres telejornalísticos na era da convergência midiática. Na contemporaneidade, além de câmera e microfone, outro equipamento passa a fazer parte da sua rotina na rua: o celular, usando redes 3g ou wi-fi. Através de aplicativos de mensagens são tomadas decisões editoriais quanto ao material produzido na rua, contatar fontes, pesquisar informações, enviar imagens, sand-ups para exibição nos telejornais. Diante desse novo cenário, este artigo analisa como o uso do smartphone impacta na rotina dos repórteres de TV, assim como compreender o impacto da tecnologia móvel na rotina desses profissionais, as novas configurações de trabalho impostas por um modelo de jornalismo multiplataforma, e observar possíveis limitações e entraves nessa comunicação móvel. Para tanto, analisamos o conteúdo do telejornal JPB 1ª edição da *TV Paraíba*, no período de agosto a setembro de 2017, em especial, o material que conta com produção do exclusivamente via celular. Como resultados provisórios temos que o uso dessa nova tecnologia na produção de reportagens impõe uma nova postura ao repórter, que precisa estar adaptado ao uso da nova ferramenta de trabalho, e ainda que a produção de conteúdo via celular para TV diminuiu distâncias e reduziu o tempo de emissão desse material para as redações. Enviadas através de mensagens de whatsapp, as notícias podem ser exibidas brevemente nos telejornais. Concluindo que as mudanças provocadas na rotina do repórter, provenientes do uso de dispositivos móveis na produção jornalística, criam um novo cenário da produção móvel no telejornal local, que é o que pretendemos observar nesta pesquisa.

Palavras-chave

Telejornalismo; *TV Paraíba*; Dispositivos móveis; Rotinas produtivas.

⁵¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Email: cristiane.lfm@gmail.com

⁵² Doutora em Cultura e Sociedade pela UFPB, professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: zulmiranobrega@uol.com.br



REDES SOCIAIS NA INTERNET: O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO MODIFICANDO AS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

Cybele **MORAIS**⁵³

Zulmira **NÓBREGA**⁵⁴

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

A internet trouxe diversas mudanças para o Jornalismo, entre as quais destacamos os processos de escolha, produção e distribuição da notícia. Eles sofreram alterações significativas com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e seu fácil manuseio pelo cidadão comum. Esse novo ator tem interferido na construção do produto jornalístico dos veículos tradicionais, consolidando sua participação, pautando debates, gerando pautas e colocando luz em fatos que estariam retritos a pequenos círculos se não estivesse nas mídias sociais. As possibilidades provocam, portando, uma conjectura na qual tanto o jornalista profissional, quanto a audiência, podem influenciar o processo da construção e disseminação da informação. O presente trabalho analisa como está sendo estabelecida a interlocução dos meios com esse produtor de conteúdo informativo, que encontra nas redes sociais espaço para amplificar suas opiniões, reclamações e o processo de apropriação dos meios de comunicação desse material gerado, muitas vezes, de forma espontânea. O exemplo utilizado foi a postagem de um cidadão em seu perfil do *Facebook*, em fevereiro de 2015, que revelava que uma ambulância da Prefeitura de João Pessoa, num desvio de função, transportava produtos para uma festa de aniversário. Entre os objetivos está refletir sobre a força que uma informação do cidadão comum possui e ganha ao ser publicada nas mídias sociais e, em seguida, apropriada pelo profissional legitimador, o jornalista, que amplia a possibilidade da informação, ainda sob a esfera privada, ganhar espaço no debate público, em veículos de comunicação de grande alcance.

Palavras-chave

Redes Sociais; Jornalismo; Construção da Notícia; Prefeitura de João Pessoa.

⁵³ Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Email: cybelemorais@gmail.com

⁵⁴ Doutora em Cultura e Sociedade pela UFPB, professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: zulmiranobrega@uol.com.br



O WHATSAPP NAS REDAÇÕES E AS MUDANÇAS NA ROTINA JORNALÍSTICA

Diana Maria de Albuquerque [ARAÚJO](#)⁵⁵
Odlinari Ramon Nascimento da [SILVA](#)⁵⁶
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Do papel e caneta aos computadores e celulares, o jornalismo já passou e continua passando por muitas mudanças devido às inovações tecnológicas que não param de surgir nessa era das mídias digitais na qual vivemos. Não só os aparelhos, ferramentas e dispositivos mudaram, mas também quem os detêm, muda e é mudado por eles. O cidadão quer estar bem informado a todo o momento do que acontece ao seu redor. E no mundo tecnológico em que se vive hoje, com o objetivo de corresponder a essa cobrança pela agilidade da informação, o jornalista busca, adota e se adapta aos meios existentes para tornar seu trabalho mais ágil e eficiente. O jornalismo produzido por e para dispositivos móveis torna-se mais comum entre os profissionais pela facilidade que apresenta no seu modo de fazer, e entre o público pela dinamicidade que pode apresentar. Então, com o propósito de corresponder às exigências da era da informação e do cidadão conectado, auxiliar na checagem dos fatos, na busca pela informação e divulgação das notícias, o aplicativo para dispositivos móveis *WhatsApp* torna-se importante aliado do jornalista em seu dia a dia dentro e fora das redações e tem revolucionado a rotina produtiva dos profissionais desde a sua popularização no mercado. O presente artigo tem como objetivo refletir e discutir sobre as diversas maneiras que o *WhatsApp* influencia e colabora no fazer jornalístico diário das redações, na produção das notícias, na construção das matérias e na relação com a população, seja como público ou como colaboradora.

Palavras-chave

Jornalismo; Whatsapp; Mídias digitais.

⁵⁵ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Email: dianamaa8@gmail.com

⁵⁶ Mestre em Estudos da Mídia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Jornalista e radialista.



MÍDIA, MUDIATIZAÇÃO E PLATAFORMA: O ENFRENTAMENTO DA CONSTRUÇÃO DE CONCEITOS IMERSOS NA COMUNICAÇÃO

Cibelle TORRES⁵⁷

Elizabeth SOUZA⁵⁸

Marcella MACHADO⁵⁹

Marisa ROCHA⁶⁰

Odlinari Ramon Nascimento da SILVA⁶¹

Rebeca NETO⁶²

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este artigo tem como intuito realizar uma revisão conceitual dos termos mídia, midiatização e plataforma aplicados nos estudos de Comunicação, especificamente no que se refere ao campo do Jornalismo. Ao pesquisarmos uma definição para tais fenômenos, identificamos abordagens distintas, intersecções com outros campos como a Informática, assim como a ausência de uma discussão aprofundada a respeito dessas terminologias empregadas em análises e discursos de forma genérica e dispersa. A midiatização como teoria da mídia e alteração das práticas sociais, reconfigura o modo como o mundo contemporâneo é compreendido. Assim, questionamos a viabilidade dos conceitos utilizados para abarcar a nova realidade construída a partir desses aspectos. Desse modo, neste trabalho apresentamos os primeiros resultados da pesquisa empreendida na disciplina de Jornalismo Multiplataforma II, do bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba a respeito dos referidos termos.

Palavras-chave

Jornalismo multiplataforma; Midiatização; Ciberespaço.

⁵⁷ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: cibelletoresca@gmail.com

⁵⁸ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: elizabethsouza@hotmail.com

⁵⁹ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: marcellamachado_@live.com

⁶⁰ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: marisarocha12@hotmail.com

⁶¹ Mestre em Estudos da Mídia pela UFRN. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, pela UFPB. Professor do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da UFPB. E-mail: contatoderamon@gmail.com

⁶² Graduanda do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: bequinha_net@hotmail.com



APONTAMENTOS SOBRE O VIDEOJORNALISMO NA WEB

Gil Aciolly Dantas JACINTO⁶³

Zulmira NÓBREGA⁶⁴

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O jornalismo audiovisual se reconfigura na internet. Vídeos realizados por veículos com origem no impresso, na TV ou nativos digitais circulam no mesmo ambiente, mas com características distintas, seja pela forma como são produzidos ou pela linguagem que adotam. A partir de um trabalho de exploração bibliográfica realizada em fontes profissionais e acadêmicas, deparamo-nos com diversas denominações dos produtos audiovisuais que circulam na web: jornalismo audiovisual, videojornalismo, jornalismo cinematográfico, videoreportagem, jornalismo em vídeo, vídeo on-line de notícias, vídeo de notícias, jornalismo cine, jornalismo visual, jornalismo audiovisual on-line, webjornalismo audiovisual, webtelejornalismo e webdocumentário. A busca pela nomenclatura ideal já é preocupação de alguns autores (LONGHI, 2014; RENAULT, 2013; SILVA, 2010) que tentam conceituar seus objetos de estudos. Tomando como base tais reflexões, este trabalho objetiva mapear algumas dessas terminologias empregadas por pesquisadores que refletem sobre as produções audiovisuais para a internet, levando em conta, sobretudo, as nomenclaturas adotadas para designar os vídeos produzidos por veículos com origem no impresso. Partimos das afetações do processo de convergência no jornalismo, tendo como enfoque a dimensão de conteúdos, estudados a partir da perspectiva da multimídia (SALAVERRÍA, 2014; CANAVILHAS e TEIXEIRA, 2015). O âmbito profissional da convergência também é levado em consideração, tendo em vista que a polivalência tem papel fundamental no resultado dos produtos estudados (SALAVERRÍA, 2014). Concluímos, apesar do caráter introdutório deste estudo a cerca da categorização das terminologias do jornalismo audiovisual na web, que o videojornalismo pode consolidar-se como novo formato, levando em conta suas especificidades e a maneira como já é visto pelo mercado.

Palavras-chave

Jornalismo audiovisual; Videojornalismo online; Convergência jornalística.

⁶³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB e jornalista do IFPE. E-mail: gilaciolly@gmail.com.

⁶⁴ Doutora em Cultura e Sociedade pela UFPB, professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: zulmiranobrega@uol.com.br



ASSESSORIA DE IMPRENSA 3.0 E AS NOVAS FERRAMENTAS UTILIZADAS PELA COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO DA UEPB

Giuliana Batista Rodrigues de **QUEIROZ**⁶⁵

Luiz Custódio da **SILVA**⁶⁶

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Hipólito **LUCENA**⁶⁷

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente artigo apresenta as novas formas de trabalho da Coordenadoria de Comunicação (Codecom) da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e como ela vem se adaptando às inovações propostas pelas tecnologias e pelas mídias sociais, a exemplo do site institucional, Youtube, Facebook e Twitter, sendo estas responsáveis por permitir que as informações da Instituição cheguem cada vez mais rápido ao público e que se mantenha com este uma interatividade instantânea. Para tanto, foram utilizadas a observação participante e entrevistas realizadas com o coordenador do setor. A análise encontra amparo na literatura através das fundamentações de LEMOS, André (2010); SANTOS, Emanuella (2012); SAVERI, Marília (2013); KOPPLIN & FERRARETTO (2001) e SÓLIO, Marlene Branca (2008). As inovações possibilitadas através da Internet posicionam a Codecom como um modelo de Assessoria de Imprensa 3.0, o qual favorece uma comunicação mais aberta, colaborativa e com ampla distribuição de informação nas plataformas e redes digitais. O cotidiano dos servidores da Coordenadoria de Comunicação da UEPB – envolvidos com atividades de Web Rádio, TV Web, redação, atendimento à imprensa, alimentação do site institucional e comprometimento com as redes sociais – tem demonstrado a utilização constante de estratégias de visibilidade para a imagem organizacional, ampliando as possibilidades de aparição da Instituição na mídia. Como resultado, percebe-se, na prática, que a familiarização das instituições públicas de educação com as redes sociais e tecnologias mais atualizadas, quando bem administradas pelo setor de comunicação responsável, tendem a facilitar os contatos do dia a dia, proporcionar a distribuição de conteúdos aos públicos de interesse e gerar maior repercussão e compartilhamento dos produtos e serviços da organização através das mídias sociais.

Palavras-chave

Assessoria de Imprensa 3.0; Mídias Sociais; Universidade.

⁶⁵ Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB; Assessora de Imprensa da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB; Especialista em Mídias Regionais pela FURPE/Unipê. E-mail: giurodrigues@hotmail.com

⁶⁶ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: custodiolcjp@uol.com.br

⁶⁷ Mestre em Desenvolvimento Regional – UEPB; Professor do Curso de Jornalismo da UEPB e coordenador da Coordenadoria de Comunicação da UEPB. E-mail: hipolitolucena@gmail.com



TELEJORNALISMO E CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DAS CHAMADAS DO G1 PERNAMBUCO DURANTE O NETV 1ª EDIÇÃO

Lorena Borges de **ANDRADE**⁶⁸

Fernando **FIRMINO**⁶⁹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O jornalismo pós-industrial endereça questões em torno de que o mercado, as instituições jornalísticas precisarão “explorar outros métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.38). Neste contexto, os processos de produção da notícia devem considerar que “as condições, técnicas, materiais e os métodos empregados na apuração e divulgação das notícias até o fim do século 20 já não se aplicam mais” (ibid, p.30). O jornalismo passa por mudanças estruturais e sai de uma condição estática para outra flexível, líquida, dinâmica. Dessa maneira, o processo de convergência se constituiu em aspecto central para as organizações jornalísticas no tocante ao contexto multiplataforma partindo da ideia de convergência como referência “ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2009, p.27). Jenkins observa, ainda, que “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (ibid, p.27). A partir desse princípio de convergência, este trabalho tem como objetivo analisar de que maneira o NETV 1ª edição, telejornal local da *Globo Nordeste* em Pernambuco, apropria-se deste conceito para veicular chamadas com notícias do portal *G1 Pernambuco* durante o programa. Utilizamos a expressão “chamada” tendo em vista que o conteúdo dedicado ao *G1 Pernambuco* no telejornal se resume a, literalmente, uma chamada lida pelo apresentador para que as pessoas acessem o portal e tenham informações mais aprofundadas sobre determinada notícia. A análise foi feita na semana de 9 a 14 de outubro e o acesso ao conteúdo do telejornal se deu através do site da empresa. A pesquisa nos apontou uma clara mudança no modelo do telejornalismo local da *Globo Nordeste*, tendo em vista que o NETV 1ª edição passou a ser produzido de maneira multiplataforma com notícias integradas ao portal *G1 Pernambuco*. Sendo assim, as discussões deste artigo serão em torno desse novo estágio de integração, já que supõe-se que essas chamadas noticiosas do *G1 PE* indicam que a relação multiplataforma entre o telejornalismo e os portais online está começando a se solidificar e que a tendência é que esses meios trabalhem de forma cada vez mais integrada.

Palavras-chave

Telejornalismo; Convergência; Jornalismo.

⁶⁸ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Jornalista pelas Faculdades Integradas Barros Melo. Integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/CNPq. Email: bandrade.lorena@gmail.com

⁶⁹ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba e do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/CNPq. Email: fernando.milanni@gmail.com



A NOTÍCIA NO INSTAGRAM: CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA EM CONTEXTO MULTIPLATAFORMA

Robson ROQUE⁷⁰

Ivan SATUF⁷¹

Universidade Federal do Cariri- UFCA

Resumo

A internet apresenta uma infinidade de plataformas através das quais é possível difundir informações. Entre esses suportes estão as redes sociais on-line, que não possuem uma vocação ao jornalismo em sua essência, mas complementam a atividade jornalística (RECUERO, 2009). A própria noção de notícia está em discussão. Segundo Küng (2015, p. 98), o termo “conteúdo” torna-se uma “entidade fluida” à medida que se modificam os padrões de arquitetura da informação, as formas de narrar os acontecimentos e as próprias plataformas empregadas na publicação e circulação das notícias. A presente pesquisa parte da premissa de que a utilização das redes sociais para a difusão de notícias deve levar em conta as características do suporte. A mera transposição de conteúdos de jornais - impressos e on-line - para redes sociais não é suficiente para atrair o público. Assim, novas estratégias de comunicação são estabelecidas pelas empresas que perpassam a adequação e a inovação em um ecossistema formado a partir do jornalismo multiplataforma (BARBOSA, SILVA, NOGUEIRA, 2013). O objetivo do trabalho é identificar como o conteúdo dos jornais *Diário do Nordeste* e *O Povo* é adaptado e passa por inovações, a exemplo do uso de *memes*, ao ser criado ou transposto para redes sociais, em particular o *Instagram*. A pesquisa limita-se ao conteúdo que circula nesta rede social por ser um dos canais com maior número de conexões e interações dos jornais. O recorte empírico permite estabelecer uma análise comparativa na busca por semelhanças e diferenças entre os veículos. A metodologia emprega entrevistas abertas com as editoras de mídias sociais, realizadas presencialmente em junho de 2017, e análise de publicações e interações nas páginas dos veículos no *Instagram*. Os resultados da investigação indicam a adequação do conteúdo pela simplificação de linguagem ou lançando mão de vídeos, infográficos ou *memes*.

Palavras-chave

Instagram; Convergência; Multiplataforma.

⁷⁰ Graduando de Jornalismo na UFCA e pós-graduando em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Universidade Estácio de Sá (UNESA). Graduado em História pela Universidade Regional do Cariri. Bolsista de iniciação científica do CNPq. E-mail: jornalismorobson@gmail.com

⁷¹ Professor do curso de Jornalismo da UFCA na área de convergência de mídias. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI/Portugal). E-mail: ivan.satuf@ufca.edu.br



TELEJORNALISMO E CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DO GLOBO ESPORTE NA TV E NA INTERNET

Waleska Rayane Brasil GOMES⁷²
Patrícia Monteiro Cruz MENDES⁷³
Luís Augusto de Carvalho MENDES⁷⁴
Faculdade UNINASSAU

Resumo

A maneira de fazer jornalismo mudou desde o surgimento da internet. Hoje em dia, são muitos os dispositivos móveis em que o conteúdo jornalístico está presente, como, por exemplo, tabletes, celulares, ipad, entre outros, ampliando as possibilidades da produção jornalística e da convergência midiática. A partir desse cenário, este artigo teve o objetivo de analisar as relações de convergência entre as chamadas do *Globo Esporte* na televisão e no site do programa, na internet. Optou-se pelo jornalismo esportivo pela linguagem diferenciada da editoria. O estudo de caso refere-se à análise do programa *Globo Esporte* e do Site *Globo Esporte*, ambos da Rede Paraíba de Comunicação. Tratou-se de uma pesquisa básica, descritiva e qualitativa, por meio de um estudo de caso e análise documental. Do ponto de vista teórico-metodológico, a pesquisa fundamentou-se nos conceitos de telejornalismo, convergência e dos princípios da narrativa transmídia, com base em Jenkins (2008). As análises do programa esportivo e do site demonstram que o digital alterou o modo de produzir e consumir notícias, ampliando as possibilidades na narrativa transmídia e de um jornalismo multiplataforma. No período estudado, a pesquisa verificou que a convergência da TV para o site permite uma ampliação do conteúdo divulgado na internet e o público tem a oportunidade de consumir uma maior oferta de conteúdo.

Palavras-chave

Jornalismo Esportivo; Televisão; Convergência.

⁷² Jornalista pela Faculdade Uninassau João Pessoa. E-mail: leska_1@hotmail.com

⁷³ Doutora em Comunicação pela UFPE, professora do curso de Jornalismo da Faculdade Uninassau, e-mail: patriciamonteiromentes@gmail.com

⁷⁴ Doutor em Psicologia Social pela UFPB e professor do curso de Jornalismo da Faculdade Uninassau, e-mail: luisaugustomendes@gmail.com



MÉTRICAS E JORNALISMO DIGITAL NA INTERFACE ENTRE AUDIÊNCIA E PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

Maurício de Melo **BARROS**⁷⁵

Fernando **FIRMINO**⁷⁶

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

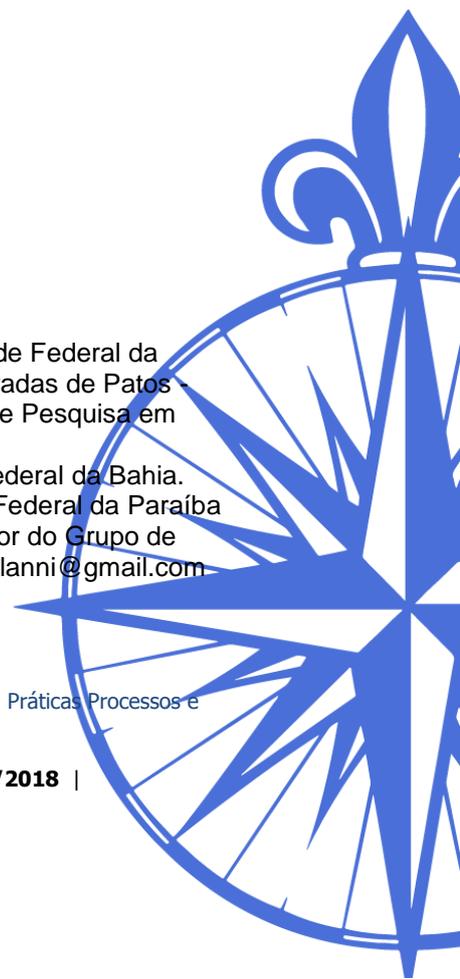
A convergência jornalística (em suas dimensões tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdos) e a midiatização estão transformando a produção e o consumo de informações nesta que está sendo chamada de "era do jornalismo pós-industrial" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). E uma das características desse fenômeno é a quebra nos processos e nas rotinas de produção da notícia. O modelo industrial que trata a informação como produto numa esteira de linha de produção está cada vez menos presente nas empresas de comunicação. Este contexto trouxe uma série de implicações como a precarização do trabalho dos Jornalistas (DEUZE; WITSCHGE, 2016), o fechamento ou enxugamento de redações analógicas e a concorrência com as redes sociais. Em outra vertente, garantiu também potencializações com novas técnicas e tecnologias que permitem a qualquer jornalista ter sua própria empresa de comunicação sem que seja necessário ter uma fortuna ou uma *start up* enquanto modelo de negócios. Dentre as mudanças estruturais no jornalismo, emergem as métricas (WELBERS et al., 2015) para a medição de audiência, que transformou as mídias digitais e a relação com a audiência e, conseqüentemente, com a notícia. Neste trabalho busca-se analisar as diferenças entre como audiência dos produtos jornalísticos era medida, que critérios usava e com que profundidade isso acontecia antes e como passou a acontecer depois do uso das métricas digitais (CANAVILHAS; TORRES; LUNA, 2016) que hoje são utilizadas e, principalmente, que impacto representa atualmente dentro das redações. Baseado em uma discussão teórico-conceitual e em casos ilustrativos do fenômeno, pretende-se explorar o objeto das métricas no jornalismo a partir da noção de jornalismo pós-industrial e convergência dentro do contexto do jornalismo multiplataforma.

Palavras-chave

Convergência; Métricas; Jornalismo digital.

⁷⁵ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Especialista em Jornalismo Cultural pela Faculdades Integradas de Patos - FIP. Jornalista pela Universidade Federal da Paraíba. Integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/CNPq. Email: mmelo8@gmail.com

⁷⁶ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba e do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/CNPq. Email: fernando.milanni@gmail.com



O JORNALISMO E A CONVERGÊNCIA DIGITAL: DESAFIOS PARA UM MODELO DE NEGÓCIO VIÁVEL EM TODAS AS TELAS

Adriana COSTA
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

A pesquisa visa compreender os fatores que proporcionam desafios para o estabelecimento de um modelo de negócio viável para o campo do Jornalismo em tempos de convergência digital. O avanço tecnológico e a popularização de seus recursos geraram tanto novas oportunidades quanto dores de cabeça no mundo inteiro, principalmente em se tratando do setor jornalístico, onde empresários tem enfrentado dificuldades para encontrar e estabelecer um modelo de negócio que proporcione rentabilidade e segurança para sobrevivência de empresas de comunicação e de seus respectivos profissionais. Veículos impressos de empresas jornalísticas foram alguns dos primeiros setores da indústria da comunicação a sucumbir diante da manutenção de um modelo de negócio ultrapassado e não mais adequado à competitividade da era digital. A investigação ainda pretende refletir sobre o problema que se traduz em corte de custos, devido a queda do número de leitores assinantes e, conseqüentemente, do faturamento proporcionado por anunciantes, recorte que tem sido fonte de análises e discussões de especialistas em todos os continentes do mundo uma vez que a reengenharia sustentável do campo ainda não está definida e a fórmula da sustentabilidade no universo digital da comunicação segue como um problema ainda não equacionado, num momento em que a atenção do público se fragmenta cada vez mais diante do setor da oferta noticiosa consolidada a partir da popularização da internet. Os resultados parciais apontam para alguns equívocos tradicionais cometidos por empresas de comunicação, algumas soluções possíveis para a formatação de um modelo de negócio rentável na era digital e provocam uma reflexão sobre um dos mais drásticos períodos vivido pela indústria do jornalismo em 578 anos da invenção da imprensa.

Palavras-chave

Jornalismo; Indústria Criativa; Convergência Digital; Modelo de Negócio; Tecnologia.



GT5

Jornalismo, gênero e cidadania na era da convergência

Coordenadores

Prof^a. Dra. Glória Rabay – UFPB

Prof^a. Dra. Margareth Nepomuceno – UFPB

Ementa:

O GT acolhe pesquisas que agreguem estudos em jornalismo, gênero e cidadania, com reflexões que envolvam tanto o campo da produção e da circulação jornalística, quanto trabalhos voltados à recepção e leitura crítica de produtos midiáticos, assim como resultados de estudos que conjuguem discussões atuais dos temas no âmbito do webjornalismo e/ou produções sintonizadas com a era da convergência. Recebe apresentação de iniciativas como criação de observatórios midiáticos e outros espaços de monitoramento das questões no âmbito do jornalismo e da comunicação.

Programa de Pós-graduação em Jornalismo- UFPB

I Simpósio Nacional Jornalismo Profissional e o Ensino Universitário na Era da Convergência: Práticas Processos e Produtos

CADERNO de RESUMOS

| Encarte Revista **ÂNCORA** | ISSN: **2359-375X** | **V.5 N.1 - JAN/JUN/2018** |

JORNALISMO, GÊNERO E VIOLÊNCIA: UM ESTUDO DA PERCEPÇÃO E REPRESENTAÇÃO DA MULHER E DA PESSOA TRANS EM SITES PARAIBANOS DE NOTÍCIAS

Alessandra Clementino dos **SANTOS**⁷⁷
 Ada Kesea Guedes **BEZERRA**⁷⁸
 José Pedro da Silva **JÚNIOR**⁷⁹
 Maryanne Marques **PAULINO**⁸⁰
 Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente artigo é resultado de Projeto de Pesquisa de Iniciação Científica da Universidade Estadual da Paraíba, que tem como objetivo analisar conteúdos jornalísticos que trazem a temática da violência contra a mulher e a pessoa *trans* em sites paraibanos de notícias, no sentido de apreender a representação social forjada desses sujeitos. Problematizar tal temática se faz relevante porque apesar de todo esforço em prol da igualdade de gênero, ainda é comum o agendamento e a produção de notícias sem tratamento e abordagem apropriados e em consonância com o que rege os manuais sobre gênero e a ética jornalística. De caráter exploratório e descritivo, a pesquisa aborda o material empírico através do método da Análise de Discurso. Em um mês de coleta de dados (setembro), foram registrados 28 casos de violência contra mulher, os quais repercutiram em 117 matérias publicadas nos sites *Paraíba Online*, *WScorn*, *Portal da Paraíba*, *ClickPB*, *PBagora* e *Blog do Márcio Rangel*. Os resultados desta primeira etapa de investigação revelam peculiaridades da imprensa paraibana como: falta de cuidado na apuração e construção das matérias a se verificar por títulos como “Homem mata ex-mulher e fere atual namorado e mãe da vítima”; Títulos de cunho sensacionalista que apelam para o “inusitado” enquanto critério de noticiabilidade; “Corpo de mulher é encontrado e parte da cabeça é comida por cachorros”; Invisibilidade de vítimas quando estas são mulheres e a violência incide no âmbito familiar: “Casa é incendiada por homem, em Sousa”; Atenuação do gesto do agressor ou culpabilidade da vítima, como percebe-se no título: “Enteada mata padrasto a facadas na cidade de Conceição”. Como apreendido nos resultados iniciais, esta proposta suscita reflexão sobre esse tipo de conteúdo a partir de teorias e discussões sobre sociologia da mídia; teoria do jornalismo, estudos de gênero, e noção de representação social.

Palavras-chave

Jornalismo Online; Violência; Questões de Gênero.

⁷⁷ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: ale.clementino.santos@gmail.com

⁷⁸ Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Professora do Curso de Jornalismo da UEPB, e-mail: ada.guedes@gmail.com

⁷⁹ Graduando em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: jpsj.02@gmail.com

⁸⁰ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: maryannemgps@gmail.com



EU SOU O OUTRO: UMA BUSCA POR ALTERIDADE NA REPORTAGEM "AVE MARIA" E A COMPREENSÃO ACERCA DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

Ana Daniella Fechine LEITE⁸¹
Margarete Almeida NEPOMUCENO⁸²
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Na contramão de um jornalismo pautado na objetividade, formalidade e imparcialidade, a jornalista Fabiana Moraes se destaca pela presença de um texto profundo e subjetivo. Com interação direta com seus personagens, a jornalista trabalha textualmente o conceito sociológico de alteridade, estruturado por Certeau (2002). Na reportagem "Ave Maria", publicada no Jornal do Commercio em 2013, que conta a história de dez mulheres com o nome de Maria, brutalmente assassinadas por maridos, amigos ou familiares, a interação Eu-Tu (BUBER, 1979) se difunde na narrativa, momento em que a repórter, também mulher, também vítima do patriarcado, se percebe personagem. O presente trabalho tem como objetivo identificar os níveis de alteridade presentes na produção e avaliar as questões de gênero que propiciam uma narrativa de maior afetação e com interação direta entre personagem e leitor. Em "Ave Maria", o machismo e o patriarcado ganham espaço principal em uma narrativa sobre violência doméstica e feminicídio, propiciando um texto diferenciado, haja vista o alto número de notícias diárias que banalizam e naturalizam a violência contra a mulher como mais um caso de homicídio. Na produção da informação, Fabiana foi, antes de tudo, uma mulher capaz de entender as dores das mães e das próprias mulheres mortas pelos companheiros. Uma alteridade existente devido a condição de gênero (SCOTT, 1995). Para isso, além da análise textual do discurso jornalístico, foi realizada uma entrevista com Fabiana Moraes com direcionamento para as questões de gênero que sobrevoam a reportagem: machismo, patriarcado, feminicídio e a relação da jornalista com todas essas temáticas. É possível perceber que a condição de gênero da jornalista é determinante para uma narrativa de maior afetação. A pesquisa se fundamenta nas teorias de Medina (2008) sobre o Encontro Possível e na produção jornalística de afetação voltada à subjetividade, técnicas propostas por Lima (2009) e Resende (2002).

Palavras-chave

Alteridade; Jornalismo; Subjetividade.

⁸¹ Graduanda do oitavo período do curso de Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Integrante do GEM - Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia. Email: danifechine@gmail.com

⁸² Professora doutora do Departamento de Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba. Coordenadora do GEM - Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia. Email: margaretea@gmail.com.



A ESTIGMATIZAÇÃO DA MULHER: O CASO DE SUZANE VON RICHTHOFEN VEICULADO PELA REVISTA VEJA

Aracely Lavine Leite COUTINHO⁸³

Glória RABAY⁸⁴

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

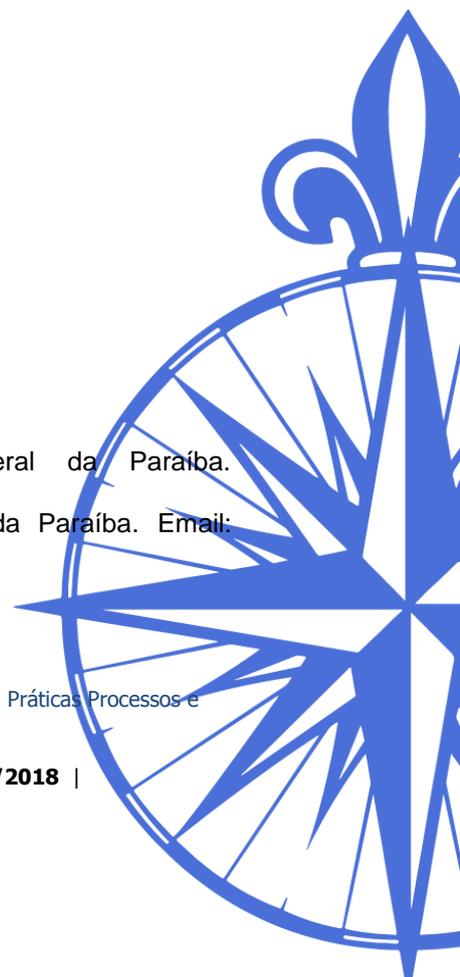
Este trabalho tem como objetivo analisar e discutir acerca do discurso de gênero e criminalidade da revista *Veja* na matéria especial intitulada “Verdades e mentiras de Suzane Von Richthofen”, veiculada em 12 de abril de 2006, três meses antes do julgamento dos acusados pelo assassinato do casal Richthofen, assim como a espetacularização em torno do caso por parte da mídia, em especial da revista *Veja*. Este material foi escolhido pela grande repercussão e mobilidade da população, além de conter a primeira entrevista cedida por Suzane após o crime. O método utilizado neste trabalho foi Análise de Discurso através de pesquisa documental do material publicado. Além disso, teve como base o conceito de Violência Simbólica e a teoria *gatekeeper*. Os resultados da pesquisa indicam a pré-condenação da então acusada, Suzane, por meio de mecanismos que prometem desvendar quais são as verdades e mentiras da jovem enviado na estigmatização da mulher no crime e levanta a questão: se tivesse sido um homem o mentor, como seria a repercussão do crime? Apesar de prometer relevar os segredos da mente de Suzane, foi criado, por parte da revista, um discurso condenatório com o intuito de lucrar com as vendas e arregimentar leitores com sua ideologia.

Palavras-chave

Análise de discurso; *Revista Veja*; Caso Richthofen.

⁸³ Graduanda do curso de Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Aracelycoutinho@gmail.com

⁸⁴ Professora Doutora em Ciências Sociais da Universidade Federal da Paraíba. Email: gloria.rabay@gmail.com



PROTESTO ONLINE #BELARECATADAEDOLAR: INDIGNAÇÃO COLETIVA E EMPODERAMENTO FEMININO

Cassiana da Silva FERREIRA⁸⁵
Universidade Federal Da Paraíba- UFPB

Resumo

As redes sociais se tornaram, também, uma plataforma para diversas polêmicas. Entre elas, e com grande alcance, está a repercussão da revolta de centenas de mulheres à matéria divulgada pela Revista *Veja*, em abril de 2016, que tinha o título 'Bela, recatada e do lar', o texto traçava uma espécie de perfil da mulher do, na época, vice-presidente do Brasil, Michel Temer. Muitas mulheres interpretaram a manchete como retrograda e que teria a intenção de validar ou convencer os leitores sobre que tipo de comportamento feminino teria ou não valor. O que acabou provocando reações de indignação social representadas em fotos e textos irônicos publicados em perfis pessoais no *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. A finalidade deste artigo é compreender as mídias sociais como instrumento de mobilização social e ação coletiva. No caso desta pesquisa, para tanto, lançaremos nosso olhar sobre a maneira que estas foram utilizadas como espaço coletivo para desconstrução de preconceitos e colaboração para a pauta feminista. Para construir esta análise iremos mapear e recortar algumas dessas manifestações contra a reportagem e entrevista intitulada 'Bela, recatada e do lar', considerada por boa parte das usuárias e usuários como machista.

Palavras-chave

Mídias sociais; Ativismo digital; Feminismo.

⁸⁵ Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba e graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB)



CIBERFEMINISMO: O FEMINISMO NA PLATAFORMA *YOUTUBE*

Gilmara da Costa FERREIRA⁸⁶
 Yanka Oliveira de Lima TEIXEIRA⁸⁷
 Margarete Almeida NEPOMUCENO⁸⁸
 Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O artigo se propõe analisar a política do Ciberfeminismo através dos discursos encontrados em canais de *youtubers* brasileiras, seus efeitos e interação com as internautas. Pretendemos adentrar na prática do uso da tecnologia como ferramenta dialógica e de militância social entre mulheres, sabendo que o avanço das novas tecnologias de comunicação possibilitou aos movimentos sociais e políticos, fazerem uso de ferramentas digitais para potencializarem e disseminarem seus discursos. Buscaremos ainda, sondar os diversos elementos contemporâneos que aperfeiçoam e caracterizam essa roupagem feminista das *youtubers*. O diálogo teórico terá como base estudos sobre Ciberfeminismo passeando entre a tese de mestrado em Comunicação e Semiótica da autora Marina Gazire Lemos, que fala sobre os novos discursos feministas em redes eletrônicas (2009) e a Teoria do Ciborgue de Donna Haraway (1984), também citada por Lemos em seu trabalho, e que se tornou primordial para entendermos a origem do termo, sua aceitação, consolidação e o que se compreende do termo nos dias atuais. Analisaremos de forma particular o canal Mais Magenta por Dani Cruz que faz uma abordagem antenada e esclarecida, ilustrando essa nova organização da atuação feminista em rede, sua estabilização e alcance permitindo-nos melhor compreensão de como a teoria se expressa na prática.

Palavras-chave

Ciberfeminismo; *Youtube*; Comunicação.

⁸⁶ Graduada em História pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB; Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: ma-ah16@hotmail.com

⁸⁷ Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: yankaoliveira39@gmail.com

⁸⁸ Professora doutora do Departamento de Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba. Coordenadora do GEM - Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia. Email: margaretea@gmail.com.



MÍDIA E VIOLÊNCIA: SENSACIONALISMO VERSOS FATOS REAIS NA DISPUTA PELA AUDIÊNCIA

Jerlyane Dayse Monteiro dos **SANTOS**⁸⁹
Reinaldo dos Santos Mendes da **SILVA**⁹⁰
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente trabalho visa relacionar o aumento real da violência e a crescente banalização desta por parte das empresas de comunicação, bem como, realizar uma análise crítica com relação ao papel da mídia na contemporaneidade e, como está aborda os crimes de violência contra a mulher. Destarte, este trabalho é uma leitura crítica de produtos midiáticos. E para viabilização dos objetivos realizar-se-á uma revisão bibliográfica sobre a temática, com base nas reflexões teóricas da Escola de Frankfurt e as discussões lideradas por Theodor Adorno a respeito da “indústria cultural”, e Gramsci com a “hegemonia cultural”, uma vez que, para abrir um dialogo entre mídia e contemporaneidade é preciso perceber o seu constante e complexo exercício de busca pela hegemonia na sociedade. Assim, visar-se-á analisar as estatísticas oficiais apresentadas no Atlas da Violência 2017, com relação aos dados sobre feminicídio na Paraíba e no Brasil, produzido pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) em parceria com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, e também analisar as reportagens veiculadas na mídia local.

Palavras-chave

Mídia; Violência; Gênero.

⁸⁹ Graduanda em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba. Graduada e Mestre em História pela Universidade Federal da Paraíba. Professora do Ensino Fundamental II na rede particular de ensino. E-mail: jerlyanedayse@yahoo.com.br

⁹⁰ Graduando em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba. Graduando em pedagogia pela faculdade São Judas Tadeu. Assessor ao protagonismo da Rede Margaridas Pró Crianças e Adolescentes. E-mail: reinaldosantosmendes@gmail.com



A INFLUIÇÃO DO CONSUMO NAS PUBLICAÇÕES DA REVISTA *ATREVIDA*

Joseany Pontes da SILVA⁹¹

Suely MAUX⁹²

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

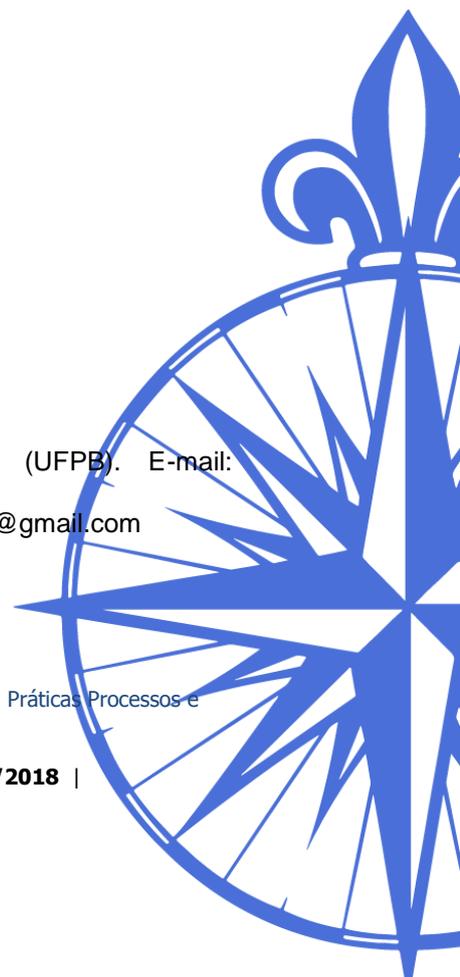
Com o fim da revolução industrial, no século XVIII, novos hábitos de consumo foram impregnados na sociedade. A produção massificada dos produtos revestidos com a áurea do desejo despertou nos consumidores o anseio de exercer essa atividade constantemente. Para motivar essa prática, o mercado investe na divulgação e exaltação das utilidades dos produtos nos meios de comunicação. Esta publicidade atua como estratégia para atrair e despertar nestes consumidores necessidades que até então não foram percebidas. As propagandas publicitadas em diversas mídias estimulam, persuadem e inserem cada vez mais o público adolescente no universo do consumismo. Com isso, as revistas femininas juvenis adotam uma linguagem sedutora para transmitir as funcionalidades dos produtos e exibir seus valores simbólicos. A promessa de aceitação, beleza, visibilidade e bem-estar estampada nas edições impulsionam as leitoras a consumirem e seguirem as rédeas de uma sociedade consumista. Assim, esta pesquisa se propõe a analisar e identificar os produtos, o discurso e a relação simbólica das publicações associadas ao consumismo nas plataformas da revista *Atrevida*. Desse modo, este estudo se fundamenta nas características do consumo apresentadas por Bauman (2008), e sua relação com a publicidade, Retordar (2007), presente no segmento de circulação tradicional, Scalzo (2011), e em suas demais convergências, Jenkins (2015).

Palavras-chave

Revista *Atrevida*; Adolescentes; Consumo.

⁹¹ Bacharel em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: joseanypontes@gmail.com

⁹² Professora Doutora do curso de Jornalismo da UFPB. E-mail: suellymaux@gmail.com



Entre o Sagrado e o Profano: Uma Análise da Figura Pós-moderna da Inês Brasil

Larissa Monteiro Dias [PINTO](#)⁹³

Rodrigo de Souza [FRAMENTO](#)⁹⁴

Margarete Almeida [NEPOMUCENO](#)⁹⁵

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Mulher Cis, Negra, ex-cantora em igreja, ex-prostituta, naturalizada e fluente em alemão, de origem simples, venerada pelo público LGBT, de identidade hipersexualizada e também de forte visão religiosa. Inês Brasil é uma figura que confunde pela grande quantidade de contradições que carrega em si mesma e que choca com seus vários vídeos explicitamente sexuais. O objetivo deste trabalho é a análise da figura pós-moderna da Inês Brasil, que, como fruto de seu tempo, mostra-se cheia de incoerências. Dentro dos Estudos Culturais, à luz do embasamento teórico dado por Stuart Hall em “A Identidade Cultural na Pós-modernidade” pode-se ver o desenvolvimento do sujeito pós-moderno como ser multifacetado e paradoxal, em contraposição à noção anterior da unidade do sujeito. A metodologia será baseada na escolha de todo conteúdo midiático (entrevistas, shows, vídeos postados em seus canais na internet) que deixem explícito o caráter pós-moderno da *webcelebridade*, com o aporte dos Estudos Culturais e pelo método qualitativo. Como conclusão, procuraremos compreender como a identidade da Inês Brasil é fruto da pós-modernidade, sem a necessidade de uma unidade identitária, podendo ser intrinsecamente contraditório, que fica claro na contradição entre seus discursos religiosos, a hipersexualização da sua figura feminina e negra e aos seus discursos progressistas.

Palavras-chave

Inês Brasil; Identidade Pós-moderna; Estudos Culturais.

⁹³ Estudante de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba. mdlariss4@gmail.com

⁹⁴ Estudante de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba. framatorodrigo@gmail.com

⁹⁵ Professora Adjunta do Departamento de Jornalismo/ Centro de Comunicação, Turismo e Artes da Universidade Federal da Paraíba. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba e graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal da Paraíba.



INTERFACES ENTRE O JORNALISMO COMUNITÁRIO E A AMBIÊNCIA DIGITAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL: O PAPEL DO BLOG OLHAR COMUNITÁRIO

Luiz Felipe Bolis **RODRIGUES**⁹⁶

Ana Flávia Nóbrega **ARAÚJO**⁹⁷

Luis Adriano Mendes **COSTA**⁹⁸

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre o papel da comunicação comunitária e popular na era da convergência midiática para o desenvolvimento regional a partir das experiências desenvolvidas em torno do Blog Olhar Comunitário. Mantido por estudantes e professores do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, o projeto vem sendo desenvolvido através da Pró-Reitoria de Extensão (PROEXT/UEPB) a partir de perspectivas teórico-práticas que promovem abordagens jornalísticas voltadas para a cidadania, interesse público e desenvolvimento regional, promovendo a inserção desses grupos a partir de temáticas frequentemente marginalizadas pela mídia tradicional. O estudo dedica-se ainda a refletir sobre a ampliação das possibilidades de participação dessas comunidades a partir do ambiente das redes e do uso dos dispositivos móveis, verificando até que ponto esses recursos representam uma prática efetiva já incorporada ao dia-a-dia dessas pessoas, ou apenas refletem um discurso modernizante, para usar o termo proposto por Wolton (2012). A proposta ora apresentada tem como suporte teórico as concepções relacionadas ao jornalismo comunitário a partir dos estudos de Peruzzo (1997); desenvolvimento sustentável, humano e regional a partir de Morin (2005), Cabral (2006) e Bazi (2006); além de se voltar para os estudos relativos ao ambiente da convergência digital e suas implicações através das contribuições propostas por Santaella (2005) e Jenkins (2008).

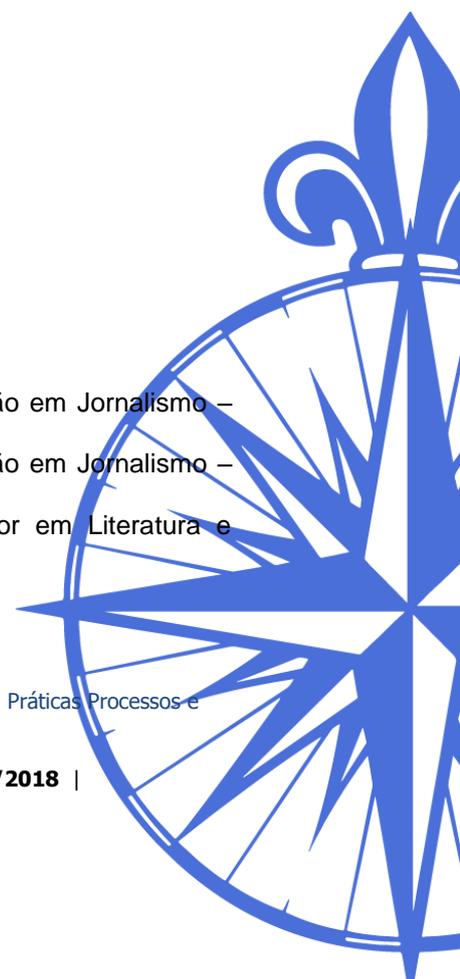
Palavras-Chave:

Blog *Olhar Comunitário*; Comunicação comunitária; Cidadania.

⁹⁶ Graduando do 5º período do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – UEPB, email: luizfelipebolis@gmail.com

⁹⁷ Graduando do 7º período do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – UEPB, email: ana8flavianobreg@gmail.com

⁹⁸ Professor do Departamento de Comunicação Social da UEPB, Doutor em Literatura e Interculturalidade (PPGLI/UEPB), email: luisadriano@gmail.com



EMPATIA EM PAUTA: DISCUTINDO O PAPEL DO JORNALISMO COMO DISSEMINADOR DE DISCURSOS MARGINAIS

Pedro Henrique Barroso da COSTA⁹⁹
Maria Clara Rezende COSTA¹⁰⁰
Margarete Almeida NEPOMUCENO¹⁰¹
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Esse trabalho busca discutir o papel do jornalismo na disseminação de discursos marginais ou periféricos através da empatia. Uma série de estudos em campos que vão da neurociência à antropologia demonstram o poder da empatia através de narrativas e relatos emotivos, ressaltando o seu papel como instrumentos de aproximação de grupos opostos. Trabalhos nesse sentido têm reavaliado obras como as de G. Orwell e C. Dickens tentando identificar como a imaginação e a rede de neurônios espelho são responsáveis por transportar o indivíduo entre realidades, algo que o pesquisador Roman Krznaric tem chamado de *outrospection*. Sendo o jornalismo o principal produtor de narrativas cotidianas, é preciso colocar em escrutínio a sua função transformadora: como vetor e catalisador da empatia social, capaz de transportar os leitores para a realidade cotidiana de outrém. Nesse trabalho buscamos analisar uma personagem muito explorada pelos jornais de grande circulação, Danúbia Rangel, *pivot* da recente disputa entre facções de traficantes na cidade do Rio de Janeiro. Mais precisamente buscamos através dessa personalidade identificar os elementos que permitem a identificação, aproximação ou distanciamento e construção da personagem. Identificando nos diversos elementos pertencentes ao universo dessas notícias aqueles que amplificam o processo de empatização do leitor externo aos acontecimentos. Esse estudo vai ser construído através de uma análise de discurso aliada às teorias linguísticas e psicocognitivas acerca do tema nas matérias produzidas sobre Danúbia Rangel pelo jornal “O Globo”.

Palavras-chave

Discursos marginais; Empatia; Danúbia Rangel; jornal “O Globo”.

⁹⁹ Graduado pela Universidade de Brasília em Comunicação Social (Publicidade) em 2013; Atualmente exerce o cargo de assessor de comunicação para a Cruz Vermelha do Rio Grande do Sul no Hospital de Trauma de João Pessoa. Aluno especial do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Email: pirlimpas@gmail.com;

¹⁰⁰ Graduanda pela Universidade Federal da Paraíba em Comunicação Social (Jornalismo) cursando o quarto período. Email: clararezcosta@live.com

¹⁰¹ Professora doutora do Departamento de Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba. Coordenadora do GEM - Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia. Email: margaretea@gmail.com.



TRABALHO E VIOLÊNCIA NUMA PERSPECTIVA DE GÊNERO E REFLEXO MIDIÁTICO

Tamyres Dysa da Luz **AYRES**¹⁰²

Roseilda Maria da **SILVA**¹⁰³

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa de literatura, fruto de algumas reflexões sobre mulher, trabalho e gênero e de como essas questões refletem na mídia brasileira, com abordagens e narrativas positivas ou negativas referentes a esse contexto. Esse estudo tem como objetivo principal refletir sobre as lutas das mulheres para serem respeitadas no mundo do trabalho e na sociedade, contextualizando a época onde se questionavam as condições de vida em que as mesmas eram submetidas, entre a carência material, a ausência de direitos básicos e a violência de gênero, inclusive com mortes, assim como foi o caso da camponesa paraibana Margarida Maria Alves, a qual realizamos uma análise com primazia na reflexão do caso e na realização da comparativa nas plataformas de comunicação da época em que ocorreu a fatalidade, até os dias atuais. A ativista foi assassinada em 1983 com um tiro de espingarda, em frente a sua casa, na presença do marido e do filho na cidade de Alagoa Grande. A pesquisa mostrou a luta contra um poder patriarcal que sempre determinou o lugar da mulher na história e sempre marcou, e ainda marca a trajetória da mulher no País. A partir do século XX intensificaram-se as lutas das mulheres pelos direitos políticos e civis, tornando-se mais acentuadas devido ao crescimento da produção industrial, tornando o trabalho feminino mais visível e ao mesmo tempo desvalorizado, enquanto ocorria a supervalorização do trabalho masculino. Os discursos veiculados nas plataformas mais antigas, e inclusive no campo da literatura sobre as mulheres, eram de que o mundo do trabalho representaria uma ameaça à honra feminina e a fragilidade da família. O presente artigo é fruto de uma realidade histórica e contemporânea, observando a cobertura dos meios de comunicação diante de tal abordagem.

Palavras-chave:

Mulher; Trabalho; Mídia.

¹⁰² Graduanda em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB e bolsista do projeto de extensão "Projeto Repórter Junino: (re) construindo a memória dos festejos juninos em Campina Grande - PB - PROEXT 2015/MEC/SESu. Email: tamyresdysa@gmail.com

¹⁰³ Licenciada em História pela Universidade Federal da Paraíba- UFPB. Bacharelada em serviço social pela Universidade Estadual da Paraíba- UEPB. Especialista em saúde da família pela Faculdade integrada de Patos – FIP, mestra em ciências sócias pela Universidade Federal de Campina Grande – UFCG e professora de História no Instituto Federal do Maranhão – IFMA. Email: rose_ufcg@yahoo.com.br



SELFIE E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Kaline Aragão **BARBOSA**¹⁰⁴
Sandra Raquew dos S. **AZEVEDO**¹⁰⁵
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Ao longo dos anos, todas as esferas da sociedade têm se transformado. E não tem sido fácil compreender o tipo de interpretação que tem sido realizada através dessas mudanças. Não é somente a política, as artes e a economia que têm passado por transformações, a identidade humana, o modo de consumo e a capacidade de desenvolver maneiras de estar presente no mundo tem afetado significativamente a maneira de relacionar uns com os outros e consigo mesmo. A sociedade moderna tem buscado novas formas para se representar imagens e mais imagens são produzidas e descartadas, uma nova exaltação do eu é referenciada e a espetacularização do consumo é reverenciada.

Palavras-chave

Selfie; espetacularização do consumo; sociedade do espetáculo.

¹⁰⁴ Formação em Comunicação Social – Jornalismo. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas – PPGC/UFPB. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisa em Antropologia do Imaginário – UFPB. Email: linearagao7@gmail.com

¹⁰⁵ Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas – PPGC/UFPB. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba. Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.



ONDA DE ESTUPROS NO RECIFE: AGENDAMENTO, REPERCUSSÃO E ATUAÇÃO DO ESTADO EM NOTÍCIAS DO SISTEMA JORNAL DO COMMERCIO (PE)

Pedro Henrique Gomes da PAZ¹⁰⁶

Pedro BENEVIDES¹⁰⁷

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este trabalho tem o propósito de analisar o agendamento, a repercussão, sobretudo nas redes sociais, e a atuação do Estado em notícias do Sistema Jornal do Commercio (PE), formado pelo impresso Jornal do Commercio, pelo portal *NE10*, pela *TV Jornal* e pela *Rádio Jornal*, sobre suposta onda de estupros no Recife, no segundo semestre de 2016. Inspira-se na abordagem marxista do jornalismo, proposta por Adelmo Genro Filho (1987), que entende o jornalismo como uma forma social de conhecimento, e na clássica teoria do agenda-*setting*, de Shaw apud Wolf (2005), que parte do pressuposto de que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*. Além desse suporte teórico, considerando a convergência midiática que marca o contemporâneo, análise de conteúdo dos produtos midiáticos orientam, metodologicamente, esta pesquisa. Não há pretensão de universalizar os diagnósticos deste estudo de caso, uma vez que os objetos de investigação são notícias singulares, inseridas em um contexto concreto. Conclui-se que há um caráter classista e racista no agendamento e na repercussão das notícias e que o Estado atua de modo reativo, nega a realidade concreta e culpabiliza as mulheres pelos estupros dos quais são vítimas.

Palavras-chave

Estupro; Notícia; Agendamento.

¹⁰⁶ Discente do Mestrado Profissional do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB, e-mail: pedropaz.jn@gmail.com.

¹⁰⁷ Docente do Mestrado Profissional do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB e Coordenador do curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: pedrocontatoinvestigativo@gmail.com.



GT6

Jornalismo e Desenvolvimento Regional.

Coordenadores

Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva – PPJ/UFPB

Prof. Dr. Roberto Faustino – UEPB

Ementa:

O GT acolhe pesquisas acerca dos critérios de noticiabilidade na mídia regional, com ênfase para estudos que abordem valores-notícia como “local” e “hiperlocal”, “proximidade e vizinhança”, “local/global”, etc. Recebe investigações que vinculem o campo jornalístico ao tema do desenvolvimento regional, assim como à inovação, sob a égide dos avanços tecnológicos na era da convergência.

A NOTÍCIA COMO ESPETÁCULO: UMA ANÁLISE SOBRE A LINHA EDITORIAL DO CORREIO VERDADE

Aderlon dos Santos GERONIMO¹⁰⁸

Zulmira NÓBREGA¹⁰⁹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O jornalismo policial no estado da Paraíba se apresenta com alto índice de aceitação da população paraibana, a prova disso são os números elevados de audiência revelados pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) ao longo dos anos. O programa Correio Verdade exhibe conteúdos policiais de segunda à sábado no horário do almoço trazendo abordagens questionáveis para os estudantes e pesquisadores de jornalismo. No intuito de compreender esse tipo de linguagem, o nosso trabalho busca desenvolver uma análise sobre a abordagem do jornalismo desenvolvido no programa Correio Verdade através dos critérios de noticiabilidade e da espetacularização da notícia. Pretende-se verificar através deles como a notícia abordada pelo telejornal se transforma em um espetáculo midiático. A dramatização e o apelo emocional em determinadas reportagens nos levam a pensar como os questionamentos jornalísticos desenvolvidos no estado comprometem os princípios do “bom jornalismo” e se essa linguagem apresentada faz referência direta aos níveis de audiência no programa. Para isso, utilizaremos como base as teorias do jornalismo de Nelson Traquina para entendermos essa mediação entre a prática estabelecida pelo telejornal em estudo e as hipóteses levantadas pelo autor. Além disso, vamos trabalhar o espetáculo com Edgar Morin para assim, compreendermos o porquê dessa aproximação do público com o programa *Correio Verdade*.

Palavras-chave

Notícia; Espetáculo; Critérios.

¹⁰⁸ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB / aderlonamorim@gmail.com

¹⁰⁹ Professora orientadora do Mestrado Profissional em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação da UFPB / zulmiranobrega@uol.com.br



CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE, VALORES-NOTÍCIA E JORNALISMO DE PROXIMIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL/LOCAL

Alline Laís Silva LIMA¹¹⁰
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Alessandra Clementino dos SANTOS¹¹¹
Leandro Pedrosa de ANDRADE¹¹²
Luiz Felipe Bolis RODRIGUES¹¹³
Rogério dos Santos SILVA¹¹⁴
Luiz Custódio da SILVA¹¹⁵
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O presente artigo tem por objetivo analisar os critérios de noticiabilidade e valores-notícia no jornal Correio da Paraíba, com sede em João Pessoa, PB, tendo como metodologia as técnicas de Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2009). Foram categorizadas 925 matérias referentes a 27 edições do jornal, compreendendo os meses de fevereiro e abril. Para a construção do suporte teórico foram utilizadas concepções de Alsina (2009), Assis (2013), Melo (2005), Silva (2014), Tétu (1907), Beltrão (1961) e Fernandes (2013). Explicar as consequências dos fatos e dos acontecimentos não é uma simples questão técnica. Implica na construção da realidade inspirada em várias áreas do conhecimento, na compreensão e utilização das teorias jornalísticas e um entendimento das estratégias e procedimentos metodológicos de como construir fatos e acontecimentos dentro de uma perspectiva epistemológica. Os dados empíricos apresentados pelo jornal objeto do estudo e analisados a partir das questões teóricas abordadas evidenciam, cada vez mais, a importância da proximidade como um valor de extrema significação para o desenvolvimento nos contextos regionais/locais na imprensa interiorana brasileira. O jornalismo, nas suas várias modalidades nos dias atuais, carece cada vez mais de novos suportes teóricos e metodológicos para cumprir suas múltiplas funções junto à sociedade na sua tarefa de explicar o significado dos fatos e acontecimentos construídos pelos vários segmentos sociais. Dessa maneira, os estudos relacionados com os critérios de noticiabilidade apontam caminhos para a melhoria da qualidade da informação jornalística na sociedade.

Palavras-chave

Crítérios de noticiabilidade; Mídia Regional; Desenvolvimento Local.

¹¹⁰ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo do CCTA-UFPB, email: allinelais@gmail.com

¹¹¹ Graduando do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: ale.clementino.santos@gmail.com

¹¹² Graduando do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: leandropedrosa.andrade@gmail.com

¹¹³ Graduando do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: luizfelipebolis@gmail.com

¹¹⁴ Graduando do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: rogeriosantos61@outlook.com

¹¹⁵ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: custodiolcjp@uol.com.br



DESENVOLVIMENTO DA CULTURA REGIONAL EM REDE: O PAPEL DO PROJETO REPÓRTER JUNINO NA CONSTRUÇÃO DA MEMÓRIA DOS FESTEJOS JUNINOS

Ana Flávia Nóbrega [ARAÚJO](#)¹¹⁶

Franciérica Oliveira [RIBEIRO](#)¹¹⁷

Tamyres Dysa da Luz [AYRES](#)¹¹⁸

Fernando [FIRMINO](#)¹¹⁹

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

O trabalho objetiva relatar a experiência de produção jornalística através do projeto de extensão Repórter Junino, apoiado por edital do PROEXT 2015/MEC/SESu, e que atua desde 2005 de maneira ininterrupta no curso de jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. A abordagem centra-se na construção da memória popular dos festejos juninos de Campina Grande - PB e da região Nordeste como fator de desenvolvimento regional em rede por meio do jornalismo digital na cobertura dos festejos juninos. A proposta coaduna a interface entre a cultura popular e as tecnologias digitais visando dar voz às manifestações culturais características da cultura popular nordestina considerando a construção dinâmica da memória dos festejos através do projeto que congrega o site reporterjunino.com.br e das redes sociais. Todavia, essas ações promovem desenvolvimento por meio da priorização de manifestações culturais populares das comunidades e artistas/protagonistas locais, permitindo-nos unir os saberes da esfera acadêmica aos saberes advindo do campo social e popular. Neste sentido, dialogamos com conceitos do universo da comunicação, do jornalismo e da cultura popular como a folkcomunicação fomentando a discussão teórico-conceitual e metodológica que nos permite refletir sobre essas práticas tradicionais dentro de um contexto de modernidade e inovação a partir de prática interventiva que possa vislumbrar a cultura em ambiente glocal. Com alunos de jornalismo e educomunicação, o projeto pretende assumir papel no fortalecimento e criação do acervo da memória ligada ao/do evento, atuando na manutenção da cultura e do imaginário popular e ainda reinventando novos significados para os festejos através do uso de tecnologias móveis e outros recursos de multimídia.

Palavras-chave:

Cultura Popular; Jornalismo Digital; Repórter Junino; Memória.

¹¹⁶ Graduanda em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB e bolsista do projeto de extensão "Projeto Repórter Junino: (re) construindo a memória dos festejos juninos em Campina Grande - PB - PROEXT 2015/MEC/SESu. Email: ana8flavianobreg@gmail.com

¹¹⁷ Graduanda em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB e bolsista do projeto de extensão "Projeto Repórter Junino: (re) construindo a memória dos festejos juninos em Campina Grande - PB - PROEXT 2015/MEC/SESu. Email: franci.ribbeiro@gmail.com

¹¹⁸ Graduanda em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB e bolsista do projeto de extensão "Projeto Repórter Junino: (re) construindo a memória dos festejos juninos em Campina Grande - PB - PROEXT 2015/MEC/SESu. Email: tamyresdysa@gmail.com

¹¹⁹ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba - UFPB e professor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Coordenador do Projeto de extensão Repórter Junino e coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR, cadastrado no diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq. Email: fernando.milanni@gmail.com



A VALORIZAÇÃO DO JORNALISMO HIPERLOCAL: UMA ANÁLISE DO PORTAL E APLICATIVO POR AQUI

Anderson Luan Santana [SIQUEIRA](#)¹²⁰
 Lucas Adriel do Nascimento [ARRUDA](#)¹²¹
 Margarete Almeida [NEPOMUCENO](#)¹²²
 Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

A ideia de jornalismo como indústria serve de base para a compreensão do crescimento do jornalismo hiperlocal. Com este pressuposto, o objetivo deste trabalho é analisar o jornalismo hiperlocal da Rede de conteúdo PorAqui a partir da veiculação de notícias de bairros da cidade do Recife, que serve como fonte de valorização e informação para as comunidades. Como metodologia, pesquisamos a história da Rede, o formato, estratégias, alcance de público; e analisamos matérias veiculadas entre os dias 18 e 19 de Outubro de 2017. O Por Aqui se divide em 10 estações, cada uma tratando de um bairro, e assim foi possível constatar a sua importância através da pluralidade de colaboradores e bairros cobertos, que diversificam o conteúdo e aumentam o alcance de público. Verificamos que uma das estratégias utilizadas é de contar com jornalistas colaboradores que residem nas proximidades do bairro noticiado. Com a criação do próprio aplicativo, foi disponibilizado o serviço de geolocalização, que permite aos usuários personalizar as 'estações' para atender às suas demandas de informação. O seu formato de jornalismo local se diferencia do que é feito por tradicionais sites de notícias da região, como o portal JC Online. Para a análise, utilizamos os critérios de noticiabilidade, a exemplo da relevância, novidade e proximidade e a teoria organizacional. Através dos critérios utilizados, entendemos melhor as motivações pelas quais as notícias com o foco hiperlocal, que geralmente não chegavam aos grandes veículos, estão conquistando as plataformas na internet. Por fim, o resultado nos mostrou como a cobertura de jornalismo hiperlocal tem crescido, com sua forma de produção e compartilhamento de informações, através de interesses de acordo com lugares geográficos.

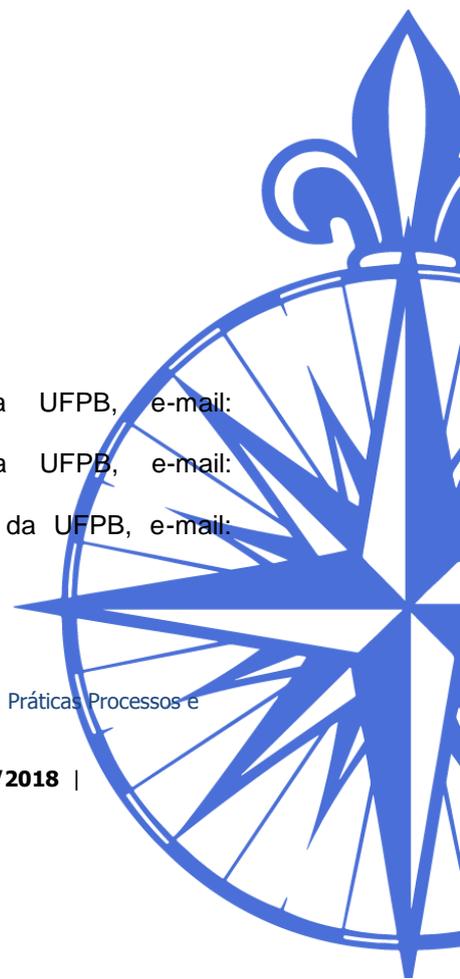
Palavras- chave

Jornalismo local; Jornalismo hiperlocal; PorAqui.

¹²⁰ Graduando do 4º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: andersonluanss@gmail.com

¹²¹ Graduando do 4º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: lucasadrieel@outlook.com

¹²² Professora Adjunta I do Departamento de Comunicação (Decom) da UFPB, e-mail: margaretea@gmail.com



O SURGIMENTO DA MÍDIA-TECNOLOGIA E UMA NOVA PERSPECTIVA DE EXPERENCIAR AS RELAÇÕES PEDAGÓGICAS

Antonio Normando da Silva Dias **JUNIOR**¹²³

Suelyly Maria Maux **DIAS**¹²⁴

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente artigo consiste em uma problematização a cerca da emergência das mídias tecnológicas na sociedade; sua conseqüente inserção na relação professor-aprendiz e suas contribuições no âmbito do desenvolvimento regional. Para tal, este trabalho objetiva avaliar de forma prática a experiência com os dispositivos de mídia na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio “Gentil Lins”, localizada no município de Sapé, interior da Paraíba. Utilizamos como recurso metodológico a revisão de bibliografias que abordam a mídia enquanto suporte educativo e ferramenta de inclusão social. Na experiência junto à referida comunidade escolar foi aplicado um questionário com alunos do ensino médio da modalidade Educação de Jovens e Adultos – EJA e avaliados os seguintes critérios: usabilidade, qualidade, quantidade, preferência, responsabilidade social e inclusão, assim como planejamento de gestão e políticas de mídia. Como resultados parciais, temos que as mídias tecnológicas são inseridas no âmbito educativo sem maiores planejamentos. Na escola avaliada detectamos uma série de fragilidades ocasionadas pela falta de uma política de mídia adequada. Entendemos que urge democratizar os acessos à internet, à informação e ao conhecimento. E democratizar significa oferecer criticidade ao envolvidos nesse processo. Não é somente uma ação de ofertar máquinas, mas de tornar os aprendizes aptos a usá-las com responsabilidade social, mais percepção e filtragem de conteúdos.

Palavras-chave

Mídia-educação; Inclusão; Responsabilidade social.

¹²³ Bacharel em jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), mestrando pelo Programa de Pós Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: tv.bra@hotmail.com.

¹²⁴ Professora Doutora do curso de Jornalismo da UFPB. E-mail: suellymaux@gmail.com



A ONIPRESENÇA DA VIOLÊNCIA NO JORNALISMO: ANÁLISE DE CONTEÚDO DO JPB 2ª EDIÇÃO

Antonio Simões MENEZES¹²⁵
Maria Letícia Aragão e SILVA¹²⁶
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

Desde meados do século XIX, a cobertura da violência faz parte do cotidiano do jornalismo. Ao contrário do que o senso comum possa imaginar, ela não ganha destaque apenas em produtos que se autodenominam como programas policiais. Na verdade, perpassa as mais variadas editoriais de uma redação, de forma pontual ou não. Porém, mesmo que seja paradoxal, não é raro ouvir pessoas afirmando que deixaram de consumir produtos jornalísticos por estarem fartas dessa temática. Este trabalho tem como referencial teórico os estudos relacionados aos produtores de conteúdo jornalístico, mais especificamente a perspectiva do *newsmaking*. Por isso, foi fundamental a leitura de autores como Alsina (2009), Matheus (2011), Traquina (2005), Tuchman (1993) e Wolf (1995). Parte-se do pressuposto de que mesmo produtos noticiosos de referência podem, em maior ou menor frequência e intensidade, se valer de acontecimentos caracterizados como sensacional para operar na construção social da realidade. Assim, este artigo objetiva, por meio da análise de conteúdo, verificar a proporção de notícia sensacional, ou seja, que tenha um cunho negativo, como homicídios, roubos, furtos, corrupção, desastres, acidentes, entre outros acontecimentos do gênero, exibida no telejornal JPB 2ª Edição, veiculado pela TV Paraíba. Na maior parte das edições analisadas, as narrativas sobre violência são predominantes.

Palavras-chave

Violência; Telejornalismo; *Newsmaking*.

¹²⁵ Professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade (Mobjor/UEPB). E-mail: simoesmenezes@gmail.com

¹²⁶ Graduanda do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade (Mobjor/UEPB). E-mail: leticiaaragao@ymail.com



EMBATES E DESAFIOS NA IMPRENSA REGIONAL DOS ARTISTAS NORDESTINOS “EXCLUÍDOS” DOS FESTEJOS JUNINOS

Luiz Custódio da SILVA¹²⁷
 Antonio Roberto Faustino da COSTA¹²⁸
 Alessandra Clementino dos SANTOS¹²⁹
 Alline Laís Silva LIMA¹³⁰
 Leandro Pedrosa de ANDRADE¹³¹
 Luiz Felipe Bolis RODRIGUES¹³²
 Rogério dos Santos SILVA¹³³
 Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

Analisa a cobertura da imprensa regional relacionada com os debates registrados acerca do fato de alguns artistas de origem nordestina não terem sido convidados para os grandes shows das festas juninas de 2017. Objetiva elucidar os critérios de noticiabilidade e os valores notícia presentes na cobertura da imprensa paraibana e pernambucana, observando as marcas da folkcomunicação e da cultura popular, além do planejamento e realização dos megaeventos na contemporaneidade. Os jornais pesquisados são *A União*, *Correio da Paraíba*, *Diário de Pernambuco*, *Jornal do Commercio* e *Folha de Pernambuco*, enquanto o período do estudo compreenderá os meses de maio e junho de 2017. A revisão de literatura adota, por um lado, as concepções de economia da cultura, e, por outro, as noções de festas populares e festejos juninos. Além de realizar pesquisa documental acerca dos festejos juninos e das políticas culturais nacionais, regionais e locais, o estudo seleciona como corpus de investigação as matérias jornalísticas publicadas no período estudado, fundamentando-se na Análise de Conteúdo de acordo com Bardin (2009). Complementando a pesquisa são realizadas entrevistas com compositores, cantores e músicos nordestinos acerca de suas impressões e posições como artistas, bem como editores, produtores e repórteres a respeito dos critérios adotados para a seleção, produção e publicação de notícias e reportagens.

Palavras-chave:

Imprensa Regional. Critérios de noticiabilidade. Festejos juninos.

¹²⁷ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: custodiolcjp@uol.com.br

¹²⁸ Doutor em Educação, mestre em Biblioteconomia e bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

¹²⁹ Graduanda em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba.

¹³⁰ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

¹³¹ Graduando de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

¹³² Graduando em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

¹³³ Graduando do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).



O RÁDIO NA DIFUSÃO DA CULTURA POPULAR: MEMÓRIA DOS ARTISTAS PARAIBANOS

Goretti Maria Sampaio de FREITAS¹³⁴

Dayara Maria Alves SOUSA¹³⁵

Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

Diante do processo de efervescência social no qual estão inseridos os meios de comunicação de massa e mais especificamente os eletrônicos, o rádio configura-se como um veículo de grandes potencialidades e importância para o desenvolvimento regional, promovendo dessa maneira uma intensa influência na formação cultural do indivíduo. As transformações técnicas e sociais norteadas pela implementação das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), tem ocasionado que o rádio se reconfigure, no sentido de se adaptar ao contexto moderno onde está inserido, sem, contudo perder sua eficácia como canal de difusão da cultura e formação social muito atrelado ao contexto local. Tais reflexões nos ajudaram a compreender a convergência e aplicá-la de forma empírica em um programa radiofônico que busca produzir conteúdo multimídia informativo e documental. O Gente Nossa debruça-se na recuperação da memória dos artistas paraibanos que atuam ou atuaram na divulgação da cultura popular nordestina, desvelando a importância e contribuições que prestaram para o desenvolvimento cultural e social do estado da Paraíba. Contempla um programa radiofônico com uma hora de duração, transmitido ao vivo, com a utilização de recursos interativos – redes sociais e website, e os diversos formatos de mídia – áudio, vídeo, imagens e textos, transmitidos em tempo real e posteriormente hospedados em site na web. Os resultados observados com a produção de 51 programas demonstram que as novas práticas de produção radiofônicas são responsáveis por remodelar a organização do trabalho dos profissionais da área, assim como a relação do veículo com a sociedade, e sua produção de conteúdo, principalmente no que se refere à difusão da nossa cultura popular e conseqüentemente seu processo de desenvolvimento local. Como enfatiza Kaplún (1999), devemos pensar a comunicação como um componente pedagógico, um eixo para os processos educativos. Dessa forma a comunicação educativa deve ser considerada uma relação e não um objeto.

Palavras- Chave

Rádio; Cultura; Desenvolvimento local.

¹³⁴ Professora Doutora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba. : Formação: Graduação em Comunicação Social/Jornalismo, Especialização em Comunicação Educacional, Mestrado em Ciências da Sociedade, Doutorado em Sociologia. Área de Pesquisa: Radiodifusão e sociologia da juventude. : <http://lattes.cnpq.br/5216811675541316>. E- mail: gmscg@uol.com.br

¹³⁵ Graduanda do curso de comunicação social da Universidade Estadual da Paraíba.



JORNALISMO HIPERLOCAL EM JOÃO PESSOA: UM OLHAR SOBRE OS LEITORES DE PORTAIS E BLOGS DO MUNICÍPIO

Joana Belarmino de SOUSA¹³⁶

Pedro NERI¹³⁷

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

As diversas transformações que o Jornalismo tem passado, as quais em grande parte se devem as novas tecnologias de comunicação e informação, contribui para a produção e criação de novos ambientes de veiculação de notícias, regionais e locais. A partir de novas plataformas digitais o jornalismo pode se reinventar, e se torna recorrente o surgimento de modelos de negócio que se deparam apenas com o jornalismo hiperlocal. Santos; Carvalho; Lourenço (2016) afirmam que o jornalismo hiperlocal “[...] está diretamente ligado à reconfiguração do setor jornalístico que, historicamente, necessita de adaptar-se às novas condições de mercado, de tecnologia e de momentos e exigências sociais distintas [...]”. Na cidade de João Pessoa-PB, existem diversos sites e portais que reproduzem os acontecimentos diários da cidade e do Estado da Paraíba. Sendo assim, o presente trabalho irá traçar um perfil do público que acessa sites e portais locais; verificar em quais dispositivos e plataformas digitais os usuários usam para navegar e ler as notícias veiculadas; e fazer análise das notícias publicadas nesses espaços jornalísticos afim de verificar o espaço dado aos conteúdos locais e hiperlocais. Será um estudo quantitativo-qualitativo de natureza exploratória, com um levantamento que será feito através de formulário que será disponibilizado *online*, no qual pretendemos desenvolver uma pesquisa para investigar o público leitor de João Pessoa.

Palavras-chave:

Jornalismo multiplataforma; Jornalismo local; João Pessoa.

¹³⁶ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com

¹³⁷ Graduando do 8º período do curso de Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: pedronerisilva@gmail.com



A MERCANTILIZAÇÃO DAS QUADRILHAS JUNINAS DE CAMPINA GRANDE

José Primitivo Leal NETO¹³⁸
Giseli Maria Sampaio de ARAÚJO¹³⁹
Universidade Estadual da Paraíba- UEPB

Resumo

A mercantilização da cultura é um tema que vem chamando a atenção de muitos estudiosos para a disfunção das expressões principalmente da cultura popular. Como é o caso das quadrilhas juninas que vêm em um processo contínuo para se tornarem uma mercadoria do capitalismo e não mais, uma expressão da cultura popular. Correndo assim, o risco de serem mais um produto na prateleira do mercado ou ainda se tornarem uma forma indireta de empresários ganharem dinheiro sobre essas expressões. Diante disso, o objetivo deste trabalho é analisar se é correto falar na mercantilização das quadrilhas juninas e de que forma esse fenômeno é influenciado pela reconfiguração do mundo moderno e como essas quadrilhas influenciam na movimentação de capital monetário no comércio local. Para tanto, foi utilizado como base as quadrilhas juninas da cidade de Campina Grande no interior da Paraíba. Desse modo, foi utilizado métodos mistos, baseados em revisão de literatura fundamentadas nas teorias da folkcomunicação de BELTRÃO (1980), indústria cultural de COELHO (1993) e modernidade de BAUMAN (2013). Foi utilizado também entrevista com perguntas abertas para obtenção de dados sobre as quadrilhas da cidade. Desta forma os resultados obtidos apontam para uma mercantilização que tende a ser necessária para a sobrevivência dos grupos de quadrilheiros, tendo em vista que eles têm gastos monetários para realizar suas apresentações. Esses gastos giram em torno do figurino, viagens, taxa de inscrição dos festivais, entre outros.

Palavras-chave:

Festa Popular; Mercantilização; Folkcomunicação.

¹³⁸ Graduando em Comunicação Social habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: jose.primitivo.leal@gmail.com

¹³⁹ Mestre em Ciências da Sociedade, UNINASSAU – Campina Grande. E-mail: gisellisampaio@gmail.com



PERSPECTIVAS ATUAIS ENTRE O GLOBAL E O LOCAL: AS MUDANÇAS PROVOCADAS PELA CIBERCULTURA NOS VALORES-NOTÍCIA DOS TELEJORNALIS LOCAIS DE CAMPINA GRANDE

Eveline Regina GONÇALVES¹⁴⁰

Marcos Antônio NICOLAU¹⁴¹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Com o advento da cibercultura, o conceito de “local” está passando por um “remapeamento” (DOCTOR, 2011). Na internet, o espaço territorial se transformou em não físico e isso está trazendo mudanças para a produção dos veículos de comunicação, principalmente para a imprensa local no que diz respeito às notícias exibidas. Assuntos de repercussão mundial estão ganhando destaque nos telejornais regionais por meio de arquivos (fotos, vídeos ou áudios) enviados pelas fontes. Esse artigo visa discutir as mudanças dos valores-notícia nos telejornais locais de Campina Grande, na Paraíba, bem como identificar como a interação entre jornalistas e público pela internet e o jornalismo colaborativo têm contribuído para esse cenário. Para isso, analisamos dois casos selecionados por amostras não probabilísticas por conveniência. O primeiro trata da cobertura da TV Paraíba, afiliada da Rede Globo, sobre o Furacão Irmã que atingiu vários países, e o outro diz respeito ao Terremoto do México que foi notícia na TV Itararé, afiliada da TV Cultura na cidade. Concluimos que os dois casos, embora sejam notícias mundiais, ganharam grande destaque nos telejornais locais a partir de um vídeo enviado por um internauta. Para entender esse fenômeno discutiremos os conceitos de global e local, os valores-notícia na cibercultura, a interação mediada pelo computador e o jornalismo colaborativo e de fonte aberta.

Palavras-chave:

Global; Local; Cibercultura.

¹⁴⁰ Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Email: evelinegoncalves1@gmail.com

¹⁴¹ Professor Pós-Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas – Gmid/PPGC. E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com



(IN) FORMAÇÃO E CIDADANIA: CENÁRIOS E POSSIBILIDADES PARA O USO DE GÊNEROS JORNALÍSTICOS COMO ACESSO À INFORMAÇÃO E EXPRESSÃO SOCIAL NA UNIDADE ESCOLAR CORONEL BOA VISTA.

José Valmir Macêdo de SOUSA¹⁴²

Daniel Vasconcelos SOLÓN¹⁴³

Universidade Estadual do Piauí- UESPI

Resumo

Trata-se de um trabalho que busca analisar novas possibilidades de práticas de comunicação comunitária, com recorte no espaço de comunidades escolares rurais. A pesquisa procura, por meio de uma análise de cenário local, relacionar e identificar possíveis nichos de intervenção prática de comunicação comunitária na Unidade Escolar Coronel Boa Vista, localizada na zona rural de Teresina, Piauí, e apontada como o centro de menor Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) do município. Dentre os objetivos estão o de apresentar espaços de prática e análise de gêneros textuais jornalísticos como ferramenta de letramento e de interlocução de acontecimentos sociais regionais e globais, e o de apontar a efetivação de espaços de comunicação comunitária cidadã como saída para desigualdades sociais, buscando um desenvolvimento social regional consolidado. Na base teórica de referência temos o aporte de Paroli (2006), Rodrigues (2000), Fantin (2011) e Baccega (2003). Quanto a metodologia, a pesquisa é de campo/bibliográfica. Dentre as técnicas de pesquisas utilizadas estão a pesquisa bibliográfica e documental, por meio de questionários e entrevistas orais semi-estruturadas com recorte da população de alunos e professores que constituem a comunidade escolar rural. A necessidade de ferramentas e de espaços que aproximem e familiarizem a comunidade com o acesso à comunicação e a produção e participação midiáticos pelos sujeitos locais, respectivamente, são conclusões apontadas pela análise deste trabalho.

Palavras-chave:

Escola Coronel Boa Vista; Comunicação Comunitária; Cidadania e Desenvolvimento Regional.

¹⁴² Graduado em Comunicação Social: Jornalismo e Relações Públicas pela Universidade Estadual do Piauí; trabalha como assessor de imprensa na Unidade de Jornalismo da Coordenadoria de Comunicação do Estado do Piauí. E-mail: jvalmirmacedo@gmail.com

¹⁴³ Professor da Universidade Estadual do Piauí (Uespi). Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Piauí (1998), especialização em Comunicação Institucional pela Universidade Federal do Piauí (2003) e mestrado em História do Brasil pela Universidade Federal do Piauí (2006).



SABERES DA PEDAGOGIA NO JORNALISMO: PAULO FREIRE E A PRÁTICA JORNALÍSTICA

Laerte CERQUEIRA¹⁴⁴

Alfredo VIZEU¹⁴⁵

Universidade Federal do Pernambuco - UFPE

Resumo

Neste trabalho, fazemos uma reflexão sobre a função pedagógica do Jornalismo baseada em sete saberes da prática educativa, desenvolvidos e descritos por Paulo Freire em algumas de suas obras, em especial, no livro *Pedagogia da Autonomia*. São orientações, atitudes e comportamentos evidenciados pelo autor para uma eficiente ação educadora e que aplicamos ao estudo do método de construção da realidade do Jornalismo. A análise dos saberes e aplicação à prática jornalística têm objetivo de deslocá-los e torná-los balizadores para a produção do conhecimento no campo jornalístico. São eles: o rigor no método, a criticidade, a ética e a estética, a reflexão crítica sobre a prática, a apreensão da realidade, o reconhecimento de ser condicionado e o saber escutar. Esses saberes compõem o que chamamos de dimensões da função pedagógica, formada ainda pela linguagem, quando se adota uma forma própria de produzir este conhecimento, utilizando signos e o acervo de conhecimento compartilhável; e os processos didáticos, que são operações na produção de uma reportagem que tornam o conteúdo mais compreensível, oriundos de ações individuais ou coletivas internalizadas nas rotinas produtivas. Consideramos que ao refletir sobre que conhecimento produz, sobre sua função pedagógica, percorrermos um caminho no sentido de legitimação como um campo social central na sociedade. Um campo que pode e deve, mesmo enfrentando diversos constrangimentos político-mercadológicos e em transformação, contribuir com a educação, na cultura, na política e na economia. A perspectiva de aproximação com os estudos de Paulo Freire é uma das formas de lembrar e reafirmar que, em época de fatos alternativos e pós-verdade, profissionais na ativa e em formação não devem prescindir do horizonte ético, do rigor na apuração, do cuidado com os efeitos de sentido e da busca pela verdade.

Palavras-chave:

Jornalismo; Função pedagógica; Saberes jornalísticos.

¹⁴⁴ Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Letras pela UFPB. Pesquisador do Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade da UFPE. Email: laertecerqueira@hotmail.com

¹⁴⁵ Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação PPGCOM/UFPE. Coordenador do Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade do Programa. Email: a.vizeu@yahoo.com.br



VIZINHANÇA E PROXIMIDADE: O IMPACTO DOS VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO REGIONAL

Maria Cristina Dias da SILVA¹⁴⁶

Valdecir BECKER¹⁴⁷

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Num ecossistema de comunicação instantânea e globalizada, com a possibilidade de se obter notícia a partir de várias plataformas, conquistar o telespectador tem sido uma tarefa cada vez mais complexa. As novas tecnologias do jornalismo pós-industrial revolucionaram o processo de produção da notícia, expandindo o espaço e a atuação do público, agora um indivíduo em rede que não quer apenas receber notícia. Ele também deseja participar do processo de produção. Por isso, convergir com essa demanda passou a ser vital para o jornalismo atual, de ubiquidade. Então, como entrar nessa disputa num universo de informações publicadas em vários meios e com um público cada vez mais atuante e conectado? Uma proposta é justamente o trabalho feito em parceria com esse telespectador, ampliando as publicações conceituadas pelos valores-notícia de proximidade e vizinhança (tanto em termos geográficos, quanto em termos culturais). Para atingir o objetivo, fundamentamos o nosso trabalho na revisão bibliográfica de conceituados teóricos sobre valores-notícia e critérios de noticiabilidade. Também aplicamos a análise de conteúdo, considerando aspectos qualitativos e quantitativos, do telejornal JPB Primeira Edição da Tevê Cabo Branco, afiliada da Rede Globo. Nosso objetivo foi identificar de que forma os valores-notícia de proximidade e vizinhança podem ter contribuído para o aumento da audiência do telejornal considerando que, num ecossistema globalizado, a notícia local ganha nova dimensão e corresponde positivamente diante de uma audiência colaborativa e participativa, isto é, que contribui para a construção da notícia. O período de análise é de 15 a 21 de setembro de 2017, a mesma semana escolhida pelo IBOPE para realizar a pesquisa de audiência. O resultado dessa pesquisa do IBOPE foi divulgado no dia 18 de outubro de 2017 e constatou que o JPB Primeira edição conquistou o primeiro lugar na audiência, no horário do meio dia (uma das mais acirradas no Estado), após vários anos sem assumir a liderança.

Palavras-chave

Telejornalismo; Valor-notícia; Critérios de noticiabilidade.

¹⁴⁶ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – CCTA – UFPB. Jornalista há 20 anos no mercado, atualmente é editora-chefe do JPB Primeira edição, afiliada da Rede Globo. E-mail: mcdjpa@hotmail.com

¹⁴⁷ Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006,UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes (PPGCCA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: valdecir@ci.ufpb.br



SENSACIONALISMO COMO VALOR-NOTÍCIA: UMA ANÁLISE DO CASO DIOGO NASCIMENTO NO *JORNAL JÁ* PARAÍBA

Marília Grazielle Cordeiro ALVES¹⁴⁸

Suely MAUX¹⁴⁹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Considerar a notícia como um produto comercializado, implica destacar uma hierarquia de interesses para a edição de seu conteúdo. Antes e durante a composição dos produtos jornalísticos, os acontecimentos passam por filtros e seleções a fim de comprovar sua relevância social e o retorno através da audiência do público. Neste sentido, o *Jornal Já* constrói seu espaço incorporando características específicas do cotidiano do público a que se destina; seus valores-notícia estão fundamentados na proximidade geográfica e cultural, na oferta de entretenimento e, principalmente, no sensacionalismo. Sendo assim, este artigo se propõe a identificar o sensacionalismo como valor-notícia nas matérias que narram o Caso Diogo Nascimento, isto é, acontecimentos em torno do atropelamento de um agente de trânsito na cidade de João Pessoa e o julgamento do acusado do crime no início de 2017, além disso, apresentar as ferramentas discursivas usadas para criar vínculos de identificação com os leitores. As edições selecionadas para a pesquisa correspondem ao período de publicação das matérias, entre janeiro e maio de 2017. Para fundamentar a discussão proposta apresentamos conexões com estudos recentes sobre o objeto, a saber: Modesto (2016) e Pereira (2014) e, também, conceitos como *fait divers*, jornalismo popular, valores-notícia e sensacionalismo, tudo isso à luz da análise do discurso e de autores como Angrimani (1995), Amaral (2003 – 2004 - 2006), Barthes (1971 - 2007), Lustosa (1996), Orlandi (2013), Ramos (2002 - 2012) e Traquina (2005).

Palavras-chave:

Valores-notícia; Sensacionalismo; *Jornal Já*.

¹⁴⁸ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (2017), atuou por dois anos no setor de comunicação e marketing da Gráfica JB, desenvolvendo conteúdos para revistas internas e externas, blog institucional, gerenciamento de redes sociais, ações de endomarketing e assessoria de comunicação. Email: cordeiromarilia80@gmail.com.

¹⁴⁹ Professora Doutora do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Email: suellymaux@gmail.com.



REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA NO TELEJORNALISMO LOCAL: AS NOVAS DINÂMICAS DE TRABALHO APÓS A DIGITALIZAÇÃO DAS REDAÇÕES

Mateus Bezerra [ARAÚJO](#)¹⁵⁰

Taís Resende [ARAÚJO](#)¹⁵¹

Verônica Almeida de Oliveira [LIMA](#)¹⁵²

[Universidade Estadual da Paraíba- UEPB](#)

Resumo

O objetivo deste trabalho é compreender as mudanças na identidade do profissional de jornalismo no momento atual, levando-se em consideração suas práticas de trabalho cotidianas diante dos avanços tecnológicos. Partimos do pressuposto de que as ferramentas comunicacionais afetaram de modo direto seus processos produtivos, criando um novo tipo de trabalho e, conseqüentemente, um novo tipo de trabalhador. Delimitamos nosso olhar para os profissionais de televisão, utilizando como recorte temporal o período de transição do analógico para o digital, a partir da introdução, nas redações de Campina Grande-PB, do computador e da internet. Essa reconfiguração dos ambientes de trabalho converge com a reorganização do capitalismo mundial (pós-fordismo), e vem, justamente, dar início a transformações nas empresas e no modo de viver as rotinas profissionais. Do ponto de vista metodológico, primeiramente, realizamos pesquisa de campo levantando as emissoras de televisão da cidade de Campina Grande que passaram pelo período de digitalização das suas redações; selecionamos duas emissoras: *TV Borborema* e *TV Paraíba*. Em seguida, listamos, a partir da experiência de profissionais mais próximos, da orientadora deste trabalho e bibliografia, profissionais que viveram a experiência dessa reconfiguração das redações. Neste momento, a pesquisa está em fase de recolha e gravação de relatos pessoais. A terceira etapa metodológica constitui-se na compreensão, por meio da etnografia, da forma de viver o cotidiano profissional dos jornalistas profissionais. Como resultados preliminares, é possível observar que as mudanças acarretadas pelo uso do computador e da internet nas redações mudou toda uma atmosfera de trabalho, reforçando ainda a ideia de uma capacitação pluralista do profissional.

Palavras-chave:

Flexibilização; Rotinas Produtivas; Telejornalismo.

¹⁵⁰ Graduando do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, aluno bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), email: araujomateus091@gmail.com

¹⁵¹ Graduando do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, aluna voluntária do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), e-mail: taisresende85@gmail.com.

¹⁵² Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). veronicajornalista@yahoo.com.br



O JORNALISMO REGIONAL NAS PLATAFORMAS ONLINE: ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O CARIRI ATUAL E O G1

Romênia Gomes de OLIVEIRA¹⁵³
 Joedson Kelvin Felix de OLIVEIRA¹⁵⁴
 Elane Abreu de OLIVEIRA¹⁵⁵
 Universidade Federal do Cariri- UFCA

Resumo

Uma nova visão do desenvolvimento está sendo requerida em face das mudanças provocadas, sobretudo, pela globalização e seus efeitos. A mudança de paradigma no modo como o mundo atualmente consome as informações é, sem dúvidas, uma consequência do desenvolvimento de tecnologias móveis que permitem ao usuário realizar acesso sem precisar se prender no tempo ou espaço. Devido ao surgimento de uma mídia flexível, barata e inclusiva, surgiram portais alternativos que passaram a produzir informação de forma independente, possibilitando uma maior participação da população em geral, que adquiriu a oportunidade de consumir informação de diversas plataformas disponíveis na rede. Nesse contexto foram realizados estudos do jornalismo especializado em geografia, território e região, para desenvolver critérios acerca da noticiabilidade na mídia regional segundo Aguiar, 2016; Fadul, 2007; Santos, 2008; Borges, 2013; Deolindo, 2015; Dornelles, 2012, Munhoz, 2008, entre outros. De acordo com estes autores foram estabelecidas categorias para a análise do conteúdo sobre a Região do Cariri em dois portais: O G1 (regional), pertencente a um dos maiores grupos da mídia nacional, e o Cariri Atual, lançado há pouco tempo. Posteriormente foi realizada uma análise dos dados dos portais mencionados para identificar características comuns e particularidades geográficas que afetam a cobertura jornalística.

Palavras-chave:

Mídia regional; Jornalismo; Mapeamento.

¹⁵³ Graduanda do 4^a período do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), e pesquisadora no projeto Comunicação urbana e visual em Juazeiro do Norte Email: romenia.go@gmail.com.

¹⁵⁴ Graduando em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri - UFCA.

¹⁵⁵ Professora adjunta na Universidade Federal do Cariri (IISCA - UFCA), com doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO - UFRJ/2014).



O TELEJORNALISMO NA TV UFPB COMO INSTRUMENTO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Marcos José da Cruz VITAL¹⁵⁶

Luiz Custódio da SILVA¹⁵⁷

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O presente trabalho propõe-se a averiguar o papel da TV UFPB - um veículo de comunicação pública - enquanto TV escola, ou seja, como aparelho de formação profissional complementar de graduandos em comunicação e áreas afins da Universidade Federal da Paraíba. Todos os semestres letivos, a TV UFPB oferece estágios remunerados aos discentes dos cursos de Jornalismo, de Rádio e TV e de Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba. Tais atividades têm duração de um ano, renovável por igual período. Lá, os estudantes são acompanhados por profissionais, servidores técnico-administrativos efetivos, que os auxiliam no aprimoramento de seus conhecimentos. Tal pesquisa demonstra-se relevante por apresentar a TV UFPB um aparato técnico e de recursos humanos adequados à instrução de estudantes concluintes de cursos de comunicação que desejem trabalhar em canais de televisão na Paraíba ou em outras localidades do Brasil. O estudo pretende verificar a eficácia da TV UFPB no ensino de práticas de telejornalismo; examinar casos que demonstrem ser tal TV um veículo de formação profissional; analisar como esse canal tem servido como referência para a inserção de egressos da UFPB no mercado de trabalho. A metodologia de investigação empregada no levantamento dos dados compreende o estudo de documentos e de literatura especializada – diálogo com autores como Coutinho (2013); Duarte (2012); Peruzzo (2012); Zémor (2012) - e a realização de entrevistas com funcionários, graduandos que atuam como estagiários, além de ex-estagiários da TV UFPB já graduados e inseridos no mercado de trabalho. Como tal pesquisa ainda é incipiente, não foi possível asseverar que graduandos utilizam a estrutura da TV UFPB como um laboratório para o aperfeiçoamento profissional. Por enquanto, com base em observações até agora realizadas e em conversas informais, evidencia-se que a TV UFPB contribui para a formação profissional complementar de graduandos de comunicação e área afins.

Palavras-chave:

Telejornalismo; TV Pública; TV Escola.

¹⁵⁶ Jornalista graduado pela UFPB; Especialista em Redação Jornalística pela UnP; Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Email: marcosvital@superig.com.br

¹⁵⁷ Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP; Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Email: custodiolcjp@uol.com.br



ANÁLISE DE PROPOSTA PEDAGÓGICA REFERENCIADA E FUNDAMENTADA EM ECONOMIA PROPEDÊUTICA E INTERDISCIPLINAR NO CURSO DE JORNALISMO DA UEPB

Antonio Roberto Faustino da **COSTA**¹⁵⁸

José César dos **SANTOS**¹⁵⁹

Joalisson Sebastião da **SILVA**¹⁶⁰

José Primitivo Leal **NETO**¹⁶¹

Universidade Estadual da Paraíba-UEPB

Resumo

A Economia Propedêutica e Interdisciplinar (ECO-PI) trata de objeto a ser difundido junto a jovens universitários, na perspectiva de que se intensifiquem eficiência e eficácia, consubstanciadas em inequívoca qualidade, a partir do âmago da totalidade que corresponde ao processo educacional. Daí a carência de mediações, a começar por aquela da objetividade, não apenas da parte dos discentes, mas inclusive na esfera da docência, materializada à base de produção, com ênfase no contexto das realidades local e regional. Objetiva-se analisar os impactos da Autoaplicação e da Avaliação por Produção no âmbito de proposta pedagógica referenciada e fundamentada na ECO-PI no Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Pretende-se, ainda, perfazer a ECO-PI enquanto horizonte educacional para os discentes; constituir a Avaliação por Produção em meta fundamental ao Projeto Pedagógico do Curso; e despotencializar conflituosidade na relação docente-discente. A título de intensificação de práxis educativo-coletiva, foram desenvolvidas a primeira e a segunda etapa da Proposta Pedagógica: acolhimento dos discentes - deflagração das Atividades Complementares (ACs) com os discentes das específicas disciplinas; e práxis e conscientização da objetividade – Autoaplicação do Objeto e Avaliação por Produção. O objeto apresentado como mediador de intensificação de específica práxis educativo-coletiva contém um saber desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa-Ação CONSER e do Grupo de Pesquisa-Ação Formação de Professores e Práxis Educativo-Coletiva. A concepção de objetividade em que se fundamenta o estudo se materializa à base de produção, o que torna a objetividade imprescindível enquanto condição para intensificar eficiência e eficácia no âmbito da aprendizagem e do ensino, incidindo, conforme a concepção lukacsiana aqui adotada, na ênfase sobre questões decisivas, como a da relação entre teoria e prática (Lukács, 2003).

Palavras-Chave:

Aprendizagem e ensino em Jornalismo; Economia Propedêutica e Interdisciplinar; Avaliação por Produção; Universidade Estadual da Paraíba.

¹⁵⁸ Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Formação de Professores (UEPB). Email: robertofaustino@gmail.com

¹⁵⁹ Graduado em Comunicação/Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB-1994); Mestre em Biblioteconomia/Ciência da Informação (UFPB-1999).

¹⁶⁰ Graduando em Comunicação Social na Universidade Estadual da Paraíba, UEPB, Brasil.

¹⁶¹ Graduando em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).



GT7

Biografias e perfis jornalísticos

Coordenadores

Prof. Dr. David Fernandes - UFPB

Prof. Dr. Suênio Campos de Lucena - UNEB

Ementa:

Este GT discute as biografias e os perfis jornalísticos, propondo uma leitura dos gêneros para ampliar a compreensão dessas narrativas. Articula questões levantadas pelo livro-reportagem-perfil, diários, relatos, memória, além de questões de discurso e narrativas textuais, relações do jornalismo e literatura, histórias de vida. Abre, também, espaço para as discussões sobre os limites entre fato (verdade) e ficção (criação), legislação e contestações jurídicas, tensões entre perfilados e jornalistas, biógrafos, biografados e herdeiros.

CONFLUÊNCIAS ENTRE JORNALISMO, LITERATURA E HISTÓRIA NA CONSTRUÇÃO DA GRANDE REPORTAGEM “NEGO FUBA: UM LÍDER QUE FOI SUMIDO”

Antonio Normando da Silva **DIAS JUNIOR**¹⁶²

Glória **RABAY**¹⁶³

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este artigo consiste em uma análise sobre o processo de construção da grande reportagem “Nego Fuba: um líder que foi sumido”, trabalho de conclusão de curso de minha autoria, apresentado ao departamento de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), no período letivo 2016.2. O referido produto conta a história de João Alfredo Dias (Nego Fuba), líder e orador oficial da Liga Camponesa de Sapé, um dos maiores movimentos de trabalhadores do mundo. Objetivando identificar as aproximações entre os campos jornalístico, literário e histórico na elaboração da narrativa sobre a história de vida deste líder, utilizamos como recurso metodológico a revisão de bibliografias que abordam o jornalismo enquanto lugar de conhecimento histórico e instância que dialoga com a literatura, as concepções de jornalismo literário e novo jornalismo. Em seguida, confrontamos os apontamentos das leituras aferidas com a grande reportagem em questão. Como resultados parciais constatamos que a práxis jornalística pode ser concebida de modo a transcender o lide e a dimensão do factual, com narrativas que deem protagonismo aos sujeitos humanos e nuances características dos romances literários como o flashback, o fluxo de consciência e a subjetividade intencional do autor. Ademais, a história passa a ser compreendida como uma ferramenta cujo trabalho também dá suporte à escrita jornalística.

Palavras-Chave:

Jornalismo e Literatura; Memória; Reportagem-perfil.

¹⁶² Bacharel em jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), mestrando pelo Programa de Pós Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: tv.bra@hotmail.com

¹⁶³ Professora Doutora em Ciências Sociais da Universidade Federal da Paraíba. Email: gloria.rabay@gmail.com



O MAGISTRADO E A ARTE: TÉCNICAS LITERÁRIAS, HISTÓRIAS DE VIDA E MEMÓRIA NA CONSTRUÇÃO DE PERFIS DE JUÍZES MÚSICOS

Bruna Vieira de OLIVEIRA¹⁶⁴

Sandra Regina MOURA¹⁶⁵

Universidade Federal da Paraíba-UFPB

Resumo

O presente artigo busca revelar como as técnicas literárias, histórias de vida e memória são utilizadas na construção de perfis de juizes músicos no livro-reportagem “O magistrado e a arte”, que está sendo produzido por professores, jornalistas e estudantes da área de Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba. O livro-reportagem de perfis em construção busca compreender a relação entre a racionalidade da magistratura com a sensibilidade estética da música nas histórias de vida dos juizes perfilados. Os objetivos do trabalho são: analisar como as técnicas literárias são empregadas na narrativa dos perfis de magistrados que praticam a arte musical; observar o papel da memória na composição das histórias de vida dos juizes; questionar de que maneira o mergulho antropológico do narrador pode interferir na narrativa. Para dar suporte teórico são utilizados estudos sobre jornalismo literário, livro-reportagem, perfis, jornalismo de subjetividade, narrativa humanizada e jornalismo cultural, valendo-se de autores como Pena (2015), Wolfe (1988), Lima (2009), Vilas Boas (2003), Moraes (2015), Medina (2008) e Piza (2003). Os procedimentos metodológicos são compostos de diversas ferramentas hibridizadas, como perfis, histórias de vida, memória, observação participante, etnografia e entrevista em profundidade. O trabalho está em andamento, logo, os resultados são parciais. Durante as entrevistas, transcrições e escrita inicial identificou-se que o fato de o texto trazer em si a musicalidade dos perfilados facilita o emprego das técnicas literárias, pois há uma aproximação entre as duas artes. A memória atua como retalhos de lembranças que são costurados pelo jornalista/escritor para formar a narrativa, a colcha do perfil. A subjetividade do narrador pode ser empregada para enriquecer o relato pela sensibilidade permitida pelo mergulho antropológico na história dos entrevistados.

Palavras-chave:

Perfis; Música; Magistratura.

¹⁶⁴ Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba e graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (2014). Email: brunajornalismo@gmail.com

¹⁶⁵ Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002). Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (1996). Graduada em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade Federal da Paraíba (1991).



O PRISIONEIRO DA POLÊMICA: HORÁCIO DE ALMEIDA EM NARRATIVAS BIOGRÁFICAS

Bruno Rafael de Albuquerque GAUDÊNCIO¹⁶⁶
USP/UEPB

Resumo

A proposta desta comunicação é compreender como o historiador paraibano Horácio de Almeida (1896-1983), autor de importantes obras, entre dicionários, biografias, ensaios e livros de historiografia, foi sendo biografado ao longo do século XX, pela imprensa e pelas instituições culturais e literárias da Paraíba dos quais ele fez parte, como a *Academia Paraibana de Letras* e o *Instituto Histórico e Geográfico Paraibano*. Para isso, foi analisada uma série de perfis publicados em jornais e revistas paraibanas, a exemplo das edições especiais do suplemento *Correio das Artes*, bem como perfis biográficos lançados em livros, com destaque para *Horácio de Almeida*, de Joacil Pereira (2000) e *Horácio de Almeida: historiador maior*, de Amaury Vasconcelos (2000). É perceptível uma dimensão biográfica centrada na construção de um Horácio de Almeida dedicada à intelectualidade, com ênfase em aspectos polêmicos de sua trajetória, no que se refere aos embates políticos, religiosos e historiográficos, que ele se envolveu ao longo do século XX.

Palavras-chave:

Horácio de Almeida; Perfis; Biografismo; Polêmicas.

¹⁶⁶ Doutorando em História Social pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em História pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Graduado em Jornalismo e História pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).



CURTO, COMPARTILHO E COMENTO: O USO DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DE UM PERFIL JORNALÍSTICO

Cibelly Correia dos SANTOS¹⁶⁷
Universidade Federal da Paraíba-UFPB

Resumo

O objeto de estudo tem como proposta identificar como o uso das redes sociais pode ajudar na construção de um perfil jornalístico. O objetivo é apresentar como os métodos de pesquisa e de observação podem ser aplicados nas redes sociais, possibilitando identificar características peculiares do perfilado. De acordo com Edvaldo Pereira Lima, “o perfil faz um trabalho intuitivamente psicológico e retrata a pessoa de um modo mais complexo. Os conteúdos nos ajudam a compreendê-la de forma mais completa, como ser humano inteiro. [...] Compreende a pessoa na sua grandeza e na sua finitude. Não julgá-la, nem defendê-la, nem condená-la”. Esse é um gênero que tem espaço no Jornalismo Literário, que é o estilo de reportagem em profundidade que utiliza os recursos de observação e redação originários da (ou inspirados pela) Literatura. Nas redes sociais, é possível expressar reações positivas ou negativas através de curtidas, compartilhar coisas que acha interessante, opinar sobre os assuntos que mais chama a atenção. Estas plataformas digitais são universos amplos nos quais os usuários expõem, mesmo que sem intenção, algumas de suas características psicológicas e dos seus feitos. Por meio de publicações é possível perceber o que se gosta, onde se esteve, quais as realizações e os anseios, os trabalhos que foram e estão sendo realizados, ou seja, fragmentos da vida de uma pessoa. Nesse sentido, as redes sociais podem ajudar na construção de um perfil jornalístico ou servir de base para elaborar a entrevista com o perfilado.

Palavras-chave

Perfil; Jornalismo Literário; Redes Sociais.

¹⁶⁷ Mestra em Jornalismo e graduada Rádio e TV pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pós-graduanda no MBA em Produção de Conteúdo para Mídias Digitais. Autora do Livro-reportagem de perfis de artistas paraibanos. Atuou como repórter Rádio e Jornal Impresso, e assessora de imprensa. Teve passagens pela Rádio Tabajara, pelo Jornal Contraponto, pela Companhia Brasileira de Trens Urbanos, pela Prefeitura de Santa Rita e pela Empresa Estadual de Pesquisa Agropecuária da Paraíba (Emepa-PB).



CRONOLOGIA DO JORNALISMO LITERÁRIO: SUBSÍDIOS PARA UM PROJETO EDITORIAL

Filipe Francilino de SOUSA¹⁶⁸
Luiz Custódio da SILVA¹⁶⁹

Resumo

Este estudo, de natureza bibliográfica, é um esboço das discussões travadas no âmbito da interface entre o jornalismo e a literatura. Trata-se de um levantamento cronológico da história do jornalismo literário a partir de estudos biobibliográficos de autores com forte influência na área do JL. Nosso objetivo é levantar o estado da obra acerca do assunto, ilustrando-o com infográficos, mapas e legendas, pois a bibliografia contemporânea mostra o transcorrer da história do jornalismo que culmina com as narrativas da vida real. Observa-se, porém, que pesquisadores neófitos no mundo da ciência carecem de algum tipo de esboço que os ajudem a compreender o aglomerado de fatos sobre a literatura da realidade com os quais eles se deparam ao longo de seus estudos. Nesse sentido, utilizamos autores como Balzac (1981), Tom Wolf (1973), Herr (1977), Vilas Boas (2007), para a revisão da literatura, incluindo-se estudos que reúnem fatos primordiais datados da era Charles Dickens (1979), na Inglaterra, nos idos da Escola do Realismo Social, no século XIX, aos dias atuais com a publicação de obras singulares como *Páginas Ampliadas: O Livro Reportagem Como Extensão do Jornalismo e da Literatura* (2009) Edvaldo Pereira Lima. Também aplicamos recursos ilustrativos que propiciam um resumo de pessoas, datas e fatos importantes e, ao mesmo tempo, possibilitam a inclusão de mapas e desenhos com mais atratividade e identidade visual. Como resultado, oferece ao leitor uma visão panorâmica sobre os marcos históricos do campo conceitual em destaque, empregando recursos ilustrativos em articulação com a linguagem jornalística e literária.

Palavras-Chave:

Jornalismo Literário; Narrativas da vida real; Livro Reportagem.

¹⁶⁸ Possui Especialização em Comunicação Social pelo Centro de Relações Públicas de Pernambuco (2001) e Graduação em jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (1995).

¹⁶⁹ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: custodiolcjp@uol.com.br



O MAGISTRADO E A ARTE: MARCAS DA DESCENDÊNCIA NAS HISTÓRIAS DE VIDA NO LIVRO-REPORTAGEM-PERFIL

Marcella MACHADO¹⁷⁰

Sandra Regina MOURA¹⁷¹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Este estudo se propõe a analisar o modo como o conceito de “descendência”, descrito por Vilas-Boas (1965) é aplicado no livro-reportagem-perfil “O Magistrado e Arte”, obra que traça uma série de perfis dos magistrados do judiciário da Paraíba que desenvolvem a atividade musical. O livro está em fase de elaboração, reunindo 15 narrativas de perfis de magistrados, entre desembargadores e juizes. Como recorte inicial desta pesquisa, investigamos especificamente o perfil do juiz Hermance Gomes Pereira. O termo, segundo qual uma possível herança familiar define a existência e a personalidade de uma pessoa, está entre os tópicos apontados por Vilas-Boas (1965) como aqueles comumente presentes nas narrativas biográficas. Considerando que a identidade é moldada por contextos, tempo, experiências e relações sociais (JACQUES, 2006; CASTELLS, 2008), a família, enquanto núcleo e lugar de pertença, de fato exerce influências na vida do indivíduo. Embora, em certos casos, no discurso do protagonista prevaleça a negação, os coadjuvantes da sua história de vida, por vezes, afirmam a hipótese da descendência, ou vice-versa. Diante disso, caberia ao perfilado, aos personagens secundários ou ainda a interpretação do jornalista definir a existência ou não de uma ancestralidade determinante em alguns aspectos da trajetória de vida? Desse modo, observamos como esse elemento é (re)construído ao longo do relato jornalístico e de que forma uma identidade narrativa (RICOEUR, 1994a; 1994b) é estabelecida no perfil do magistrado, a partir da análise do nível discursivo (BARROS, 1997; FIORIN, 2011). Identificamos, assim, como os efeitos de enunciação foram empregados no texto para explicitar, insinuar, negar ou relativizar a descendência na formação da personalidade do perfilado.

Palavras-chave:

Perfil; Identidade; Descendência.

¹⁷⁰ Graduanda do 7º período do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: marcellamachado_@live.com

¹⁷¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: sandramoura55@gmail.com



AS CARACTERÍSTICAS DO TEXTO JORNALÍSTICO NA CONSTRUÇÃO DOS PERFIS EM LIVRO-REPORTAGEM

Marcelo Henrique **ANDRADE**¹⁷²
 Luiz Custódio da **SILVA**¹⁷³
 Universidade Federal da Paraíba-UFPB

Resumo

A proposta desse debate é analisar os formatos das narrativas dos textos jornalísticos na elaboração dos perfis em livro-reportagem. Como os autores se colocam nos textos? Como os personagens são descritos? Com quais riquezas de detalhes? O foco é apontar semelhanças e características comuns e próprias dos textos jornalísticos perfis dos livros-reportagem. Como exemplo, pretende-se avaliar a construção narrativa de obras como “Maestro Chiquito, O metalúrgico dos sons”, de Adeildo Vieira; “Mães na Dor”, de Bruna Vieira e “Chatô: O Rei do Brasil”, de Fernando Moraes. Os dois primeiros livros são produtos do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. De tal maneira, queremos responder que caminhos metodológicos os autores utilizaram para elaborar seus perfis. Como metodologia, a ideia é fazer uma análise de conteúdo e discurso das obras, além de levantamento bibliográfico dos temas relacionados ao jornalismo literário, livro-reportagem, perfis jornalísticos e biografias, compreendendo a evolução das notícias e reportagens, contextualizando o processo de surgimento do formato, do estilo, de periódicos e livros de não ficção. Também propomos estudar as ideias dos autores que estudam os gêneros, como Villas-Boas, Edvaldo Pereira Lima, Felipe Pena, Eduardo Martins Vasconcelos, entre outros. Também se leva em consideração a contribuição deixada como considerações finais para o debate acerca dos perfis jornalísticos nos livros-reportagem.

Palavras-chave:

Jornalismo literário; Livro-reportagem; Perfis jornalísticos.

¹⁷² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Está escrevendo o livro-reportagem-perfil “O mito, a mulher, a ciranda: Lia de Itamaracá em livro-reportagem”. É jornalista, graduado pela Universidade Estadual da Paraíba. Atualmente é repórter da Rádio CBN João Pessoa.

¹⁷³ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Email: custodiolcjp@uol.com.br



**“VOCÊ TEM UM ISQUEIRO?”:
NOTAS SOBRE JORNALISMO, CIDADE, TRAVESTIS E MEMÓRIA EM
JUAZEIRO DO NORTE-CE**

Pâmela Mariana Queiroz [SANTANA](#)¹⁷⁴
[Universidade Federal do Cariri - UFCA](#)

Resumo

De abril a julho de 2017, a equipe do Jornal Sertão Transviado, projeto vinculado às Pró Reitorias de Cultura e Extensão da Universidade Federal do Cariri (UFCA), manteve contato frequente com um grupo de travestis num ponto de prostituição próximo à praça do Giradouro em Juazeiro do Norte. A partir dos encontros se pretendia construir um relato de experiência, para a 5ª edição do Jornal, que considerasse a cidade como espaço de socialização, incorporado a experiência das histórias das Travestis que vivenciam este espaço urbano. Entre entrevistas, apurações e fotografias, as complexidades do sujeito travesti foram compartilhadas. O presente trabalho propõe a partir dessa experiência, de influência etnográfica e abordagem qualitativa, uma outra construção narrativa sobre a prostituição, memória e história de vida das travestis frente o acesso à cidade. A vida nas ruas, a violência cotidiana, o espaço periférico, a disputa e a comercialização do próprio corpo, surgem para elas como uma consequência do esquecimento social e da marginalização da sua identidade. Para a construção do relato de experiência a apuração da pauta jornalística se deu de maneira particular. Envolvendo a memória tanto do espaço urbano ocupado, quanto das travestis. Os afetos e as relações estabelecidas com o espaço, também foram levados em consideração pelo método da cosmografia apontado por Little. No trabalho de campo utilizamos ferramentas metodológicas que permitiram a apreensão da produção de subjetividade na construção da reportagem. Logo, entende-se que nem sempre o gênero tem para a cultura o mesmo espaço e finalidades que para a biologia. No contexto da urbanidade, a construção das cidadanias travestis passa por um processo de sobreposições, levando a legitimidade ou não, por parte da matriz normativa. O trabalho ultrapassa a subversão, e na pesquisa é tido como meio de vida, mas não precisa ser o mecanismo de morte.

Palavras-chave:

Travestis; Perfil e Relato de experiência; Jornalismo.

¹⁷⁴ Graduanda em Jornalismo da UFCA (Universidade Federal do Cariri), bolsista do Jornal Sertão Transviado vinculado às Pró-Reitorias de Extensão e Cultura da UFCA. Email: pamelaqueiroz24@gmail.com



A UTILIZAÇÃO DO JORNALISMO LITERÁRIO NA PRODUÇÃO DE PERFIS BIOGRÁFICOS DENTRO DA WEB

Rafaela Alves Nóbrega [GAMBARRA](#)¹⁷⁵
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Mesmo sendo a internet conhecida prioritariamente por uma lógica de textos curtos, há espaço, também, para o texto mais elaborado, como é próprio do Jornalismo Literário. Isso fica evidente em matérias como a publicada no site BuzzFeed News, intitulada "Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece", de autoria do jornalista Chico Felitti, em outubro de 2017, objeto de estudo deste artigo. Busca-se, por meio da análise comparativa com o artigo "Frank Sinatra está resfriado", de Gay Talese, comumente associado ao início do New Journalism, observar as características próprias deste gênero, como apontado por Tom Wolfe (2005), Felipe Pena (2006) e Edvaldo Pereira Lima (1993). Enquanto que a reportagem de Gay Talese foi publicada na edição de 1966 da revista Esquire, o texto do repórter Felitti foi publicado no site Buzzfeed News, braço de conteúdo jornalístico da marca Buzzfeed, que está atuando no Brasil desde o ano de 2006. Embora os veículos sejam diferentes, porém, percebe-se que ambos traçam perfis de personagens cujas histórias escapavam da narrativa comum, essa feita por meio de entrevistas realizadas com os perfilados, buscando, por isso, utilizar-se de outras estratégias, como a visita a locais que tenham relação com o perfilado ou entrevistas realizadas com pessoas que façam ou tenham feito parte de suas vidas. Além disso, destacam-se também estratégias como a construção cena por cena, o diálogo realista, a profusão de detalhes e a inserção do ponto de vista (WOLFE, 2006), características essas observadas tanto em um texto escrito há mais de 50 anos como no texto publicado em pleno ano de 2017, tornando-os mais atrativos ao leitor e garantindo sua leitura, seja em qual meio se apresentar, como é próprio do Jornalismo Literário.

Palavras-chave:

Jornalismo Literário; *New Journalism*; Webjornalismo.

¹⁷⁵ Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Tem como foco o estudo do Jornalismo Literário.



PERFIS: O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO MUNDO DOS MAGISTRADOS MÚSICOS

Sandra Regina **MOURA**¹⁷⁶
Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar o processo de construção de perfis de magistrados que também exercem a música, erudita ou popular, seja por formação ou não. Aquele que tem a função de aplicar a lei, de julgar alguém ou alguma situação, convive cotidianamente no espaço em que a racionalidade, a lei deve prevalecer. Daí chama a nossa atenção, quando a arte toca esses magistrados, pelo lado estético, pelo aspecto do sensível. O que demonstra, nessa opção, uma forma de apropriar-se, pela música, do mundo como realidade humanizada. Compreender a sensibilidade de desembargadores e juizes, na sua relação com a arte, é o propósito dessas 15 narrativas de perfis, um projeto que envolve docente, jornalistas e estudante de jornalismo. Nesse artigo, Villas Boas (2014; 2003; 2002) e Sodré (1986) darão suporte teórico para a compreensão das características do perfil; Medina (2002) contribuirá com suas reflexões sobre a entrevista não autoritária, dialógica, em que há interação entre entrevistadores-entrevistados, numa convivência democrática. Entende-se, nesse trabalho, que a concretização de um perfil humanizado passa também pela confiança que os envolvidos (no caso, jornalistas e magistrados) vão estabelecendo ao longo da convivência na apuração de dados e elaboração da obra. Falar sobre a sua vida, ainda que seja sobre habilidades artísticas, para um repórter a quem não se confia, pode travar a comunicação, ou simplesmente não captar o perfilado na sua essência.

Palavras-chave:

Jornalismo de perfis; Reportagem; Perfis de magistrados.

¹⁷⁶ Professora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo CCTA/UFPB.



LIVRO-REPORTAGEM: CINCO ATLETAS PARALÍMPICOS E SUAS HISTÓRIAS DE VIDA

Sérgio Paiva **MONTENEGRO**¹⁷⁷

Joana Belarmino de **SOUZA**¹⁷⁸

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

Considerando o paradesporto como um tema de grande relevância na atualidade, entretanto pouco explorado e divulgado nos veículos de comunicação e meio acadêmico, este trabalho teve como objetivo produzir um livro-reportagem sobre atletas paraibanos que competiram nas Paralimpíadas Rio 2016, mostrando como iniciaram suas atividades no paradesporto, a história de vida de cada um deles, os preconceitos sofridos, as dificuldades por conta da deficiência para poder competir, assim como a participação e experiência durante os Jogos. Os atletas envolvidos nesse trabalho foram Cícero Nobre e Petrócio Ferreira no atletismo, José Roberto no *goalball*, Damião Ramos e Marcos Felipe no futebol de 5. Para a produção do livro-reportagem-perfil, o recurso privilegiado foi a realização de entrevistas com os atletas paraibanos, utilizando-se como critério principal de escolha o fato de residirem no estado da Paraíba. Coloca-se ainda como objetivo do estudo do trabalho o despertar da sociedade pela importância e respeito às pessoas com deficiência. O relatório, em seu desenvolvimento, envolveu um panorama contextual do paradesporto no mundo, no Brasil e na Paraíba, apresentando ainda uma discussão sobre inclusão social e os dispositivos legais e fundamenta as estratégias adotadas, como: entrevista em profundidade, construção do livro-reportagem, abordando as discussões sobre jornalismo literário e perfis.

Palavras-chave:

Paradesporto; Paralimpíadas; Livro-reportagem; Inclusão social.

¹⁷⁷ Mestre em Jornalismo pela UFPB, formado em Direito pela UNIPÊ e Contabilidade pela UFPB. É apresentador de TV do programa Correio Esporte na TV Correio, afiliada da Record-PB e Conciliador na Justiça Federal da Paraíba.

¹⁷⁸ Doutora em Comunicação Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: joanabelarmino00@gmail.com



VERDADE OU FICÇÃO? O JORNALISMO BIOGRÁFICO NO BRASIL – UMA ANÁLISE DO FILÃO A PARTIR DO LIVRO *HO-BA-LÁ-LÁ*

Suênio Campos de LUCENA¹⁷⁹
Universidade do Estado da Bahia- UNEB

Resumo

Neste Artigo, discutimos as características e os limites do filão biografia, uma narrativa que se equilibra entre a checagem de fatos e a audição de várias versões, em geral, alicerçada na verdade, isenção e imparcialidade, elementos perseguidos por muitos jornalistas, historiadores e biógrafos. Nossa análise recai sobre o livro *Ho-ba-la-lá – À procura de João Gilberto*, escrito pelo jornalista alemão Marc Fischer, obra que explora os tênues limites e as fronteiras entre um livro de ficção e livro-reportagem, no momento em que o jornalista-autor figura também como *personagem* do livro. É o caso de Fischer que parte para essa investigação, à *procura de João Gilberto*, como empreitada fadada ao fracasso. Nossa intenção é demonstrar e mesmo questionar algumas bases de sustentação do filão, na esteira de vários estudiosos que estudam a narrativa do jornalismo biográfico e sobre a relação muitas vezes tensa e repleta de conflitos mantida entre biógrafos e biografados, devido à publicação de notícias supostamente falsa. Vale a pena discutirmos a noção de verdade – base de todo exercício jornalístico. Alguns dos livros que nos baseamos nessa discussão: *A Ilusão biográfica* (2006), de Pierre Bordieus; *O jornalista e o assassino* (2011), de Janet Malcolm; *O espaço biográfico* (2010), de Leonor Arfuch e das reflexões teóricas empreendidas por Philippe Lejeune (2008), entre outros.

Palavras-chave:

Biografia; Verdade; Ficção; João Gilberto.

¹⁷⁹ Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da UNEB – Universidade do Estado da Bahia. Jornalista e escritor, autor dos livros *21 Escritores brasileiros*, *Depois de abril e Vermelho quase laranja*. E-mail: sueniuneb@hotmail.com.



O JORNALISMO LITERÁRIO E AS ESTRATÉGIAS NARRATIVAS DA REPORTAGEM “BONITO PRA CHOVER” NO IMPRESSO DIÁRIO DO NORDESTE

Tatiana LIMA¹⁸⁰
Faculdade Maurício de Nassau/João Pessoa

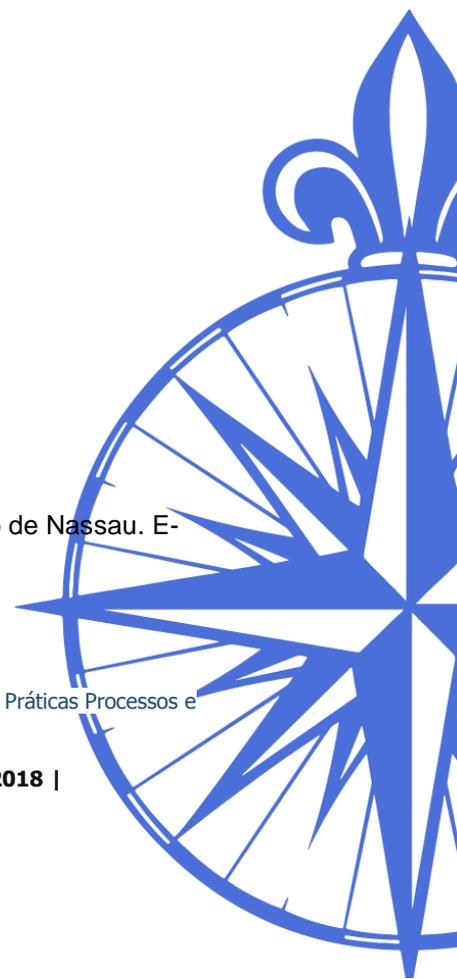
Resumo

“Bonito pra chover” é uma reportagem especial escrita pelo jornalista Melquíades Júnior para a edição de março, sábado (18) e domingo (19), do jornal impresso Diário do Nordeste, da cidade de Fortaleza – CE. Nela, o repórter desenvolve uma narrativa literária para traduzir de maneira sensível e singular os olhares de esperança do povo cearense com a chegada das primeiras chuvas isoladas, do ano, em diversas regiões do estado. A proposta do artigo é observar no texto a presença de características do jornalismo literário e o modo como a reportagem opera estrategicamente efeitos de real e poético na narrativa. O artigo se fundamentará nos estudos de autores como Edvaldo Pereira Lima (1985), Sodr e e Ferrari (1986) e Felipe Pena (2006), que conferem fundamentos prático-operacionais capazes de fornecer uma melhor compreensão do jornalismo literário, estilo que se mostra cada vez mais evidente nas produ es jornalísticas. Já a análise pragmática da narrativa jornalística, proposta pelo autor Luiz Gonzaga Motta (2005), fornece um método didático para que tanto o pesquisador quanto o leitor tenham uma visão apurada das produ es jornalísticas, conseguindo assim decifrar num texto os recursos utilizados pelo repórter para alca ar determinados efeitos de sentido. As leituras apontadas servirão como base para a análise dos recortes textuais que serão apresentados no artigo.

Palavras-chave:

Jornalismo Literário; Narrativa; Jornal Diário do Nordeste.

¹⁸⁰ Graduada em Comunica o Social – Jornalismo pela Faculdade Maurício de Nassau. E-mail: tatiianalima@hotmail.com



CONSTRUÇÃO DE PERFIS: A SENSIBILIDADE DO REPÓRTER E AS NARRATIVAS HUMANIZADAS

Valéria SINÉSIO¹⁸¹

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

O objeto de estudo deste trabalho é analisar perfis diversos nos quais é possível observar narrativas humanizadas que partem da sensibilidade do repórter. São detalhes que poucos veem, segredos até então desconhecidos, gestos que chamam a atenção e aparecem – ou até mesmo – mudam os rumos das narrativas. Segundo Vilas Boas, “o problema de narrar não é do personagem, e sim do autor do perfil. Por incrível que pareça, o personagem em si não é decisivo para a qualidade da narração, mas, sim, a competência do autor em lidar com o personagem, e não com a narração”. Diante disso, podemos abrir a discussão para como os perfis são construídos pelos jornalistas e quais elementos são utilizados para contar essas histórias. Edvaldo Pereira Lima, ao citar o célebre Gay Talese, o qual traçou o perfil de Frank Sinatra mesmo sem trocar uma palavra com o astro, destaca a importância de “valorizar as vidas das pessoas comuns, as que não encontram lugar nas páginas dos jornais nem nas telas da televisão”. Tendo como base esses autores, buscamos discutir o papel do jornalista que, de uma forma geral, é cobrado pela narrativa objetiva, sobretudo nos textos factuais, e que encontram no jornalismo literário o pilar para a construção de perfis jornalísticos em geral.

Palavras-chave:

Narrativas; Perfis; Jornalismo.

¹⁸¹ Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), tendo concluído o curso em agosto de 2016. Atua em assessoria de imprensa e como repórter colabora do portal UOL. Trabalhou por sete anos no Jornal da Paraíba, em sua versão impressa, onde passou por diversas editorias e como repórter especial. Email: valeriasinesiopb@gmail.com



BIOGRAFIA LAMPEÃO - SUA HISTÓRIA: PIONEIRISMO, MÉTODO E NARRATIVA JORNALÍSTICA SOBRE O “ANTI-HERÓI”

Débora FREIRE¹⁸²

David FERNANDES¹⁸³

Universidade Federal da Paraíba- UFPB

Resumo

“Biografia é a vida de uma pessoa (acima de tudo) narrada com arte por outra pessoa.” (VILAS BOAS, 2002, p. 22). Essa definição de Sergio Vilas Boas embora pareça simplista é fundamental para compreendermos a apreensão do gênero biográfico pelo jornalismo. Essa prática narrativa atrai jornalistas que buscam realizar um trabalho mais profundo, onde é possível explorar uma liberdade criativa, prática cada vez mais inviabilizada dentro das rotinas de produção das redações devido, principalmente, à fluidez com que se deve produzir e disseminar notícias. Esse trabalho tem o objetivo de analisar o livro *Lampeão - Sua História*, publicado em 1926, pelo jornalista paraibano Érico de Almeida, como um trabalho pioneiro que entrelaça história, biografia e jornalismo, comparando as práticas jornalísticas utilizadas para a produção do livro com as práticas empregadas no jornalismo contemporâneo. A escolha dessa obra se faz pela relevância no contexto em que foi escrita, em que as ações dos cangaceiros eram manchetes em jornais de vários estados nordestinos, na década de 1920. Segundo Erbolato (2008), para essas histórias serem notícia e vice-versa elas têm que estarem ligadas de acordo com alguns critérios como, por exemplo, o abalo moral causado nas pessoas por acontecimentos chocantes ou impressionantes. Para realizar esse estudo, primeiramente faz-se necessária uma revisão bibliográfica que aproxime o jornalismo da biografia bem como sobre os principais recursos jornalísticos aplicados na produção dessa forma narrativa híbrida. A partir dos registros da história de vida do Rei do Cangaço apresentadas sob a forma de notas de reportagem, no livro de Érico de Almeida, traçaremos as singularidades jornalísticas e biográficas, e a contribuição que essa obra deu ao campo do conhecimento histórico e jornalístico.

Palavras-chave:

Narrativa jornalística; Lampeão; Biografia.

¹⁸² Jornalista e Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: jornalismo_debora@yahoo.com.br

¹⁸³ Doutor em Linguística e Professor Titular do Departamento de Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: alltype17@gmail.com

