

Bibliografia:

- DEUZE, Mark. WITSCHGE, Tamara. Além do Jornalismo. Revista Leituras do Jornalismo, Bauru, ano 2, v. 2, n. 4, jul.-dez. 2015.
- DEUZE, Mark. O jornalismo, a vida na mídia e a sociedade empreendedora. Revista Parágrafo, São Paulo, v. 2, n. 2, p 4-22, jul.-dez. 2014.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- FIGARO, Roseli (Org.). As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas. São Paulo: SALTA/ATLAS, 2013.
- MICK; Jacques; LIMA, Samuel. Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.
- ROXO, Michelle. GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. Revista Líbero, São Paulo, v. 18, n. 35, p. 123-132, jan.-jun. 2015.
- SCHMITZ, Aldo Antonio. A lei da terceirização e a precarização do trabalho jornalístico. In.: 13º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo da SBPJOR, 2015, Campo Grande. Anais do 13º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo. Campo Grande: UFMS, 2015

DELAÇÃO DA JBS NOS JORNAIS DO INTERIOR GAÚCHO

Beatriz Dornelles

Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa/PT (2009), Doutorado e Mestrado em Comunicação pela Universidade de São Paulo (1999), graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1982). Professora titular do PPGCom da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e editora executiva da Revista Famecos. E-mail: biacpd@pucrs.br

Luana Chinazzo Müller

Jornalista e mestranda em Comunicação no PPGCom-PUCRS. Bolsista Capes. E-mail: luana.chinazzo@acad.pucr.br

Bárbara Avrella

Doutoranda em Comunicação Social (PUC-RS), mestre em Jornalismo (UFSC) e bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFMS). Bolsista Capes. E-mail: barbara.avrella@gmail.com

No dia 17 de maio, às 19h30, o jornalista de O Globo, Lauro Jardim, deu um furo de reportagem que impactou o cenário político nacional, já abalado por fatos anteriores. Com o título “Dono da JBS grava Temer dando aval para compra de silêncio de Cunha”, a matéria publicada no site do veículo foi repercutida em minutos

pelo Plantão da TV Globo, pelo canal de TV fechada Globo News e, na sequência, pelo Jornal Nacional, principal telejornal da Globo. A denúncia apontava a existência de áudios e filmagens como provas obtidas por meio de ações controladas pela Polícia Federal com a participação dos irmãos Batista, Joesley e Wesley. As provas colhidas e a delação também envolviam outros políticos, como o deputado federal e ex-assessor de Temer, Rodrigo Rocha Loures, o senador e presidente do PSDB, Aécio Neves, e alguns familiares do político mineiro. A notícia, de abrangência nacional e internacional, foi imediatamente repercutida pelos veículos. O público rapidamente começou a compartilhar a notícia pelas redes sociais. O escândalo chegou aos jornais impressos na manhã seguinte, sendo a manchete principal nos principais diários nacionais na quinta-feira, 18 de maio, e um dos assuntos dominantes nas semanas seguintes. Pela relevância dessa cobertura para história do jornalismo, realizamos o estudo da divulgação desse fato, no dia 18 e/ou 19 de maio, em três jornais diários do interior do Rio Grande do Sul: Diário Popular, de Pelotas; Diário da Manhã, de Passo Fundo, e Jornal NH, de Novo Hamburgo. Utilizamos a Análise de Conteúdo como método de pesquisa e elencamos quatro categorias de análise: manchete, fotografia da capa, legenda e enquadramento da notícia. O objetivo foi verificar quais as características que marcam a cobertura do interior quando acontecimentos nacionais dominam o noticiário no país e compará-las com a cobertura de jornais de “referência” do Rio Grande do Sul: Correio do Povo e Zero Hora. Pretendemos identificar se os critérios para seleção das informações divulgada foram os mesmos no interior e na capital gaúcha.

Bibliografia:

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

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo comunitário em cidades do interior: uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

_____. O futuro do jornal. Revista Famecos, v. 16, n. 40, p. 63-67, 2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6319>>. Acesso em: 10 ago. 2017. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6319>

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

MARTINS, Salvador Lopes; SILVA, Esdras Domingos da. A cara do jornalismo do interior. In: III Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2005, Novo Hamburgo. Anais... Novo Hamburgo: Alcar, 2005. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1/A%20cara%20do%20jornalismo%20no%20interior.doc>>. Acesso em: 04 abr. 2017

MESA: 03 - Jornalismo Internacional
Coordenador: Jacques Alkalai Wainberg

QUESTÃO DE AGENDA: TRUMP, CHARLOTTESVILLE E O JORNALISMO (ANOTAÇÕES)

Rachel Bertol

Doutora em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Professora assistente de Jornalismo na Universidade Federal Fluminense, UFF)

O jornalismo perdeu poder de “agenda”, ou seja, esfera de influência sobre a opinião pública. A eleição de Donald Trump, em 2016, causou perplexidade em setores da imprensa norte-americana que não viam sinal dessa vitória até então no comportamento do público. Em parte, atribuiu-se esse resultado ao trabalho de agências especializada sem nichos de público por meio de redes sociais, especialmente o Facebook. As redes sociais também teriam sido propulsoras dos recentes movimentos pró-nazismo nos EUA, com ápice na cidade de Charlottesville em agosto de 2017. Os dois casos demonstram que há novos canais por meio do qual se forma a “agenda” pública de debates. O objetivo dessas “anotações” é destacar os desafios metodológicos impostos ao pesquisador diante da “caixa preta” com que vem se configurando as redes sociais. Trata-se de buscar compreender de que modo os algoritmos moldam a formação de grupos, mas não apenas (o algoritmo não seria absoluto): no momento em que o jornalismo dito tradicional perde capacidade de financiamento, ganham espaço formas alternativas de financiamento, como o subsídio de fundações e das chamadas “think tanks” a meios nativos digitais e grupos atuantes em rede. Trata-se, portanto, de observar formas de inserção no debate público das chamadas “fontes interessadas”. Além de buscar compreender, em termos tecnológicos, os mecanismos da rede, o pesquisador que busca compreender essas interações vê-se cada vez mais obrigado ao trabalho etnográfico, que, por ser de grande escala, também precisaria ser aprimorado por meios e subsídios fornecidos pela rede.