

## Introdução

**Pedro Jerónimo<sup>1</sup>**

A presente edição é a primeira do ano e de tema livre. Ao longo dos últimos meses recebemos e avaliamos um conjunto de propostas, sendo as oito que apresentamos as que foram consideradas para publicação. E embora este seja uma revista da SOPCOM – Associação Portuguesa das Ciências da Comunicação, por via do grupo de trabalho Jornalismo e Sociedade, sublinhamos que o facto de apenas uma das propostas tem proveniência do país onde esta publicação tem sede. Mais uma vez verificámos um grande fluxo de proposta provenientes do outro lado do Atlântico. Trata-se da consolidação de uma realidade já verificada: a *Estudos de Jornalismo* já é reconhecida no espaço lusófono, sobretudo em países como Portugal e Brasil. Prosseguir com a sua divulgação e com os esforços para a indexação, é o que nos mobiliza. Que esta edição seja o primeiro de muitos empreendimentos científicos ao longo do ano, que culminará com a publicação da segunda edição. Até lá, destacamos o V Encontro do GT Jornalismo e Sociedade – em simultâneo com o II Encontro do GT Economia e Políticas de Comunicação – que no dia 21 de novembro reunirá, na Universidade do Minho, investigadores em torno do tema “Fronteiras do jornalismo e modelos de negócio: Constrangimentos e sustentabilidade”<sup>2</sup>. A próxima edição será precisamente sobre este tema.

Começamos com “Experiências e testemunhos: Os cidadãos como agentes de comunicação em espaços colaborativos”, de Cláudia Maria Assis e Roberta Scheibe. Neste contributo é abordada a forma como os cidadãos participam activamente no processo de produção jornalística, a partir daquilo que testemunham. “Vc repórter”, “Eu repórter” e “Vc no G1” são os espaços online estudados e associados, respectivamente, aos media brasileiros Terra, O Globo e G1.com. Embora os jornalistas não consigam estar em todo o lado e a toda a hora, conclui-se que o partilhado naqueles espaços é subaproveitados pelos media. Sobretudo se consideramos que após registo os utilizadores passam a ter contacto directo – via WhatsApp – com os editores.

Em “Reflexões sobre o Jornalismo Cívico no contexto pós-industrial”, de Janaína Kalsing e Cristiane Lindemann, retoma-se uma discussão antiga, procurando analisar o potencial e/ou limitações do conceito. “*O estudo aponta que, para existir efetivamente um movimento cívico, é necessária a participação ativa do público em relação às rotinas produtivas e às práticas jornalísticas dentro dos meios de comunicação. Tais práticas são favorecidas no contexto atual,*

---

1 Editor da revista *Estudos de Jornalismo*. Professor Auxiliar no Instituto Superior Miguel Torga e investigador do CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) e do CEIS20 – Centro de Estudos Interdisciplinares do Séc. XX (Universidade de Coimbra). Email: pedrojeronimo.phd@gmail.com

2 Mais informações em [www.jornalismoenegocio.pt](http://www.jornalismoenegocio.pt).

*de convergência midiática, em especial a partir de plataformas digitais que viabilizam a interatividade e o facilitam o fluxo de informações*”, sublinha-se. Tal como no artigo anterior, registamos que uma coisa é o potencial, outra o efectivo aproveitamento do mesmo. As plataformas e meios existem, por vezes até são utilizadas pelos cidadãos, porém, nem sempre são incorporadas no processo de construção noticiosa.

Os actos jornalísticos praticados por cidadãos, não habilitados para tal, são também abordados em “Conflitos da prática jornalística na cobertura policial interiorana”, de Rodrigo Daniel Portari. Esta proposta parte de uma situação perculiar, ocorrida em duas rádios de um município no Brasil: ambas apresentam programas jornalísticos, nos quais as notícias policiais são apresentadas e comentadas pelos próprios policiais militares e em plena atividade. Daqui emerge um conflito entre o *ethos* jornalístico e o policial, de onde se conclui que é este último que se evidencia. “*Desta forma, há de se compreender que o jornalismo praticado pelas emissoras, durante o noticiário policial, deixa de assumir a função do jornalismo tal como ela é esperada, ou seja, a de mediar a informação, fiscalizar o poder e ajudar na compreensão do contexto de mundo, para assumir um papel que se assemelha ao de porta-voz oficial dos relatos e versões tão apenas registradas nos boletins de ocorrência*”, sublinha o autor.

A única proposta proveniente de Portugal e sobre a realidade deste território, surge-nos com o “Acesso a documentos administrativos: a CADA, os media e a relação da administração pública com a transparência”, de Eduardo Miranda, João Pedro Quesado e Elsa Costa e Silva. Facilitar o acesso a documentos e a outras fontes de informação aos jornalistas é algo que se espera de todas as intuições e organismos, sobretudo quando falamos do sector público. Este estudo centra-se na CADA – Comissão de Acesso aos Documentos Administrativos, cujo o papel é mediar os “conflitos” que possam surgir durante esse processo. “São avaliadas a frequência e a distribuição desses pedidos efectuados por jornalistas pelas várias áreas do Estado, bem como o seu nível de aceitação por parte da comissão e de acolhimento por parte das entidades”, sendo possível identificar quais as principais “forças de bloqueio” dentro da Administração Pública. Das conclusões são indetificadas “*resistências sobretudo a nível das áreas-chave da governação (primeiro-ministro e Finanças), assim como em áreas de administração indirecta do Estado*”.

O estudo “Metodologias ativas para o ensino de Jornalismo: A experiencia do jogo de tabuleiro F.O.C.A.”, de Renan Colombo e Suyanne Tolentino de Souza, traz-nos um relato da experiência do desenvolvimento e aplicação do jogo de tabuleiro didáctico “F.O.C.A.: Fatos Objetivos Checados e Apurados” junto a estudantes universitários. Os autores defendem que é possível encarar “*a gamificação como estratégia de metodologia ativa para potencializar a aprendizagem de temas próprios da atividade jornalística, em especial a seleção de fontes para a construção de reportagens*”. Dos resultados do estudo destacam-se a motivação que esta abordagem suscita. Embora necessite de melhorias, “*notou-se, no comportamento dos*

*estudantes após a aplicação do jogo, um olhar mais maduro e realista a respeito das tarefas e dos desafios característicos da profissão”, conclui-se.*

Em “O processo de inovação tecnológica e não tecnológica no ensino do Jornalismo Audiovisual: Um estudo de caso na Universidade Federal do Cariri”, de Paulo Eduardo Cajazeira, é abordada a inovação no ensino do telejornalismo em contexto universitário. Ela transparece sobretudo na prática laboratorial, porém, os alunos ainda mostram limitações ao nível da sua liberdade criativa. Em termos gerais o autor conclui que “ainda se reproduz o jornalismo linear de televisão”.

A abordagem aos conteúdos audiovisuais prossegue em “**Videojornalismo, convergência e multimídia: Uma análise das produções do Jornal do Commercio**”, de Gil Aciolly Jacinto e Sandra Regina Moura. A produção, que antes era pensada apenas para um único meio (televisão), assume agora uma lógica multiplataformas. A própria imprensa, desde a integração da Internet nas redações e o aparecimento dos cibermeios, começou a fazer experiências a esse nível. Foi o que sucedeu com o caso estudado. *“Os resultados demonstram que o jornal articula o audiovisual a outros códigos na construção de narrativas, colaborando para a consolidação de um formato também praticado por outros veículos com origem no impresso e evidenciando a importância do texto. Identificou-se ainda uma produção audiovisual própria ainda tímida, porém com diferenças bem marcadas em relação aos vídeos de terceiros incorporados pelo jornal. Enquanto os primeiros são mais bem elaborados e integram reportagens, esses últimos são frequentemente extraídos de redes sociais e incorporados às notícias com a função de ilustrá-las”,* conclui-se.

Por fim, “**Jornalismo de revista: A construção do leitor imaginado da revista Atrevida**”, de Marina Klein Telles e Anelise Rublescki, é um estudo de caso sobre publicações para adolescentes. A partir de uma metodologia que trabalha as dimensões institucional, publicitária e editorial, evidencia-se que *“a construção do leitor imaginado se dá através da junção de diversos fatores e atores sociais, que vão além de uma idealização do leitor real e do que esse tem interesse”.*