



COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO
LACES E DESENLACES
VOL. I

 **Atena** Editora

2018

Atena Editora

Comunicação e Educação
Laces e Desenlaces
Vol. I

2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Edição de Arte e Capa: Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e educação [recurso eletrônico] : laces e desenlaces /
Organização Atena Editora. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora,
2018.
335 p. : 11.673 kbytes – (Comunicação e Educação; v. 1)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 9788593243912
DOI 10.22533/at.ed.912181605

1. Comunicação. 2. Comunicação na educação. 3. Educação.
I. Título. II. Série.

CDD 370.14

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo do livro e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

E-mail: contato@atenaeditora.com.br

Sumário

CAPÍTULO 1 A COMUNICAÇÃO COMO MERCADORIA: UMA DISCUSSÃO SOBRE O MERCADO DA MÍDIA E A DEMOCRACIA	5
<i>Cristine Rahmeier Marquette</i>	
CAPÍTULO 2 A COMUNICAÇÃO CRISTÃ ATRAVÉS DA MÚSICA: SUA RELAÇÃO COM AS TRANSFORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS E A IDENTIDADE DO NOVO MOVIMENTO PÓS-GOSPEL.....	15
<i>Isabelle Loureiro Tavares</i>	
<i>Mirian Martins da Motta Magalhães</i>	
CAPÍTULO 3 A GREVE GERAL DE 1917 PELA EBC: UMA REFLEXÃO SOBRE O IMAGINÁRIO NA COBERTURA DA ESTATAL DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRA A UM DOS EVENTOS MAIS MARCANTES DA HISTÓRIA	30
<i>Tarcis Prado Junior</i>	
<i>Moises Cardoso</i>	
<i>Franco Iacomini Junior</i>	
<i>Antonio Carlos Persegani Florenzano</i>	
<i>Patricia de Andrade</i>	
CAPÍTULO 4 A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO: 40 ANOS DE TRAJETÓRIA NA INTERCOM	44
<i>Maria Salett Tauk Santos²</i>	
CAPÍTULO 5 A VELOCIDADE NA COMUNICAÇÃO: QUESTÕES DE EMISSÃO E RECEPÇÃO NA SOCIEDADE DA CIBERCULTURA.....	54
<i>Dirceu Martins Alves</i>	
CAPÍTULO 6 AS ORGANIZAÇÕES COMO ESTRUTURAS DE INTERAÇÃO COMUNICATIVA	68
<i>Selma Regina Ramalho Conte</i>	
CAPÍTULO 7 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO COMO EIXO ESTRATÉGICO NO ÂMBITO EMPRESARIAL: APONTAMENTOS INICIAIS PARA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA NA UNIMED AGRESTE MERIDIONAL.....	81
<i>Tárcila Driely de Souza Cabral</i>	
<i>Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo</i>	

CAPÍTULO 8 | CENSURA X LIBERDADE DE EXPRESSÃO: A COBERTURA DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO EM CENÁRIOS DE CORRUPÇÃO POLÍTICA..... 92

Carla Montuori Fernandes

Genira Correia Chagas

Márcio Bico

CAPÍTULO 9 | CENTRO HISTÓRICO DE CUIABÁ COMO ACONTECIMENTO: PATRIMÔNIO DE QUÊ, PRA QUEM? 107

Fernanda Safira Soares Campos

Heloisa de Lima Gomes

Leonardo Rodrigues Corrêa

Pedro Pinto de Oliveira

CAPÍTULO 10 | CULTURA COMPARTILHADA EM COMUNIDADES VIRTUAIS: CONVERSAS SOBRE O VEGANISMO 119

Karime KAMEL

CAPÍTULO 11 | ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADAS À ADEQUAÇÃO DA PAISAGEM RURAL AO CÓDIGO FLORESTAL BRASILEIRO..... 134

Márcia Izabel Fugisawa Souza

Tércia Zavaglia Torres

Nadir Rodrigues Pereira

João dos Santos Vila da Silva

Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário

CAPÍTULO 12 | MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE RETENÇÃO DE CLIENTES: ESTUDO DE PROGRAMAS DE FIDELIDADE DE JORNAIS BRASILEIROS..... 149

Guaracy Carlos da Silveira

Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa

CAPÍTULO 13 | TEORIA CRÍTICA E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL: CONTRIBUIÇÕES DO MARXISMO PARA A CONDIÇÃO MIDIÁTICA CONTEMPORÂNEA1..... 162

Tarcísio de Sá Cardoso

Jenifer Santos Souza

CAPÍTULO 14 | A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA GRAPHIC NOVEL “PÉRSEPOLIS” 176

Ana Beatriz Leite de Souza

Diego dos Santos Barbosa

CAPÍTULO 15 ENQUADRAMENTOS E CONSTRUÇÕES DA REALIDADE: A ANÁLISE COMPARATIVA DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE 2013 E 2015 NA REVISTA VEJA.....	189
<i>Christinny Matos Garibaldi Pires</i>	
CAPÍTULO 16 GUERRA E FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA REVISTA REALIDADE NA COBERTURA DA GUERRA DO VIETNÃ.....	203
<i>Verônica Scheifer</i>	
<i>Carlos Alberto de Souza</i>	
CAPÍTULO 17 JORNALISMO DE VIAGEM: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DIGITAIS NO JORNALISMO ESPECIALIZADO DE TURISMO E A AUDIÊNCIA NO FACEBOOK	214
<i>Laíz SILVEIRA</i>	
<i>Valdecir BECKER</i>	
CAPÍTULO 18 LIVRO-REPORTAGEM MEMÓRIAS DE FOGO E DE DOR.....	227
<i>Tatiane Milani</i>	
<i>Rubia Steffens</i>	
<i>Luciane Volpatto Rodrigues</i>	
<i>Tatiane Dos Santos Pacheco</i>	
<i>Alessandra Francieli Weiler</i>	
CAPÍTULO 19 O INVERNO NO PAÍS DO VERÃO: UMA ANÁLISE SOBRE TELEJORNALISMO E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS URBANOS	234
<i>Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER²</i>	
CAPÍTULO 20 O JORNALISMO PERITO E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS	249
<i>Doraci Masiero Jacobus</i>	
CAPÍTULO 21 O NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO NO JORNALISMO PÓS INDUSTRIAL: CASE CATRACA LIVRE	263
<i>Luiza Teixeira do Nascimento</i>	
<i>Rhanica Evelise Toledo Coutinho</i>	
CAPÍTULO 22 O PERFIL INOVADOR DAS TRÊS ÁREAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISMO, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS).....	276
<i>Aniele Uhlmann Spinosa</i>	
<i>Daniele Iachecen</i>	
<i>Kelly Balbino</i>	

CAPÍTULO 23 | OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (1998-2016): O FIM DO DEBATE CRÍTICO
SOBRE O JORNALISMO BRASILEIRO NA TV PÚBLICA**290**

Lilian Saback de Sá Moraes

CAPÍTULO 24 | QUAL A LINHA EDITORIAL E POLÍTICA DOS COMUNICADORES MAIS
INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS? UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA VOTAÇÃO DO
IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF **301**

Maíra BITTENCOURT

César MAIA

CAPÍTULO 25 | RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE
CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E
HUFFPOST BRASIL.....**315**

Jonas Gonçalves

Edson Capoano

SOBRE OS AUTORES**327**

CAPÍTULO 20

O JORNALISMO PERITO E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS

Doraci Masiero Jacobus

*Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação - Universidade Federal
do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre – RS*

RESUMO: A partir da caracterização de Giddens (1991) para sistemas peritos e da proposta de considerar o jornalismo como um sistema perito (MIGUEL, 1999), o artigo analisa como o jornalismo contribui para divulgar conhecimento científico e promover a confiança na ciência na revista infantil *Ciência Hoje das Crianças* (CHC), periódico de divulgação científica que completa trinta anos. Utilizou-se um corpus composto das edições de julho de 2015 a junho de 2016 e efetuou-se o estudo a partir de revisão bibliográfica de autores da Teoria do Jornalismo e análise dos exemplares. Verificou-se que o jornalismo científico na CHC possui papel fundamental na adequação dos conteúdos científicos à compreensão do público infantil, buscando reforçar a confiança na ciência através da divulgação de seus métodos, da desmistificação do “fazer científico” e da promoção das carreiras profissionais da ciência.

PALAVRAS-CHAVE: Sistemas peritos, Jornalismo perito, Ciência, Divulgação científica, Revista *Ciência Hoje das Crianças*.

1. INTRODUÇÃO

A revista *Ciência Hoje das Crianças*, publicação mensal brasileira do Instituto *Ciência Hoje (ICH)*, organização sem fins lucrativos, vinculada à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), é um periódico de divulgação científica para crianças, destinado ao público de 5 a 12 anos. Apresenta-se, em seu site www.chc.org.br como a mais antiga publicação de divulgação científica voltada para as crianças no país e completa, em 2016, trinta anos de circulação. A revista CHC, como a partir de agora a identificaremos, apresenta estrutura e linguagem jornalística, o que permite caracterizá-la como um produto de jornalismo, mais especificamente, de jornalismo científico. A partir da caracterização de sistemas peritos (GIDDENS, 1991) e da proposta de considerar o jornalismo como um sistema perito (MIGUEL, 1999), analisamos de que forma o jornalismo, enquanto sistema perito, disponibiliza suas ferramentas para divulgar a ciência e promover a confiança nas descobertas científicas na CHC. Neste estudo, através da observação das seções, temas pautados e apresentação de textos e ilustrações, buscamos identificar as estratégias que a revista utiliza para socializar conceitos, pesquisas, descobertas e inovações de caráter científico, conferindo credibilidade à ciência. Partimos do pressuposto de que o jornalismo possui papel fundamental na adequação dos conteúdos científicos à compreensão do público infantil, especialmente na divulgação de conteúdos especializados. Como a revista manteve, ao longo de 2015 e 2016, praticamente a mesma estrutura editorial, selecionamos as edições de julho de 2015 a junho de 2016, julgando ser esse corpus ilustrativo do projeto editorial. O corpus possui 11 edições, uma vez que, para os meses de janeiro e fevereiro, é feita uma publicação única.

Este sucinto estudo, limitado por suas características e extensão, contempla apenas alguns dos aspectos editoriais do periódico, a partir de uma visão geral de autores da Teoria do Jornalismo e estudiosos do conhecimento científico.

2. JORNALISMO, RESPONSABILIDADE E MEDIAÇÃO SOCIAL

No clássico “Opinião pública”, escrito em 1922, Lippmann (2008) defendeu que a condição primeira da existência do jornalismo é o interesse público e que isso lhe confere uma responsabilidade social como instrumento de disseminação de informações verídicas e confiáveis. Segundo ele, o pressuposto para a liberdade de uma comunidade é dispor de informação que lhe permita identificar mentiras ou falseamentos. Essa visão do jornalismo a serviço do interesse público e associado à cidadania é reforçada por Beltrão (1992, p. 67), para quem cabe ao jornalismo “orientar a opinião pública no sentido de promover o bem comum”. E, completa

Targino (2000, p. 5), “não há exercício de cidadania sem informação: o cumprimento dos deveres e a reivindicação dos direitos civis, políticos e sociais pressupõem o seu conhecimento e reconhecimento”.

Para Kovach e Rosenstiel (2005, p.16), a “principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” e, para Park (2008, p. 51), a “função da notícia é orientar o homem e a sociedade no mundo real”.

Assim entendido, o jornalismo assume muito mais do que a função de divulgar informações na forma de notícias e fatos. Torna-se um veículo de mediação dos acontecimentos para o cidadão, orientando a interpretação de situações, a construção e reconstrução de sentidos e significados dos fatos divulgados.

Por que se espera que o jornalismo cumpra função que vai além do relato circunstancial dos fatos? Porque assim ele atende a um anseio de seus consumidores, carentes da sensação de segurança advinda da compreensão e previsibilidade dos fenômenos que os cercam. Encontrar-se no mundo cercado de situações e acontecimentos desconhecidos pode parecer por demais assustador e carecemos de certo ordenamento das coisas que busque explicá-las ou, ao menos, situá-las em campos confortavelmente sob nosso controle. Para isso, segundo Hall et al (1999, p. 225-226), os “acontecimentos devem ser identificados (isto é, designados, relacionados com outros acontecimentos de conhecimento público) e inseridos num contexto social (isto é, colocados num quadro de significados familiares ao público)”.

Ainda segundo Hall et al (1999, p. 226), esse “processo de ‘tornar um acontecimento inteligível’ é um processo social – constituído por um número de práticas jornalísticas específicas”, práticas essas que passaram a caracterizar e identificar, para seu consumidor, o autêntico jornalismo.

O acesso aos fatos e informações em sua forma mais direta e pura é uma vantagem que o jornalismo transforma em argumento para justificar como insubstituível seu papel no mundo. Mais do que isso, “instituições jornalísticas, ao alimentarem cotidianamente a sociedade com um fluxo noticioso sobre o mundo, constroem, reforçam e modificam processos sociais e culturais”, defende Franciscato (2010, p. 16).

Inserido de forma ativa na elaboração de processos de significação que atribuem sentidos e nuances sociais aos acontecimentos, o jornalismo tanto assume a sociedade como um “consenso” como ajuda a construí-la como tal (HALL et al, 1999, p. 226). E o jornalista torna-se, perante seu público, mais do que fiador da informação divulgada, torna-se também fiador desse suposto consenso.

Para dar conta desse desafio, o jornalismo apoia-se em princípios e práticas que possam lhe garantir competência e excelência em sua área. Miguel (1999) propõe entender o jornalismo como um sistema perito de acordo com a caracterização de Giddens (1991), que, ao esmiuçar o cenário da Modernidade, identifica como peritos

os “sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje” (1991, p. 35). O que caracteriza esses sistemas é, em primeiro lugar, ampla autonomia sobre os indivíduos que são seus usuários, clientes ou consumidores que, por não compartilharem do mesmo conhecimento técnico, ficam submetidos à autoridade do sistema. Em segundo lugar, os sistemas peritos são sustentados por uma crença arraigada de seus consumidores em sua competência especializada e em sua confiabilidade (MIGUEL, 1999).

São essas características que garantem que sistemas como a medicina, a engenharia, o direito ou a contabilidade organizem a sociedade quase sem contestação. Sistemas peritos podem também ser bem mais simples e cotidianos para nós: sistemas de saneamento básico, ordenamento de trânsito, funcionamento de máquinas e motores. A crença quase sem questionamentos dos usuários na habilidade daqueles que atuam nesses segmentos confere a eles respeitabilidade e autoridade: “ Não é possível conceber um sistema perito sem aceitar que sua base é a confiança depositada nele por seus usuários” (PAIM; NEHMY, 1998, p. 82).

A fé depositada pelo consumidor em um sistema perito pode parecer semelhante àquela que era antes depositada no curandeiro da tribo, lembra Miguel (1999), porém, na Modernidade, o conhecimento dos especialistas, pode estar mais acessível aos leigos. Essa afirmação vale também para o jornalismo: o processo e a matéria-prima do produto final que é apresentado ao leitor ou consumidor da informação podem, com frequência, serem acessados, checados e verificados pelo destinatário da notícia.

A confiança tácita substituiu, na Modernidade, mais do que a fé no inquestionável curandeiro, cujo conhecimento provinha de fontes sobrenaturais e inacessíveis. Substituiu também a confiança que a pequena comunidade pré-moderna depositava em seu ferreiro, reconhecido por produzir com competência seus artefatos desde longo tempo, tendo herdado o ofício, muitas vezes, de seus antepassados. Mas como os indivíduos podem substituir a confiança estabelecida pelo “conhecer desde sempre” por um sistema composto de pessoas que, frequentemente, eles nem conhecem?

A crença é embasada na experiência cotidiana do grupo, que nos confirma que tais sistemas funcionam a contento (MIGUEL, 1999, p. 200). Giddens (1991) aponta que a confiança é transmitida através de gerações, como parte da bagagem cultural que se incorpora à vida cotidiana. Acrescenta, porém, que não apenas essa experiência endossa nossa fé nos sistemas peritos, mas também a existência de forças reguladoras, materializadas na forma de associações profissionais e preceitos legais que disciplinam e fiscalizam o exercício das atividades peritas. “Os mecanismos de controle sobre aqueles que estão dentro dos sistemas (códigos de ética profissionais, sanções legais) oferecem suporte de credibilidade aos peritos

e em consequência aos sistemas dos quais fazem parte” (PAIM; NEHMY, 1998, p. 83-84). Novamente, a crença nessas forças reguladoras é baseada exclusivamente em suposições e tradições culturais, porque o consumidor quase nunca pode comprovar, ele mesmo, a idoneidade desses mecanismos de controle.

A atitude de confiança ou desconfiança da sociedade em um sistema perito pode ser fortemente influenciada pela atualização de conhecimentos que são recebidos através dos meios de comunicação (GIDDENS, 1991, p. 94), e nisso o jornalismo pode exercer papel decisivo.

Podemos caracterizar o jornalismo como um sistema perito, pois ele goza de relativa autonomia no exercício de suas atividades, com baixo grau de intervenção de seus leitores. E não poderia ser diferente já que, das informações que nos chegam pela imprensa, poucas poderão ser pessoalmente verificadas por nós.

O jornalismo conta também com a credibilidade conquistada através de décadas de atuação identificada pela sociedade, na maioria das vezes, como profissional e isenta, e pela reafirmação do discurso de seu compromisso com a verdade e com a democracia.

Nessa ótica, o jornalismo não é perito apenas porque especializa-se na coleta, formulação e transmissão de informações na forma de notícias, mas também porque pode ser o mediador para a transmissão de informações referentes a outros sistemas peritos. Nesse papel, quando noticia a atuação, avanços, controvérsias ou desacertos de outras áreas de conhecimento, ele valida e endossa esses outros sistemas peritos ou, por outro lado, abala sua credibilidade. “O jornalismo, portanto, é um foro informal e cotidiano de legitimação ou deslegitimação dos diversos *sistemas peritos*” (MIGUEL, 1999, p. 202).

2.A CIÊNCIA, O JORNALISMO E SEUS PÚBLICOS

Cada sistema perito possui um ou mais públicos aos quais se dirige e onde atua mais diretamente. Na engenharia, por exemplo, o discurso dirigido aos profissionais e estudantes é bem diverso daquele traduzido por esse profissional quando em contato direto com seu cliente. Essa afirmativa vale para praticamente todas as especialidades científicas que produzem discursos focados para seu corpo associativo e até fóruns específicos para divulgação dessa modalidade de discursos, como congressos, simpósios e periódicos especializados. Esses fóruns constituem-se, no caso das especialidades científicas, em mecanismos de disseminação científica, ou seja, a comunicação para especialistas.

Além de comunicar-se com seu corpo de técnicos, a ciência também dialoga com a sociedade em geral e, enquanto conjunto de especialidades peritas, tem muito a ganhar com a divulgação de suas pesquisas e avanços. Seu conjunto de

conhecimentos abarca inúmeros temas de interesse público imediato, como novos processos de reciclagem de resíduos, até temas de fundo, como a discussão de política de energia nuclear, fundamentais para desenvolver a consciência cidadã. Assim como o jornalismo, de muitas maneiras, também ajuda a explicar o mundo para os indivíduos. Além do mais, grande parte de suas atividades depende de financiamento público ou privado, e a sociedade pode constituir-se em importante aliada para a obtenção de maior volume desses recursos.

A aprovação da sociedade ao trabalho do cientista é vital para estabelecer o cientificismo, compreendido como o apoio social e cultural aos ideais científicos de uma determinada comunidade. Tal apoio está vinculado ao valor que os membros dessa comunidade dão ao trabalho dos pesquisadores, a sua concepção acerca da ciência, das suas funções e utilidades, à garantia de retorno social dos investimentos, pois a opinião pública é decisiva na fixação das políticas governamentais em prol da C&T. (TARGINO, 2000, p. 24).

É na divulgação científica, entendida como a comunicação para o público leigo, que o jornalismo pode prestar significativo suporte à ciência. Bueno (1988) explica que a divulgação científica compreende a utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação de informações científicas e tecnológicas ao público em geral. Defende também que ela “pressupõe um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência” (BUENO, 1988, p. 23).

Bertolli Filho (2006) compara a divulgação científica a uma espécie de guarda-chuva que abriga as mais diversas manifestações disseminadoras de informações científicas: livros didáticos, jogos, histórias em quadrinhos, filmes, programas de rádio e documentários de televisão integram essa lista. O jornalismo científico é mais um desses recursos que permite transpor o conhecimento científico para uma linguagem adequada à compreensão de uma faixa mais ampla da população. Conforme entendido pelo autor (2006), o jornalismo científico deve atender às características de todo e qualquer jornalismo: o suporte em fontes confiáveis, a verificação das informações, a construção de um texto claro e que obedeça aos padrões de divulgação jornalística. O que o diferencia é a natureza dos temas e a especificidade das fontes.

Quanto à ciência, o conhecimento perito do jornalismo não atua diretamente em sua legitimação, uma vez que esta não acontece frente à sociedade, mas entre os pares. A prática científica institucionalizou os procedimentos de formação de peritos, pesquisa, produção e divulgação do conhecimento através de rigorosos protocolos. Candidatos a especialistas devem comprovar sua habilidade perante bancas de avaliação. Descobertas devem ser expostas ao escrutínio da classe em congressos

ou submetidas à revisão por dois ou mais especialistas antes da publicação em periódicos.

Porém, à ciência convém se materializar no dia a dia das pessoas. Qualquer cidadão está permanentemente em contato com os avanços da ciência e tecnologia, seja em casas bancárias, restaurantes, laboratórios e consultórios médicos (TARGINO, 2000). No entanto, se indagado, talvez esse indivíduo não saiba identificar nesses ambientes a presença dos produtos da ciência. O jornalismo pode constituir-se em relevante mecanismo de sua divulgação, bem como de difusão de um sentimento social de confiança nas descobertas e conquistas que ela viabiliza.

A ciência zela por sua credibilidade e pela precisão de suas informações, defende suas verdades, mesmo que, pelas próprias características da produção de seu conhecimento, essas verdades possam ser provisórias, sujeitas a novas descobertas. Na divulgação científica, convém que o jornalismo esteja atento a essa transitoriedade, pois,

na maioria dos sistemas educacionais modernos, o ensino da ciência começa sempre pelos 'princípios primeiros', conhecimento visto como mais ou menos indubitável. Apenas se alguém permanece aprendendo ciência por algum tempo é que poderá ser introduzido a questões contenciosas ou tornar-se plenamente cômico da falibilidade potencial de todas as reivindicações ao conhecimento em ciência. (GIDDENS, 1991, p. 92).

Essas características afastam o cientista da figura do guardião da verdade definitiva. E lhe impõem algumas restrições: a ciência, que espontaneamente e por princípio, abdica de ser onipotente e definitiva, assume o risco de ser questionada. Ao jornalismo científico, convém zelar por uma divulgação que vá além da publicação de conquistas e descobertas e enfatize que a riqueza do conhecimento reside justamente na possibilidade de seu questionamento, a partir da sua atualização por outras e outras pesquisas. E que o leitor poderá vir a ser, se munido dos instrumentos adequados, agente desse questionamento e atualização.

O jornalismo e a ciência são afins na possibilidade de que seus consumidores, mesmo que não iniciados em suas técnicas, possam conhecer e refazer o caminho do jornalista e do cientista na obtenção da informação que é por eles disponibilizada. Porém, jornalistas e cientistas são peritos em determinada área, bem restrita, às vezes. Em inúmeras outras, são absolutamente amadores. A colaboração entre essas áreas pressupõe o entendimento das diferenças entre elas e do esforço mútuo de aproximação na interação e linguagem.

Quando se dirigem às crianças - um público compartilhado pelas duas áreas -, de forma muito particular, o cuidado com a clareza e a adequação da linguagem verbal e visual precisa ser ainda maior. O grande desafio do jornalismo voltado ao segmento infantil, identifica Doretto (2013, p. 14), "é saber congregar temas,

linguagens e formatos interessantes” para os leitores, respeitando o estágio cognitivo das crianças, em cada faixa etária.

A criança que tem acesso às revistas, no Brasil, é quase sempre a mesma que tem sua atenção disputada por outros tantos mecanismos de informação e diversão, inclusive os tecnológicos. É necessário um real esforço para produzir uma comunicação eficaz e atrativa, o que pode exigir estratégias específicas:

Dirigir-se a crianças ou a adultos implica estratégias comunicativas diferentes. Para sensibilizar crianças, por exemplo, precisamos, muitas vezes, pensar formas mais criativas de organizar nosso texto (quem sabe optar por uma narrativa ou utilizar personagens animais) a fim de sermos aceitos e compreendidos. (GIERING, 2013, p. 7).

O cuidado com a forma é importante, mas não menos significativa é a seleção de enfoque para a divulgação às crianças. Se o objetivo é também contribuir para a reflexão crítica que fomenta a cidadania, é imprescindível incorporar na divulgação científica o método de fazer ciência e não apenas o resultado obtido. Mostrar, além das descobertas, como o cientista chegou a elas, em um processo instigante de instrumentalizar os leitores, informando para gerar novas indagações. Conhecer o processo, pode estimular a valorização dos profissionais que produzem conhecimento científico. “O que é transmitido à criança no ensino da ciência não é apenas o conteúdo das descobertas técnicas, mas, mais importante para as atitudes sociais gerais, uma aura de respeito pelo conhecimento técnico de todos os tipos” (GIDDENS, 1991, p. 92).

3. REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS: APROXIMANDO A CIÊNCIA DO LEITOR MIRIM

Conforme especificado no site do ICH, instituto mantenedor, a divulgação científica na CHC não possui apenas o objetivo de informar, ela quer também “despertar a **curiosidade** das crianças e fomentar a paixão pela **descoberta**” **em seus leitores, considerando que**, “além de informar e divertir, serve como fonte de pesquisas para milhares de estudantes e professores nas mais diferentes regiões do país” (grifos no original). Seu público alvo são crianças de 9 a 12 anos. A proposta de aproximar o conhecimento científico da vida das crianças e permitir que elas se apropriem dele parece evidenciar-se já no título. A revista é *Ciência Hoje das Crianças* (grifo nosso) e não *Ciência Hoje para as crianças*. O título já sugere, aos pequenos leitores, que o objeto lhes pertence.

A CHC é uma revista mensal que chega aos leitores somente através de assinatura, não é comercializada em bancas. A publicação é recebida em mais de 60

mil escolas públicas do país para ser utilizada como apoio em sala de aula, através do Programa Nacional Biblioteca na Escola (PNBE), aproximando o público infantil de um veículo jornalístico que, por sua forma, conteúdo e abordagem, diferencia-se dos materiais didáticos convencionais. São produzidas onze edições anuais, já que em janeiro e fevereiro a edição é única. Não existem espaços publicitários na revista, o que pressupõe grande independência editorial.

A revista possui 28 páginas internas, mais capa e contracapa, impressas em frente e verso e a cores. A estrutura se repete em todas as edições, apresentando uma ou duas matérias principais, com chamadas e ilustração na capa. A essas matérias de maior relevância é reservado um espaço de três a quatro páginas cada uma.

Figura 1 – CHC 279, jun/16, capa



A CHC mantém também uma versão digital (CHC On-Line), que pode ser consultada no endereço www.chc.org.br. Algumas páginas da versão impressa podem ser visualizadas no site e vários assuntos são comuns às duas plataformas, porém a versão online dedica maior espaço a jogos e brincadeiras. O pequeno leitor também pode comentar as matérias publicadas e receber as novidades por e-mail.

O corpus deste artigo é composto apenas das edições impressas. Apesar da similaridade de conteúdos entre as duas versões, acreditamos que, por suas características particulares de linguagem, produção e recepção, o conteúdo da revista digital mereceria um estudo próprio, a partir de referenciais teóricos mais específicos.

O público da CHC é composto de crianças já alfabetizadas ou em fase de alfabetização, segmento para o qual é muito relevante o papel de mediação do jornalista. É esse profissional que, acessando o

conhecimento científico através de outros profissionais peritos e através de seu ferramental e habilidades especializadas, está apto a apresentar esse conhecimento em linguagem e formatos acessíveis e atrativos.

Mas como o jornalismo faz isso, na prática, na CHC? A análise de exemplares da revista impressa permite identificar que a seleção de pautas sugere a busca pela aproximação com o universo infantil, seja pela familiaridade com situações corriqueiras da vida da criança (“Caiu, bateu, cortou... Quem ajuda a sarar?!” - CHC 272, out/15, p. 7-9; “Ciência com gosto de açúcar”- CHC 278, mai/16, p. 8-11) ou por circunstâncias inusitadas (“Você sabia que as bananeiras choram?” - CHC 277, abr/16, p. 12). São priorizados assuntos práticos como saúde, alimentação e higiene, facilmente

conhecidos e reconhecidos pelas crianças (“Por que os microplásticos soltos na natureza fazem mal à saúde?” - CHC 274, dez/15, p. 19; “A viagem do mosquito” - CHC 275, jan/fev/16, p. 2-5). Muitos desses assuntos integram os currículos escolares na disciplina de Ciências (“Você sabia que existem maneiras diferentes de combater os micróbios?” - CHC 269, jul/15, p. 17; “Por que os meteoritos caem na Terra?” - CHC 276, mar/16, p. 12).

Assuntos presentes na mídia, como a poluição da Baía da Guanabara são replicados em matérias da revista (“Você sabia que a poluição da Baía da Guanabara...” - CHC 275, jan/fev/16, p. 19) e temas ambientais têm presença frequente em reportagens informativas (“Os 5 ‘erres’ do lixo” - CHC 274, dez/15, p. 2-5). Identificamos um forte caráter de brasilidade nos assuntos abordados, especialmente nas matérias de ganham destaque nas capas (“Expedição às montanhas da Amazônia” - CHC 278, p. 2-6) e nas seções *Baú de Histórias* e *Poesia e Companhia*.

A linguagem utilizada na construção de textos merece uma atenção especial e reflete a busca pela aproximação com o vocabulário infantil. Além de acessível, procura ser lúdica, apresenta interpelações e questionamentos (“Vive na água, mas não é peixe. Come plantas mas não é boi... Matou a charada, né?” - CHC 269, jul/15, p. 7). Os termos científicos, quando inseridos, são explicados a seguir: “A luminância é a intensidade da luz que é refletida...” (CHC 271, set/15, p.14).

Analogias e comparações com situações e objetos do universo infantil criam identificações que familiarizam o leitor com o novo e ajudam a dimensionar vários aspectos da informação: “Algumas orquídeas são tão pequenas que a planta inteira... pode ser embrulhada em um papel de bala. E outras destas plantas são tão grandes que não cabem dentro de... uma van” (CHC 269, jul/15, p. 3).

As ciências naturais compõem principalmente com temáticas das áreas de Zoologia (“Lanterna natural” - CHC 271, p. 2-5), Botânica (“Orquídeas: belas e cheias de truques” - CHC 269, p. 2-5) e Astronomia (“Parabéns, Hubble! - CHC 271, 6-9), mas a Antropologia também tem espaço (“Por dentro da favela” - CHC 270, ago/15, p. 2-5; “Uma viagem ao céu dos índios Guarani Mbya” - CHC 277, abr/16, p. 8-11), bem como a História (“As muitas invenções de um brasileiro” - CHC 279, jun/16, p. 6-10).

Animais selvagens ou domésticos povoam as páginas da CHC, seja em ilustrações ou matérias (“Você sabia que as tartarugas-marinhas também respiram por um lugar muito curioso?” - CHC 278, mai/16, p. 20; “Cachorros - será que eles identificam emoções?” - CHC 279, jun/16, p.2-5).

O destaque para a fauna brasileira também está presente na seção “Galeria - Bichos Ameaçados” e nas seções *Baú de Histórias* (“A moça nova e o peixe-boi” - CHC 269, jul/15, p. 14-15) e “Poesia e companhia” (“Mexer camaleão” - CHC 270, ago/15, contracapa).

Algumas matérias são assinadas por cientistas e escritas em primeira pessoa (“14 meses com os muriquis” - CHC 277, abr/16, p. 2-6). Constituem-se em uma

Figura 2 – Métodos de fazer ciência (CHC 269, jul/15, capa)

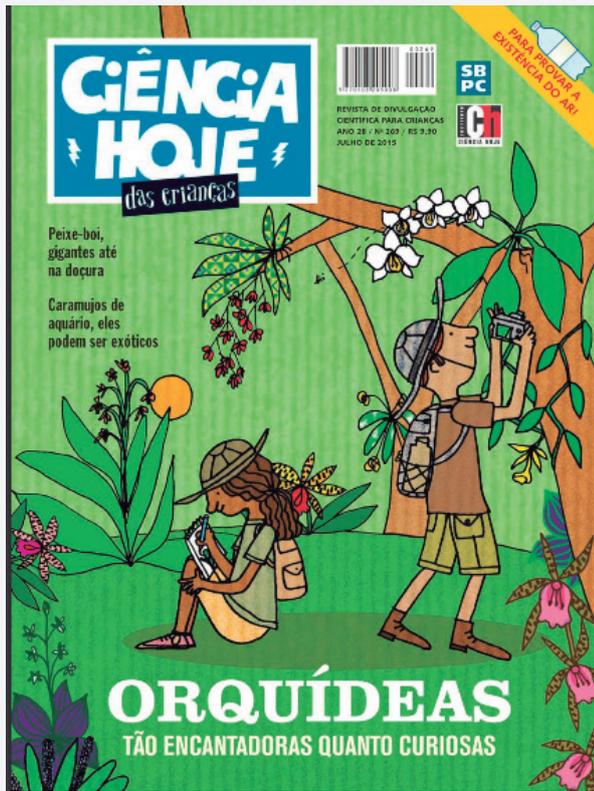


Figura 3 – Seção Experimento (Edição 275, jan/fev/16)



mistura de aventura com relato científico e apresentam às crianças, de forma muito familiar, o ofício do cientista. Ilustrações também contribuem para essa materialização da ciência, como a capa da edição 269, de julho de 2015 (Fig. 1), que apresenta pesquisadores em tradicionais ações como fotografar ou desenhar elementos do ambiente natural.

Na intenção de explicitar os métodos do fazer científico, a seção “Experimento” convida, todos os meses, a executar uma experiência científica simples, que as crianças podem realizar mesmo sem a supervisão de adultos. São utilizados materiais como papéis, plásticos e garrafas pet e os procedimentos são apresentados de forma muito didática. A experiência é apresentada em forma de relatório: lista de materiais, modo de fazer e um tópico final que esclarece, do ponto de vista científico, o resultado obtido. Frequentemente está relacionada aos temas já abordados na edição.

Ainda com o objetivo de desmistificar o fazer científico, matérias podem apresentar relatos detalhados de uma expedição às montanhas da Amazônia (“Nas montanhas da Amazônia” - CHC 278, mai/16, p. 2-6) ou da temporada de uma antropóloga como residente em uma favela carioca (“A favela: inovações e soluções” - CHC 270, ago/15, p. 2-5). Merece especial registro a seção “Quando crescer, vou ser...” que, mensalmente, aborda uma diferente profissão relacionada à ciência com a descrição da atividade e depoimentos de profissionais. Na seção “Eu li, eu leio”, comemorativa às três décadas da CHC, é possível acompanhar o depoimento de antigos leitores da revista que também relatam a influência da mesma em suas escolhas profissionais relacionadas à ciência.

O desejo de transmitir a ideia da ciência como um saber universal, acessível a todas as crianças, está presente nas ilustrações que trazem meninos e meninas, de vários tamanhos e etnias envolvidos nas brincadeiras e experiências. Isso também pode funcionar como uma manifestação de cidadania em favor da inclusão social.

Os recursos jornalísticos aqui relatados, entre outros presentes nas edições da revista, atuam para aproximar a ciência das crianças através de uma experiência instigante e prazerosa. Para Massarani (2007), os jornalistas de ciência, através de uma atuação qualificada, são atores-chave no processo de consolidação de uma cultura de ciência no Brasil. A mesma autora, referindo-se aos materiais produzidos

Figura 4 – Seção Quando crescer, vou ser... (Edição 271, set/16)

Quando crescer, vou ser...

optometrista!

Nossos olhos são ferramentas maravilhosas! Veem as belezas naturais, nos ajudam a desviar de perigos, a ler... É bem verdade que nem sempre eles enxergam, assim, tudo muito nítido. Quando isso acontece, o optometrista pode ajudar!

Que fique claro de uma vez por todas: existem, sim, diferenças entre o optometrista e o oftalmologista. O primeiro se ocupa exclusivamente dos problemas da visão – seja para perto ou para longe –, podendo recomendar óculos, lentes de contato e também exercícios para melhorar a visão. Já o segundo responde por uma área da medicina que vai além dos problemas da visão, por isso cuida também de doenças dos olhos, podendo realizar cirurgias, receitar medicamentos, óculos e lentes de contato.

Tradução e formação

"A palavra optometria deriva do grego optometron. Opto significa visão, e metron significa medida. Assim, optometria significa medida da visão", explica Renata Fuly, optometrista e presidente do Conselho de Óptica e Optometria do Estado do Rio de Janeiro (COOERJ).

Aqui no Brasil, a profissionalização em optometria pode se dar por dois caminhos: curso tecnológico ou bacharelado de optometria – nos dois casos são cursos de nível superior com duração média de cinco anos.

"Esse profissional precisa ter o conhecimento sobre o sistema visual por completo, desde a fase embrionária até a fase adulta", explica Fábio Rocha, optometrista e presidente do Conselho Regional de Óptica e Optometria de Minas Gerais (CROO-MG). "É muito importante ter conhecimentos de fisiologia, física, anatomia, neurologia etc.", complementa ele.

Em ação!

O local de trabalho do optometrista se parece muito com um consultório médico. "Trabalhamos em consultórios ou em clínicas junto com outros profissionais da área da saúde", diz Renata. "Nossos locais de trabalho são repletos de equipamentos com nomes que podem parecer estranhos quando são ouvidos a primeira vez: retinoscópio, oftalmoscópio, optótipo, caixa de provas, greers, lâmpadas de fenda, auto-refratômetro, e por aí vai..."

Todos esses aparelhos ou instrumentos são usados para avaliar a visão. O retinoscópio, por exemplo, avalia a superfície da retina, que é a parte do olho responsável pela formação da imagem. Que tal pesquisar e descobrir para que servem os outros instrumentos?

Mecânicos da visão

Os optometristas podem ser considerados mecânicos dos olhos, porque, embora não sejam médicos, estão habilitados a corrigir problemas da visão. "Fico encantado quando qualquer paciente, depois de corrigido seu problema de visão, volta a enxergar nitidamente. O sorriso que é esboçado, como se tivesse visto o mundo pela primeira vez naquele momento, é muito gratificante!", diz Fábio.

Pois guarde essa dica: se você não tem queda para a medicina, mas se interessa pelo funcionamento dos olhos e pela possibilidade de ajudar as pessoas a enxergarem melhor, a optometria é um caminho!

Everton Lopes,
Instituto Ciência Hoje/RJ.

22

Figura 5 – Valorização da diversidade étnica (Edição 276, mar/16)



para crianças em geral, e a revista CHC, em particular, enfatiza que:

[...] tendo como premissa a importância de desenvolver o interesse pela ciência já desde a infância, a divulgação científica pode ser um instrumento útil para a educação científica não formal. Em particular, uma revista de ciências orientada especificamente ao público infantil oferece a possibilidade de que a criança associe o caráter lúdico com a correção do conteúdo (MASSARANI, 2007, s.p., tradução nossa).

A atenção ao público, no momento de produzir material de divulgação científica para meninos e

meninas, deve levar em conta que eles, por características próprias da idade, não desejam ler uma revista apenas para se informar. O que quer a criançada é, também, se divertir.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se à ciência convém materializar-se junto à sociedade, nossa observação dos exemplares da CHC permite apreender o esforço no sentido de materializar as conquistas da ciência, evidenciando seu lugar nos ambientes cotidianos e convidando os jovens leitores a desvendarem seus mistérios de forma prática e divertida.

Como a revista é distribuída exclusivamente por assinaturas, é razoável supor que as crianças que têm acesso a ela a leem com regularidade. A partir dessa continuidade, é possível às crianças, especialmente se têm contato com a revista em sala de aula - um dos usos frequentes do periódico -, desenvolverem com a revista um sentimento de proximidade e pertencimento, comum ao universo das revistas, como aponta Scalzo (2004, p. 12):

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo.

As crianças assimilam a confiança no que é publicado na revista porque, via de regra, ela chega até elas através da família ou da escola, instituições que, na ótica da criança, transmitem autoridade e confiança. Dessa forma, ela é, por extensão, digna de confiança e esse sentimento é, como já visto anteriormente, a base da crença nas instituições e sistemas peritos. O público infantil, e mesmo os pais e professores que acompanham essas crianças, conferem à CHC essa confiança com base na longevidade da revista, fundada em 1986, e na sua vinculação à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), que atua no país desde 1948.

A análise dos exemplares sugeriu que a revista procura atrair e mobilizar a criança para a leitura e a ação, estimulando-a a desenvolver uma postura de curiosidade, pesquisa e descoberta autônoma. E o jornalismo científico na CHC exerce papel fundamental na adequação dos conteúdos científicos à compreensão do público infantil, desmistificando o “fazer científico” e estimulando as carreiras profissionais da ciência. Reforçando a confiança na ciência, a revista estimula na sociedade o consenso sobre sua importância.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Edusp, 1992.
- BERTOLLI FILHO, C. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico**. BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, 2006, p. 1-32. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf>>. Acessado em: 13.02.2017.
- BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. São Paulo: ECA/USP, 1988.
- CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS (CHC) – Site institucional. Disponível em: <<http://chc.org.br/sobre-a-chc>>. Acessado em: 20.02.18.
- DOROTTO, J. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças**. São Paulo: Alameda, 2013
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano VII, nº 1, janeiro a junho/2010, p. 8– 8.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GIERING, Maria Eduarda. Apresentação. In: DARMIN, Cristina Pimentel; GIERING, Maria Eduarda (Org.). **Leitura e produção de textos de comunicação da ciência**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1999.
- INSTITUTO CIÊNCIA HOJE (ICH) – Site institucional. Disponível em: <<http://www.cienciahoje.org.br>>. Acessado em: 20.02.2018.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir**. Porto: Porto Editora, 2005.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MASSARANI, Luisa. La divulgación científica para niños. **Quark: periodismo científico en un mundo diverso**, n. 34, out/dez 2007. Disponível em: <<http://quark.prbb.org/17/017040.htm>>. Acessado em: 05.07.2017.
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social: Rev. Sociol. USP**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, mai. 1999.
- PAIM, Isis; NEHMY, Rosa Maria Quadros. Questões sobre a avaliação da informação: uma abordagem inspirada em Giddens. **Perspect, cienc. inf.**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 81-95, jul/dez 1998.
- PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. V.2. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.
- TARGINO, M.G. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 1-27, 2000. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/326/248>>. Acessado: em 14.07.16.

Sobre os autores

Alessandra Francieli Weiler Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS- Email: comunicacao.alessandra@gmail.com

Ana Beatriz Leite de Souzam Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: anabmilk@gmail.com

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Informação e Comunicação- FIC, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

Aniele Uhlmann Spinosa Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: anispinosa@icloud.com

Antonio Carlos Persegani Florenzano Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JOR XXI da UTP. Taxista PROSUP/CAPES, e-mail: abonico@gmail.com.

Carla Montuori Fernandes Professor da Universidade Paulista (UNIP); Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Pós-doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: carla_montuori@ig.com.br

Carlos Alberto de Souza Doutor em Ciência Humanas (Interdisciplinar) pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2005), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul -UFRGS (1999) e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1983). Especialista em Psicologia da Comunicação (UFSC) e em Comunicação Social - Universidade do Vale do Itajaí. Atualmente é professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR

e atua como coordenador do Grupo Foca Foto e Foto&Tec, além de trabalhar no Projeto de extensão Ade (Televisão) do Departamento de Jornalismo. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotojornalismo, Jornalismo, Rádio e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, fotojornalismo, comunicação, educação a distância, ensino e pesquisa. Atualmente tem se dedicado ao estudo da imagem (estática e em movimento) por meio do Grupo de Pesquisa Interart. Autor dos livros: - O Fundo do Espelho é Outro: Quem liga a RBS liga a Globo (1999) - Telejornalismo e Morte: a interdição do ver no noticiário televisivo (2008) - Coleção Mídias contemporâneas e Imagética (organizador) - Organizador dos livros: Impressão de Jornalista (volumes I, II e III), Coleção Imagética (v. I e II) e Coleção Mídias Contemporâneas (Volumes I e II)

César Maia Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP; Doutorando em Sociologia na Universidade da Beira Interior – UBI; E-mail para contato: cesarpmm@hotmail.com

Christinny Matos Garibaldi Pires Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora; Bolsista do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da UFJF (PET - Facom) X; E-mail para contato: christinnyg@gmail.com

Cristine Rahmeier Marquetto Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Unisinos, e Mestre em Processos e Manifestações Culturais na Universidade FEEVALE (2015). Possui graduação em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010). Trabalha na área de produção cultural, elaborando projetos para leis de incentivo e se envolvendo com políticas públicas de cultura. Também atuou como docente na instituição SENAC, em Canoas/RS, lecionando sobre cultura, comunicação, planejamento, eventos, projetos, produção, dicção e oratória. O foco de suas pesquisas tem sido a comunicação e os estudos culturais, tendo interesse nas áreas de democracia social e cultural, políticas públicas e educação.

Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: daniel.apolinario@embrapa.br

Daniele Iachecen Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: daniele.iachecen@gmail.com

Diego dos Santos Barbosa Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: diegosbarbosa95@hotmail.com

Dirceu Martins Alves Professor da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus – Bahia. Membro do corpo docente do Departamento de Letras e Artes, atuando no Curso de Graduação em Comunicação Social – Rádio e TV. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pelas Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, Brasil. 1992. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pela Universidade Estadual Paulista, UNESP, Brasil. 1996. Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, Brasil. 2004. Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PCSP, Brasil. 2010. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Mídia, Cultura, Tradição e traduções (ComMídiaCult/UESC/CNPq). Membro do grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura: Barroco e Mestiçagem, da PUC-SP/CNPq. (Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica). E-mail: dirceumalvez@gmail.com

Doraci Masiero Jacobus Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Grupo de pesquisa: Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)/CNPq; E-mail para contato: dmjacobus@uol.com.br

Edson Capoano: Professor pesquisador da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo e da Universidade Presbiteriana Mackenzie; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo; Graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Doutorado em Comunicação e Cultura pelo Programa de Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP); Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: edson.capoano@gmail.com

Fernanda Safira Soares Campos Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: fsafirac@gmail.com

Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa Professor da Fundação Armando Alvarez Penteadado – FAAP; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital da FAAP; Graduação

em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade Propaganda pela FAAP; Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista; fernandodineli@gmail.com

Franco Iacomini Junior Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail:fiacomini@gmail.com.

Genira Correia Chagas Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: genirachagas@uol.com.br

Guaracy Carlos da Silveira Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Fundação Armando Álvarez Penteadado. Mestrado em Comunicação Social – Comunicação Tecnológica e Científica, pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Grupos de Pesquisa: Convergência: Escola expandida, linguagens híbridas e diversidade. Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. E-mail: guaracycarlos@gmail.com

Heloisa de Lima Gomes Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: heloisagomeslima@gmail.com

Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo Graduada do 8º de período de Jornalismo na Universidade Federal de Alagoas (UFAL); Bolsista do grupo de pesquisa “Panorama da programação televisiva em Alagoas”. ingrid.azevedo9@gmail.com

Isabelle Loureiro Graduada em Comunicação Social Jornalismo pelo Centro Universitário Augusto Motta. E-mail para contato: bellelouireot@gmail.com

Jenifer Santos Souza Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP); São Paulo – SP; Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP, 2015) com bolsa CNPq. Cientista social pela mesma instituição (UNIFESP, 2012). É professora de sociologia na rede estadual, (Escola Estadual Padre Anchieta - SP) desde 2012, tendo experiência com as disciplinas de sociologia, história e filosofia. Além da atuação acadêmica, tem experiência profissional com o terceiro setor (ONGs). E-mail: jenifersouza@gmail.com

João dos Santos Vila da Silva Pesquisador da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Licenciatura em Ciências – Habilitação em Matemática pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS; Mestrado em Sensoriamento Remoto pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE; Doutorado em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: joao.vila@embrapa.br

Jonas Gonçalves: Graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero;- Mestrado em Produção Jornalística e Mercado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo;- Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: jonasgoncalves@gmail.com

Karime Kamel Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tuiuti do Paraná; Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pesquisadora no Grupo de Pesquisa INCOM - Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (PPGCOM-UTP). Pós graduada em Marketing e Negócios pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pós Graduada em Gestão de Pessoas pela UNINTER; E-mail para contato: karimekamel@icloud.com

Kelly Balbino Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: kellyfernandarp@gmail.com

Laíz Silveira Mestre em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Telejornalismo pela Faculdade de Ensino Superior da Paraíba. Professora substituta de Relações Públicas da UFPB. Email: laizfederal@hotmail.com

Leonardo Rodrigues Corrêa Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Leonardo.rc.correa@gmail.com

Lilian Saback de Sá Moraes Professora do Depto de Comunicação Social da PUC-Rio; Mestrado em Comunicação pela PUC-Rio; Doutorado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ (Brasil) e pelo CIES do ISCTE-IUL (Portugal); Pós-doutorado pela PUC Minas (em andamento); Integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais/CNPq da PUC-Rio e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ; E-mail: liliansaback@puc-rio.br

Luciane Volpato Rodrigues Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Pós-graduanda em Comunicação e Marketing pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU); Email: lucianevr@yahoo.com.br

Luiza Teixeira do Nascimento Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Luiza_vr@hotmail.com

Maíra Bittencourt Professora da Universidade Federal de Rondônia; Membro do corpo docente do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia; Graduação em Comunicação Social pela Universidade Católica de Pelotas – UCPEL; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP; Pós Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade da beira Interior – UBI; Líder do Grupo de pesquisa em Linguagens e Práticas Jornalísticas – LIPJOR; E-mail para contato: maira_bittencourt@hotmail.com

Márcia Izabel Fugisawa Souza Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Estadual de Londrina - UEL- Mestrado em Planejamento e Administração de Bibliotecas pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCAMP. Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: marcia.fugisawa@embrapa.br

Marcio Bico Bacharel em Direito e Jornalismo pela Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); E-mail: marciobico@hotmail.com

Maria Salett Tauk Santos Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Docente do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex/UFRPE) e do Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (PGDCS-UFRPE). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Culturas Populares (POSMEX). Membro da equipe de Coordenação do Observatório de Extensão Rural - OBSERVATER, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Pesquisadora membro da ORCID. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1971), Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1982) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela

Universidade de São Paulo (1994). Autora, entre outras obras, dos livros: Comunicação para o Desenvolvimento: redes da memória. 1. ed. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2016; Extensão Rural - Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. 2a. ed. Recife: Fundação Antonio de Souza Abranches - FASA, 2014. 693p (Parceria com o Prof. Brás Callou); Inclusão Digital, Inclusão Social?: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. 1. ed. Recife: Edições Bagaço, 2009. v. 1. 256p.

Mirian Magalhães Jornalista e professora no Centro Universitário Augusto Motta. Possui Mestrado em Tecnologia pelo CEFET/RJ, é Especialista em Gestão Estratégica em EAD e se graduou em Jornalismo em 1987 pela UGF. E-mail para contato: mirianmmm@yahoo.com.br

Moisés Cardoso Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: beiocardoso@gmail.com.

Nadir Rodrigues Pereira Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdades Integradas Alcântara Machado – FIAM; Mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: nadir.rodrigues@embrapa.br

Patrícia De Andrade Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: pathy_segatta@hotmail.com

Pedro Pinto de Oliveira Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Pós Doutorado em Comunicação e Artes pela Universidade da Beira Interior (UBI) – Portugal; Email: ppo@terra.com.br

Rhanica Evelise Toledo Coutinho Professor do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Barra Mansa-UBM; Mestrado Profissional em Ciências da Saúde e do Meio Ambiente pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Doutoranda em Ciências da Educação pela Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro-UTAD (Portugal); Pesquisadora colaboradora LAGERES - Laboratório de

Estudo e Pesquisa na/para a Formação de Professores - CNPq (2010-2018)

Rubia Steffens Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Email: biasteffens@gmail.com

Selma Regina Ramalho Conte Bibliotecária Documentalista no Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Biblioteconomia e Documentação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Coordenadora do Programa de Gestão do Conhecimento (PGC) do Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: selmaconte@gmail.com

Tárcila Driely de Souza Cabral Graduada em Jornalismo, curso inserido no Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Bolsista de Fomento Científico, Tecnológico e Extensão Inovadora – Desenvolvimento Institucional da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (Fapeal). tarciladriely@gmail.com tarcila.cabral@fapeal.br

Tarcis Prado Junior Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: tarcisjr@yahoo.com.br.

Tarcísio de Sá Cardoso Universidade Federal da Bahia (UFBA)- Salvador – BA; Professor adjunto do Departamento de Comunicação da UFBA. Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela PUC-SP com bolsa CAPES (2015). Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP com bolsa CNPq (2010). Desenhista Industrial pela UFBA (2006). Membro do grupo de pesquisa TransObjeto (CNPq). Desenvolve pesquisas interdisciplinares com interesse nos trabalhos de Charles S. Peirce e de Bruno Latour. Possui experiência de docência em cursos superiores na área de Comunicação e Filosofia desde 2010, com ênfase em Teorias da Comunicação, Semiótica, Teorias da cibercultura. e-mail: tcardoso@ufba.br

Tatiane dos Santos Pacheco Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Pós-Graduada em Gestão Estratégica de Pessoas da Uceff Faculdades. Email para contato: tatianne_pacheco@hotmail.com

Tatiane Milani Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do

Rio dos Sinos – Unisinos São Leopoldo/RS. Bolsista Capes/
PROEX Taxa. Email para contato: tatimilani10@gmail.com

Tércia Zavaglia Torres Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Administração de Empresas pela Faculdades Integradas da Católica de Brasília – FICB; Mestrado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; Doutorado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; E-mail para contato: tercia.torres@embrapa.br

Valdecir Becker Orientador do trabalho. 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 e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). valdecir@ci.ufpb.br

Verônica Scheifer Graduação em andamento em Jornalismo- Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, Brasil.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-93243-91-2



9 788593 243912