

Apresentação

Ainda é possível acreditar no Jornalismo

Prof. Dr. Alexandre Barbosa

Professor Doutor da ECA-USP no Departamento de Jornalismo e Editoração, responsável pelas disciplinas “Conceitos e Gêneros Jornalísticos” e “Laboratório de Jornalismo Impresso” (Jornal do Campus)

O ano de 2016 foi intenso. Circula nas redes sociais a piada sobre a tarefa hercúlea que seria fazer a retrospectiva deste ano. Porém, mais do que o volume, serão as características dos fatos que devem dificultar o processo de seleção e construção das notícias. E, entre estes fatos, não faltaram os relacionados à própria mídia: demissões, coberturas polêmicas, fechamento de veículos ou editorias e a participação dos meios de comunicação nos processos políticos tanto do Brasil como do mundo.

Essas notícias do universo jornalístico também estiveram presentes nas falas dos convidados que, durante o segundo semestre de 2016, participaram das entrevistas coletivas que farão parte do Volume II da coleção “Jornalismo em Gêneros”. Todos os jornalistas que foram entrevistados pela turma da disciplina Conceitos e Gêneros do Jornalismo, componente curricular do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, abordaram algum aspecto do momento conturbado do jornalismo brasileiro: das exigências desproporcionais para os estagiários, passando pelo encolhimento das redações, pela estreita ligação entre critérios de noticiabilidade e índices de audiência até a criação de novos mercados de trabalho para a grande quantidade de jornalistas que se formam anualmente.

Como um dos objetivos da disciplina Conceitos e Gêneros é a produção desta coleção de livros que faça pontes entre as pesquisas acadêmicas e a realidade do mercado jornalístico, este segundo volume pretende trazer contribuições no aspecto da empregabilidade. Tanto que uma das coletivas teve como tema as frentes de trabalho da assessoria de imprensa e da construção de conteúdos corporativos com as profissionais Virgínia Garbin, assessora de imprensa do Grupo Record, e Ana María Correa Rodríguez, planejadora de conteúdo da empresa Odiseo. Na divisão clássica dos gêneros jornalísticos, a produção de releases e conteúdos corporativos pode se inspirar no gênero informativo, porém um release e uma notícia não podem ser classificados e estudados da mesma forma, a começar pela fonte de interesse que gerou cada uma dessas produções.

Este livro não pretende aprofundar esta discussão (recomenda-se a leitura dos artigos e livros mais recentes do professor Manuel Carlos Chaparro que traz interessante debate sobre as notícias que circulam atualmente terem quase sempre, na sua origem, alguma instituição com interesse específico nesta divulgação), mas colaborar no debate do que proporciona, à produção jornalística, a migração dos profissionais da redação para as assessorias ou direto dos bancos universitários para atuar na comunicação institucional.

Neste volume, os gêneros jornalísticos foram debatidos em mídias específicas: na televisão com a entrevista de Adriana Mabília, especialista em Jornalismo Internacional com passagens pelas TVs Cultura, Record e Globo; e no rádio, com coletiva de Frank Fortes, repórter, apresentador e comentarista do Grupo Bandeirantes de Rádio.

A mídia contra-hegemônica, na qual os gêneros interpretativo e opinativo são essenciais para sua estratégia de contraposição ao processo de seleção e construção das notícias da imprensa contra-hegemônica foi representada por Ana Flávia Marx, do coletivo Barão de Itararé, por Evelin Fomin, militante e blogueira feminista e por Vania Correia, da Revista Viração.

Além das entrevistas e perfis destes jornalistas, o livro traz uma seção de crônicas feitas pelos alunos da disciplina como frequente homenagem a esse gênero tão tradicional do jornalismo optativo brasileiro.

Se o saldo da retrospectiva de 2016 pode ser negativo, dada a quantidade de notícias tristes nos diferentes campos da sociedade, o saldo das coletivas é de esperança nas novas gerações de jornalistas, não só por serem forjados nestes tempos conturbados o que, no linguajar das redações deixa as “cascas mais grossas”, mas, principalmente, por terem a criatividade necessária de buscar novos mercados, novas linguagens e novos formatos de construir notícias.

Que a leitura possa manter aquecida a fé no jornalismo.