



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	DISCIPLINA	DOCENTE
COM 344	TEMAS ESPECIAIS EM JORNALISMO	ADALTON DOS ANJOS FONSECA

CARGA HORÁRIA

SEMESTRE VIGENTE

Semanal – 4h / Total – 68h Sextas-feiras – 8h50 às 12h30	2017.2
---	--------

OBJETIVOS

GERAL

Discutir e atualizar abordagens sobre as práticas e produtos jornalísticos tendo como foco a observação de problemas e inovações em torno do campo jornalístico.

ESPECÍFICOS

- Revisitar conceitos e propostas das Teorias do Jornalismo;
- Discutir o conceito de inovação no jornalismo;
- Confrontar perspectivas teóricas e discursos hegemônicos sobre o jornalismo com as atuais práticas e produtos jornalísticos;
- Apresentar e discutir as temáticas e abordagens de pesquisas mais recentes no campo jornalístico;
- Destacar alguns dilemas e preocupações do jornalista que têm sido enfrentadas nas rotinas de trabalho e na própria identidade profissional;
- Avaliar produtos informativos disponíveis problematizando as realizações com influências de outras áreas da comunicação.

METODOLOGIA

- Aulas expositivas, com uso de recursos audiovisuais, que possibilitam a participação dos alunos a qualquer momento durante a exposição;

- Realização de seminários em grupos para discutir um dos tópicos especiais previamente definidos. Uma aula antes da apresentação, o grupo deverá apresentar o planejamento do seminário ao professor, que poderá fazer novas indicações;

- Atividades de conclusão de módulo que devem estimular o aluno a trabalhar de maneira prática as discussões empreendidas nas aulas expositivas e seminários

AVALIAÇÃO

- Apresentação dos seminários em grupo – peso 4.

- Atividades de conclusão de módulo– peso 4.

- Participação nas aulas – peso 2.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO / PLANO DE AULAS

A disciplina está dividida em quatro módulos que agrupam problemas e soluções encontradas pelos agentes do campo jornalístico.

Módulo 1: A crise econômica nas empresas jornalísticas

- Caracterização dos modelos de financiamento do jornalismo tradicional

- Entendendo a crise econômica dos veículos jornalísticos na atualidade

- Novas formas de financiamento no jornalismo em redes digitais (publicidade nativa, campanhas de crowdfunding, realização de eventos e cursos de capacitação, serviços premium, parcerias entre veículos, entre outros)

*** Atividade de conclusão do módulo:** Planejamento de uma campanha de crowdfunding para produção de um conteúdo jornalístico. Em grupos, os alunos deverão montar o plano e apresentar suas estratégias para a turma.

Módulo 2: A identidade jornalística na atualidade

- A definição do jornalismo e os valores construídos historicamente no campo

- Discutindo a atividade de assessoria de imprensa

- Jornalismo empreendedor e as novas preocupações do jornalista na atualidade

***Atividade de conclusão do módulo:** Em grupos, os alunos deverão reconhecer nas características dos jornalismo especializados (esportes, cultura, tecnologia, turismo, ciência e economia) aspectos da prática e das narrativas que estão em conflito com definições e valores jornalísticos.

Módulo 3: A precisão da informação

- Pós-verdade e “fake news”

- O conceito de jornalismo de precisão

- Caracterizando o trabalho das agências de fact-checking

***Atividade de conclusão do módulo:** Em grupos, os alunos devem fazer um trabalho de checagem de fatos. Eles definirão o que será checado, qual a metodologia de apuração e a forma de apresentação deste material. Ao final, a equipe deverá relatar a experiência de produção para a turma.

Módulo 4: A inovação nas narrativas jornalísticas

- O cenário de emergência do jornalismo literário e o *testimonio*

- Definindo o jornalismo imersivo

***Atividade de conclusão de módulo:** Análise de reportagens em 360° tendo em vista a listagem de elementos de inovação no jornalismo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

ASSUNÇÃO, Luis Fernando. Testimonio como movimento e fait divers como instrumento: um outro processo produtivo jornalístico. XXV Encontro Anual da Compos – 2016. UFG.
http://www.compos.org.br/biblioteca/artigocomp%C3%B3s2016comautoria_3382.pdf

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta Editora, 1997, 1997.

COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócios para o jornalismo digital**. Revista de Jornalismo ESPM, v. 9, p. 51-115, 2014. (p. 51 até 66)
https://drive.google.com/file/d/0B17Kzd_mFtzrdVF4dEFQMnJWakE/edit?pli=1

CORDEIRO, William Robson; COSTA, Luciano. Jornalismo imersivo: perspectivas para os novos formatos. **Leituras do Jornalismo**, v. 1, n. 6, 2016.
<http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/114>

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do jornalismo. **Leituras do Jornalismo**, v. 2, n. 4, 2015.
<http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/article/viewFile/74/64>

DOGRUEL, Leyla. O que há de tão especial nas inovações midiáticas? Uma caracterização do campo//what is so special about media innovations? A characterization of the field. **Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 1, p. 7-24, 2017.

FONSECA A. M., Diz H. M. y Dos-Santos M. J. P. L. (2016). O crowdfunding como financiamento do jornalismo de investigação em Portugal. *Palavra Clave* 19(3), 893-918.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852016000300009&lng=en&nrm=iso&tlng=pt

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; MIOLA, Edna; SIEBRA, Nayana. **Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo**. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 13, n. 25, 2014. <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/9068/pdf>

NEISSER, Fernando Gaspar. Fact-checking e o controle da propaganda eleitoral. **Ballot**, v. 1, n. 2, p. 178-212, 2015. <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/ballot/article/view/22133/15999>

OLIVEIRA, Michelle Roxo; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **LÍBERO. ISSN impresso: 1517-3283/ISSN online: 2525-3166**, n. 35, p. 123-132, 2016. <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/79/57>

SILVA, Nayane Maria Rodrigues. Fake News: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital. **Temática**, v. 13, n. 8, 2017.
<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/35728/18139>

SPINELLI, Egle Müller; CORRÊA, Elizabeth Saad. **Reinventar, valorar e fortalecer: estratégias de inovações em modelos de negócio nas organizações jornalísticas**. *Comunicação & Inovação*, v. 18, n. 36, p. 79-94,

2017. http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4057/20

91