

Informação: melhor amiga do jornalismo

Fernando Rhenius
Estudantes de Jornalismo

Como criar conteúdo midiático de qualidade em um mundo cada vez mais conectado? Este foi o desafio apresentado por João Carlos Veloso, durante a palestra Comunicação na BMW. A preleção foi uma das muitas atividades da edição 2017 do Olhares Múltiplos, evento que foi realizado entre os dias 06 e 07 de junho nos campi da UNIVALI, incentivando o fortalecimento da economia criativa, com palestras, painéis e workshops. Todos os cursos do Cecies-CTL - Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Comunicação, Turismo e Lazer da UNIVALI participaram.

À frente do departamento de comunicação da BMW no Brasil, João Carlos possui 20 anos de experiência no jornalismo, sendo 16 somente no setor automotivo. Um dos maiores desafios hoje no jornalismo é a criação de conteúdo com qualidade e principalmente respeitando as novas demandas dos leitores, cada vez mais ávidos por informação. “Trabalhar com comunicação, é trabalhar com credibilidade. O acesso a informação está mudando, notícias por WhatsApp, por exemplo, estão ganhando mais espaço. O Compromisso do jornalista é com a verdade e com o leitor”, enfatiza.

Hoje a BMW possui departamento na Alemanha, dedicado exclusivamente à produção de conteúdo para todos os tipos de plataforma, não somente a trinca jornal-tv-rádio. Sendo o Brasil um dos mercados mais promissores para a montadora, o modo como se vende e consome informação é diferente do encontrado na Europa e Estados Unidos.

De acordo com pesquisa realizada pela Secretaria de Co-

municação Social da Presidência (Secom), 75% da população não tem o hábito de ler jornais impressos e 85% não lêem revistas. Em contrapartida, o Brasil é o terceiro país do mundo com a maior média de usuários conectados na internet, segundo pesquisa promovida pela Ericsson Consumer Lab. O tempo médio por pessoa, utilizando a internet por meio de computadores, tablets e celulares é em média 6 horas por dia. O país tem 123 milhões de brasileiros conectados. Tal comportamento passa a ser um desafio para quem faz jornalismo e produz conteúdo. “Na Europa e EUA o acesso à informação é feito mais pelo computador (desktop) PC do que o celular como no Brasil, este é o desafio na produção de conteúdo”.

A disseminação de conteúdo, muitas vezes sem qualquer credibilidade e embasamento, é o principal entrave para quem trabalha e consome notícias. “A lealdade do jornalista é com a notícia, não com algum amigo ou empresa”. Além do fake news, matérias e editoriais pagos, acabam botando em cheques meios de comunicação, que acabam dando mais espaço para a publicidade do que informação. “Credibilidade está escapando dos meios de comunicação, por conta das notícias pagas, editoriais pagos. O leitor acaba não sabendo diferenciar o que é notícia e o que é publicidade”.

Estas mudanças acabaram potencializando a ação de micro influenciadores, que por meio das redes sociais, blogs e sites, disseminam de forma positiva e negativa, opiniões sobre temas ou produtos. “Muitas vezes trabalhos a mídia tradicional, e esquecemos que em pequenos grupos, existem sim influenciadores que detêm uma opinião, uma persuasão muito maior do que jornais e TVs. Hoje quando se planeja a compra de um produto, se dá mais ouvidos para um amigo, grupo de facebook do que a um material oficial. É preciso acompanhar e monitorar, casos de influência negativa, evitando assim prejuízos à marca”, analisa João.

Além do conhecimento adquirido na faculdade, uma segunda língua, cursos de especialização e até a criação de blogs para praticar a escrita são válidos. João salienta que a principal motivo para escolher determinada empresa é a compatibilidade de valores. “Procure uma empresa que tenha os mesmos valores que os seus para trabalhar. Seria complicado trabalhar em um ambiente que não esteja de acordo com seus ideias e pensamentos.”



Uma nova forma de narrar o feminismo

Bruna Mayra
e **Pricila Velaski**
Estudantes de Jornalismo

Em uma era digital surge um portal de informações coordenado por mulheres que tratam de assuntos em sua maioria envolvendo o feminismo. Uma das idealizadoras do projeto é Clarissa Peixoto, 33 anos, jornalista e editora do portal Catarinas. O nome já remete a algo feminino, Catarina abreviação do Estado de Santa Catarina, que é o único estado brasileiro com nome feminino. Ao todo são 12 colunistas de toda parte do Brasil, 5 jornalistas idealizadoras e uma que atua na edição de vídeo.

Clarissa apresentou o Portal em uma Palestra realizada

no dia 7 de junho na Univali - Campus Itajaí no estúdio de TV do bloco C2. O envolvimento dos alunos e professores presentes com a palestrante resultou em muitas perguntas ao final da palestra. A palestra era uma das tantas oferecidas pelo evento Olhares Múltiplos aos estudantes do Centro de Ciências Sociais Comunicação Turismo e Lazer (CECIE-SA) da Univali.

O Catarinas trabalha com curadoria de informação, produção de conteúdo e observatório de mídia. Visa a cultura

como ferramenta de mudança e integração com movimento social e coletivo. Segundo

Clarissa, o essencial é a informação, pensar além da pauta para encontrar uma perspectiva.

“Nem santas, nem bruxas, somos muitas”, esse é o lema das Catarinas. O projeto possui uma Associação e está presente no Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e possuem podcast

no SoundCloud. Para contato e envio de matérias, entrar em contato com: portalcatarinas@gmail.com

**“Nem santas,
nem bruxas.
Somos
muitas”**

A luta por uma tela mais brasileira

Jefferson Carvalho
Estudantes de Jornalismo

Qual é o Brasil exibido pelo cinema? Muitas críticas são feitas em relação à realidade distorcida do país em várias obras cinematográficas onde locais turísticos são extremamente enaltecidos e alguns costumes repetidos na tela várias vezes para criar estereótipos do nosso povo. A Ex-aluna de Audio-

visual, Fabiana Mansur, veio até a Univali no último dia do Olhares Múltiplos para questionar justamente as grandes produções e comentar as alternativas oferecidas através da produção independente.

Fabiana começou sua fala contando a história do cinema nacional e os impactos sofridos por ele devido às intervenções de países desenvolvidos, além da opressão durante a ditadura. Entre suas citações, o filme de Nelson

Pereira “Rio, 40 graus”, primeira obra a mostrar a realidade do povo brasileiro e não da burguesia. Além do enfoque em mostrar o outro lado de nosso país, ela comenta que o final do século XX foi marcado pela luta dos artistas para trazerem uma cultura realmente brasileira. Em tom de descontentamento, a jovem palestrante relata sentir falta de pesquisas científicas sobre o cinema ou de visões que o tratam como obra de arte.

Foto: Gabriel Fidelis

