



NARRATIVAS E DISCURSOS NO JORNALISMO

O plano de ensino poderá sofrer alterações por parte do professor.

INSTITUTO BRASILEIRO
DE ENSINO,
DESENVOLVIMENTO E
PESQUISA

PROGRAMA DE
MESTRADO EM
COMUNICAÇÃO
DIGITAL

Carga Horária: 36h
Créditos: 02
Categoria: Optativa

Ementa

A narrativa e o discurso jornalísticos diante do cenário de transformação da profissão. Os tradicionais e os "novos" gêneros jornalísticos. A prática da grande reportagem multimídia em empresas jornalísticas tradicionais e em jornais nativos digitais. Apuração e checagem no contexto de produção colaborativa. Os desafios do modelo de negócio e a busca pela inovação nas redações.

Objetivos de aprendizagem

- Abordar os conceitos que envolvem a produção narrativa no jornalismo contemporâneo e contextualizá-los no cenário de mudanças da profissão.
- Incentivar o olhar crítico sobre produções jornalísticas contemporâneas e buscar uma postura propositiva frente aos novos desafios da profissão.
- Promover a reflexão conjunta aos alunos sobre a aplicação prática dos conceitos na rotina do jornalista moderno e exercitar a visão multimídia para a produção jornalística.

Módulo I – Composto por um encontro remote e três presenciais

Tópicos

- NARRATIVA, DISCURSO E GÊNEROS JORNALÍSTICOS
 - A narrativa e o discurso jornalísticos diante do cenário de transformação da profissão.
 - Os tradicionais e os "novos" gêneros jornalísticos.
 - Características do digital e a adaptação/transformação dos gêneros jornalísticos.
- A GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA
 - A prática da grande reportagem multimídia em empresas jornalísticas tradicionais.
- PAUTA E PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO MULTIMÍDIA
 - A produção jornalística em jornais nativos digitais.
 - Pauta e planejamento na produção multimídia.
 - Discussão de casos e exercício prático.



Leitura obrigatória

CANAVILHAS, João (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014.

LONGHI, Raquel Ritter. O turning point da grande reportagem multimídia. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 897-917, setembro-dezembro de 2014.

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660/1256>

LENZI, Alexandre. Jornalismo nativo digital brasileiro: um estudo de caso do Nexo. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 27, p. 1-14, janeiro-dezembro de 2020.

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/36102>

Leitura recomendada

JORGE, Thaís de Mendonça. Mutações no jornalismo: como a notícia chega à internet. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

ORIHUELA, José Luis. Los medios después de internet. Barcelona: Editorial UOC, 2015.

CHRISTOFOLLETTI, Rogério (Org.). Questões para um jornalismo em crise. Florianópolis: Insular, 2015.

USHER, Nikki. Making news at The New York Times. Michigan: University of Michigan Press, 2014.

Módulo II – Composto por um encontro remote e três presenciais

Tópicos

- CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA
 - Credibilidade jornalística e as novas tecnologias.
 - Inteligência artificial aplicada ao jornalismo.
- APURAÇÃO E CHECAGEM NO CONTEXTO DE PRODUÇÃO COLABORATIVA
 - Apuração e checagem no contexto de produção colaborativa.
- OS DESAFIOS DO MODELO DE NEGÓCIO E A BUSCA PELA INOVAÇÃO
 - Os desafios do modelo de negócio e a busca pela inovação nas redações.

Leitura obrigatória

CANAVILHAS, João. Produção automática de texto jornalístico com IA: contributo para uma história. Textual & Visual Media, 17, p. 22-40, 2023. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/13376>

CANAVILHAS, João; BIOLCHI, Bárbara. Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. Mídia E Cotidiano, 18, p. 43-64, 2024. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/14427>

LENZI, Alexandre. Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos. Florianópolis: Editora Insular, 2018.



Capítulo 3 - Dentro das redações: um panorama atual e indicações de novos caminhos. Versão original da tese.
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/186201>

Leitura recomendada

Decálogo para o uso ético da Inteligência Artificial nos meios de comunicação. <https://kazetariak.eus/decalogo-para-el-uso-etico-de-la-ia-en-los-medios-de-comunicacion/>

CHRISTOFOLETTI, Rogério; BECKER, Denise. Pesquisas sobre confiança na mídia e o fortalecimento da ideia de crise permanente de credibilidade. Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui, v. 154, p. 53-68, 2023.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9274150>

CHRISTOFOLETTI, Rogério; FERREIRA, Vitória. COVID-19 e combate à desinformação: a experiência do Consórcio de Veículos de Imprensa no Brasil. CUADERNOS.INFO, v. 57, p. 137-157, 2024.

<https://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/62783/56767>

ALVES, Filipe dos Santos. Fundações jornalísticas: em busca de um novo modelo de negócio para a imprensa. Coimbra: Almedina, 2014.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. A crise do jornalismo tem solução? Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócios para o jornalismo digital. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, v. 9, p. 51-115, abril-maio-junho de 2014. https://drive.google.com/file/d/0B17Kzd_mFtzrdVF4dEFQMnJWakE/edit