

PARÁGRAFO:

Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM - Centro Universitário

ANO III - N. 3 - JAN./JUN. 2015

ISSN: 2317-4919

A *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM* é uma publicação semestral destinada a professores, estudantes, profissionais e interessados que aceita colaborações de trabalhos originais e inéditos, de autoria individual ou coletiva, sob a forma de artigo, ensaio ou resenha.

Serão aceitos artigos de, no mínimo, mestrandos. graduados podem se inscrever em co-autoria com um doutor.

O foco da revista é publicar artigos pertinentes à área de comunicação que reflitam debates atuais do campo de autores nacionais e internacionais, bem como servir de base bibliográfica para graduandos e pós-graduandos.

EQUIPE EDITORIAL

EDITOR RESPONSÁVEL

Prof. Ms. Rafael Grohmann, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

CONSELHO EDITORIAL

Prof. dr. Francisco de Assis, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, SP, Brasil

Prof. Ms. José Geraldo de Oliveira, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Márcia Furtado Avanza, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

Prof. Dra. Michelle Roxo, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

Prof. Dr. Marcos Zibordi, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

Prof. Dr. Vicente Darde, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Adriana Braga, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Profa. Dra. Alice Mitika Koshiyama, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, GO, Brasil

Profa. Dra. Ângela Cristina Salgueiro Marques, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, MG, Brasil

Profa. Dra. Bárbara Heller, Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Bruno Campanella, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño, Universidade Federal de Sergipe (UFS), Aracaju, SE, Brasil

Profa. Dra. Cláudia Quadros, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil

Prof. Dr. Dennis de Oliveira, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Egle Müller Spinelli, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Eliza Bachega Casadei, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, SP, Brasil

Prof. Dr. Fábio Pereira, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil

lia, DF, Brasil

Prof. Dr. Helder Bastos, Universidade do Porto, Porto, Portugal

Prof. Dr. Ibrahim Saleh, University of Cape Town, Cidade do Cabo, África do Sul

Prof. Dr. Igor Sacramento, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Prof. Dr. José Guibson Dantas, Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, AL, Brasil

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Luís Mauro Sá Martino, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Luiz Peres Neto, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Marco Roxo, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Profa. Dra. Maria Angela Pavan, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil

Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Maria Immacolata Vassalode Lopes, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Marta Regina Maia, Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Ouro Preto, MG, Brasil

Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Muniz Sodré, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Profa. Dra. Nilda Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

Profa. Dra. Olga Tavares, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG, Brasil

Prof. Dr. Rogério Christofolotti, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil

Profa. Dra. Rosana de Lima Soares, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Profa. Dra. Rose de Melo Rocha, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa, PR, Brasil

Profa. Dra. Sandra Reimão, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Prof. Dr. Valdir José Morigi, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

Profa. Dra. Veneza Mayora Ronsini, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, Brasil

Profa. Dra. Vera Chaia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, SP, Brasil

DIAGRAMAÇÃO e DESIGN

José Geraldo de Oliveira

CAPA:

Principal Hootingwood - P.H.P.Barbosa (Bludermaus).

Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM - Centro Universitário

E-mail: revista.comunicacao@fiamfaam.br

http://revistaseletronicas.fiamfaam.br

APRESENTAÇÃO

Rafael Grohmann



Quando comecei a editar a *Parágrafo*, em sua segunda edição, notei que a pergunta que eu mais respondia era: “a revista possui Qualis?”. Palavra-mágica, palavra-chave. Os desafios de manter de pé uma jovem revista “ainda sem Qualis” em um cenário marcado pelo acirramento das pontuações nas produções científicas não são poucos. Pois ao apresentar a sétima edição da revista, agora posso dizer: “esta é a primeira edição com Qualis”: B4. Encaramos como um início de um percurso de um periódico ligado a um programa de mestrado recém-implantado em nossa instituição.

Nesse caminho, temos optado por seguir as recomendações para as revistas científicas, mas sem que isso se torne uma prisão para a qualidade da revista. Posso até estar enganado, mas, para além de índices e métricas, a maior alegria para um editor deve ser a entrega de uma edição que possa contribuir para os debates na área e, ainda, um número cujos artigos dialoguem entre eles. Na sétima edição da *Parágrafo*, apresentamos o dossiê “Linguagens e Narrativas na Comunicação”, com contribuições de sete artigos internacionais e um artigo nacional. Patrick Charaudeau (Universidade de Paris XIII) procura situar o discurso jornalístico a partir da questão da enunciação e do contrato de comunicação midiática, refletindo sobre fronteiras e distanciamentos. Já Norman Fairclough (Universidade de Lancaster) apresenta como os conceitos de mediação e ideologia podem contribuir para a Análise Crítica do Discurso (ACD), trazendo também a noção de recontextuali-

zação para pensar o discurso midiático. Erik Neveu (Universidade de Rennes), por sua vez, traz as contribuições do jornalismo de profundidade a partir do new journalism e como ele pode dialogar com as ciências sociais a partir de questões de escrita, narrativa e métodos de investigação. O tema da compreensão em relação à alteridade, que está presente no texto de Neveu, aparece também nos textos de Luís Mauro Sá Martino e Elfriede Fürsich. O artigo de Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero) discute alguns problemas epistemológicos da narrativa nos estudos de comunicação, buscando compreender vínculos estético-afetivos do ato narrativo em sua relação comunicacional com a alteridade. Em “O Problema de Representar o Outro: mídia e diversidade cultural”, Fürsich (Universidade Livre de Berlim / Boston College) discute as representações midiáticas sobre o Outro e quais os desafios e possíveis saídas para os profissionais de mídia, especialmente jornalistas, superarem as representações problemáticas, especialmente de minorias. François Jost (Universidade de Paris III), por sua vez, traz a discussão: o que é mídia? O que é arte? E afirma que o mundo da televisão substituiu o museu no processo que ele chama de “transfiguração do banal”. O artigo de John Hartley (Universidade de Curtin / Universidade de Cardiff) traz contribuições de Iuri Lotman para a compreensão das indústrias e cidades criativas no que ele denomina “semiose urbana”. Por fim, o texto de Josiane Boutet (Universidade de Paris VII) mostra a problemática da linguagem no mundo do trabalho, especialmente nas situações de trabalho: “como entender a parte linguageira do traba-

lho?”. Acreditamos que esses textos podem realmente contribuir para reflexão e debate sobre as narrativas e linguagens no campo da comunicação. Aproveitamos para agradecer a todas as pessoas que traduziram os artigos internacionais.

Na seção de entrevista desta edição, apresentamos uma conversa com o canadense Nick Dyer-Witford (Universidade de Western Ontario), que recém-lançou o livro *Cyber-Proletariat*. O que ele tem a nos dizer sobre mídias digitais? Nos artigos livres, a questão da linguagem permanece presente em muitas contribuições. José Muniz Jr. (USP) aborda os usos e abusos da noção de “independente” considerando os sentidos sociais e discursivos da produção cultural independente. Thales Lelo (UNICAMP) discute os impactos os impactos da “virada moral” nos Estudos Culturais e nos estudos de mídia. O texto de Luiz Peres-Neto e Fabrizio Chioccola (ESPM), por sua vez, trata do tema da ética na telenovela, especificamente os possíveis conflitos morais entre o conteúdo presente nas telenovelas da Globo (e seu consumo) e a ética evangélica. O tema do consumo também está presente no artigo de Livia Silva de Souza (USP/ FIAM-FAAM) e Alhen Rubens Damasceno (USP), sobre o consumo midiático dos valores publicitários a partir das bordas da circulação. Nara Lya Cabral Scabin (USP) também trata de circulação, a partir dos discursos circulantes em relação ao “politicamente correto” e os argumentos em disputa. Já Maiara Carvalho Baptista (UFPR) traz o conceito de “contrato de comunicação” de Charaudeau para estudar a relação entre as emissoras de TV e a população de Joinville. A televisão continua como objeto no texto de Leandro Olegário (UFRGS/ UniRitter), “As Vozes no Jornal da TVE 2ª edição: uma análise da rotina de produção na emissora pública do Rio Grande do Sul”. Por fim, o espalhamento midiático e a teoria ator-rede são centrais no artigo de Pedro Carlos Ferreira de Souza (UFBA) com foco no blog Morri de Sunga Branca.

A edição ainda apresenta uma resenha do livro *Pressed for Time*, de Judy Wacjman (London School of Economics), gentilmente enviado pela autora para publicação de resenha, que foi escrita por Issaaf Karhawi (USP).

A provocação a refletir sobre linguagem e narrativas já começa pela capa do jovem artista digital P.H.P.Barbosa (Bludermus). O nome do trabalho é *Principal Hootingwood*.

Ótima leitura!

3. Apresentação

Rafael Grohmann

DOSSIÊ

LINGUAGENS E NARRATIVAS NA COMUNICAÇÃO

7. PATRICK CHARAUDEAU

Discurso jornalístico e posicionamentos enunciativos: fronteiras e distanciamentos

17. NORMAN FAIRCLOUGH

Semiose, ideologia e mediação: uma visão dialética

29. ERIK NEVEU

“Novos” jornalismo investigativos e ciências sociais: pensando usos, diferenças e hibridizações

40. LUÍS MAURO SÁ MARTINO

De um eu ao outro: narrativa, identidade e comunicação com a alteridade

50. ELFRIEDE FÜRSICH

O problema em representar o outro: mídia e diversidade cultural

61. FRANÇOIS JOST

Mídia ou arte: uma questão de ponto de vista?

71. JOHN HARTLEY

Semiose urbana: as indústrias criativas e o choque dos sistemas

90. JOSIANE BOUTET

Atividade de linguagem em situação de trabalho

98. ENTREVISTA

NICK DYER-WITHEFORD

Por_ Rafael Grohmann

Ciberproletariado, ciclos de lutas e mídias digitais.

ARTIGOS LIVRES

106. Os sentidos sociais da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável_ José de Souza Muniz Jr.

118. Mídia, moralidade, alteridade: dilemas da visibilidade em uma sociedade midiática _ Thales Vilela Lelo

128. Ética e telenovela: os valores morais evangélicos e o consumo de telenovelas da Rede Globo _ Luiz Peres-Neto e Fabrizio Chioccola

136. O consumo midiático dos valores publicitários: as bordas da campanha “Veja + Sua Vida” _ Livia Silva de Souza e Alhen Rubens Silveira Damasceno

146. Discursos circulantes no debate público sobre a categoria “politicamente correto”: argumentos em disputa _ Nara Lya Cabral Scabin

156. Contrato de comunicação: um estudo sobre a relação entre emissoras de televisão e a população de Joinville _ Maiara Carvalho Batista

164. As vozes no Jornal da TVE 2ª Edição: uma análise da rotina de produção na emissora pública do Rio Grande do Sul _ Leandro Olegário

182. A teoria ator-rede aplicada à escala de ódio: desestabilização e espalhamento de obras midiáticas pelo blog Morri de Sunga Branca _ Pedro Carlos

RESENHA

184. Viver sem tempo: a relação subjetiva entre tempo, tecnologias e rotinas
Por_ Issaaf Karhawi