



INOVAÇÕES DE GOVERNANÇA COMO RESPOSTA ÀS CRISES DO JORNALISMO



Uma pesquisa do projeto GPSJor – Governança, Produção e Sustentabilidade para um Jornalismo de Novo Tipo (UFSC e IELUSC)

Jacques Mick, UFSC

Rogério Christofolletti, UFSC

Ângelo Augusto Ribeiro, FURB

IMMAA Annual Conference - São Paulo, 11 e 12 de setembro de 2017

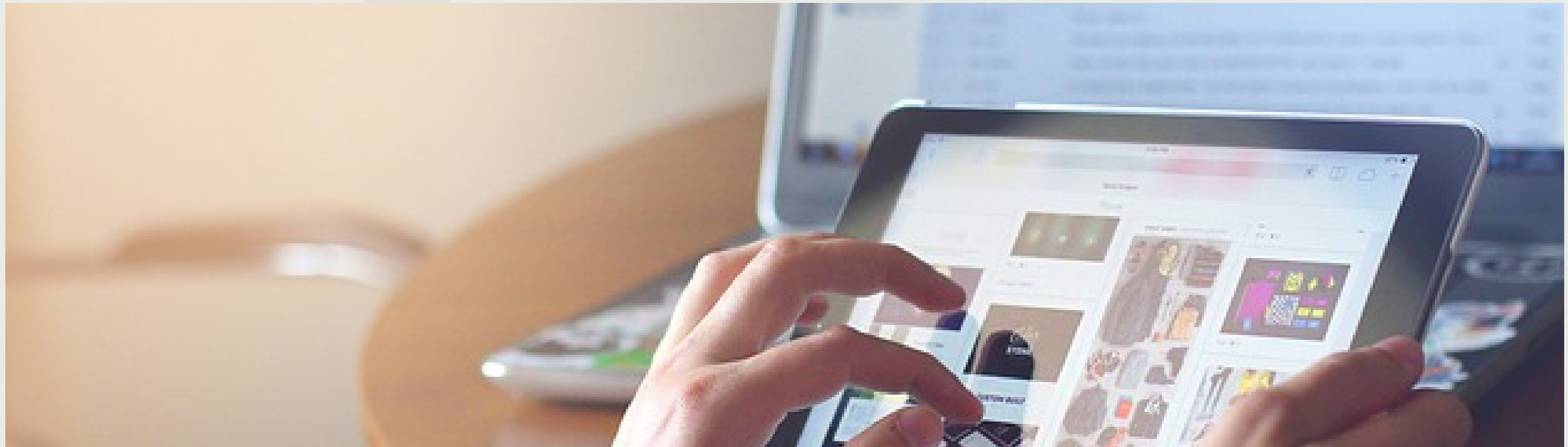


“O novo contexto do ambiente da comunicação exige que o Jornalismo, amplamente estudado em relação às técnicas e processos produtivos, seja analisado, também, em relação às interações entre seus diferentes públicos”

GPSJORN

Principais fundamentos (ou conceitos?) para analisarmos o
Jornalismo sob essa premissa:

PÚBLICOS, no lugar de público ou audiência



GOVERNANÇA, como uma dimensão
das interações entre o Jornalismo e seus Públicos

"Por 'públicos' designamos todos os grupos ou agentes sociais que interagem diretamente com o jornalismo em cada sociedade, com variados graus de intensidade."



GPSJOR

A CRISE DA ATIVIDADE JORNALÍSTICA AFETOU A ESTABILIDADE DOS VÍNCULOS ENTRE O JORNALISMO E SEUS PÚBLICOS

- fontes**
- anunciantes**
- investidores**
- audiências**
- profissionais (jornalistas)**

GOVERNANÇA NO JORNALISMO:

Dimensões e públicos (Mick e Tavares, 2017)

Governança	Características	Públicos*
Editorial	Refere-se às interações sociais relacionadas ao exercício dos saberes profissionais dos jornalistas: de reconhecimento (o que deve se tornar pauta ou notícia), de procedimento (apuração e ética) e de narração (linguagens, mídias, suportes).	Jornalistas, outros profissionais atuantes em cada mídia, colaboradores de conteúdo, fontes.
De engajamento e circulação	Refere-se à participação dos públicos na produção e no compartilhamento de conteúdo jornalístico.	Audiências (leitores, telespectadores, ouvintes, usuários).
De gestão	Refere-se à transparência e-ou à participação social nas estruturas de propriedade e controle, e a seu impacto sobre a produção de <u>conteúdo</u>	Proprietários e outros grupos interessados (<i>stakeholders</i>).
Financeira e de sustentabilidade	Refere-se ao envolvimento dos públicos na mobilização dos recursos necessários ao financiamento da atividade jornalística.	Assinantes, anunciantes, doadores.

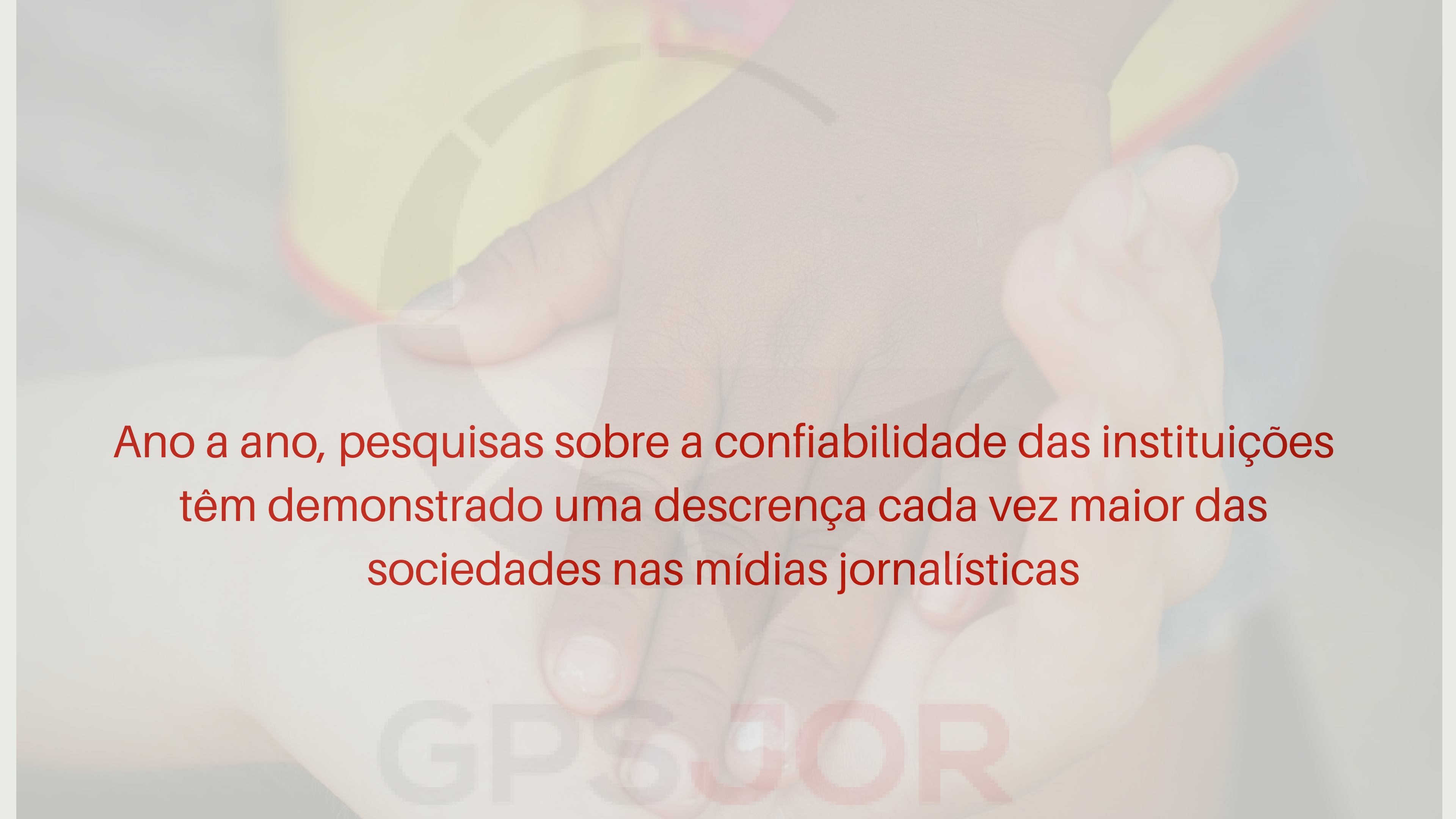
GPSJOR

Crise, inovação e sustentabilidade

CRISE – não é apenas econômica (sustentabilidade) e nem totalmente nova (resultante apenas das mudanças no ambiente comunicacional)

- modelo de negócio
- queda de fontes de receitas (publicitárias) e de audiências
- fechamento de veículos
- redução de vagas
- tecnologia e novos atores
- credibilidade e confiança

GPSJOR



Ano a ano, pesquisas sobre a confiabilidade das instituições têm demonstrado uma descrença cada vez maior das sociedades nas mídias jornalísticas

GPS SUOR

GOVERNANÇA EDITORIAL:

relação entre profissionais e sociedade na produção do jornalismo: a pauta, a apuração, a narração.

GOVERNANÇA DE GESTÃO:

transparência nos processos produtivos; na relação com patrocinadores e investidores; na influência das fontes de recursos.

GOVERNANÇA FINANCEIRA E DA SUSTENTABILIDADE:

além da sustentabilidade; tecnologia; concorrência (novos fornecedores de conteúdo); novas formas de financiamento além da publicidade.

GOVERNANÇA DE ENGAJAMENTO E CIRCULAÇÃO:

envolvimento e motivação de comunidades (demográficas, geográficas e de "usuários"); cooperação entre veículos; relacionamento com o mercado; operações de baixo custo, nichos; inovações tecnológicas; abertura das redações.

Dimensão	Inovações	Veículo ou Projeto
Governança editorial	Curadoria jornalística de postagens do público em blogs pessoais	<u>Mediapart</u> (França) <u>El Español</u> (Espanha)
	Conselhos com participação de leitores	Voices of San Diego (EUA) <u>BBC</u> (Inglaterra)
	Interação em tempo real entre jornalistas e público, com vistas a contar histórias “para e com o público”	Animal Político (México)
	Permitir a qualquer um a publicação direta de notícias, colunas, reportagens, <u>entrevistas</u>	La Mula (Peru)
	Estímulo a diálogo direto entre jornalistas e audiências	<u>De Correspondent</u> (Holanda) <u>BBC</u> (Inglaterra)

Governança financeira e de sustentabilidade	Financiamento exclusivo por assinantes, dispensando <u>anunciantes</u>	<u>Mediapart</u> (França) <u>De Correspondent</u> (Holanda) Nexo (Brasil)
	Doações da comunidade	The Texas Tribune (EUA) Voices of San Diego (EUA) <u>Fluxo</u> (Brasil) Democracy Now! (EUA) <u>La Silla Vacía</u> (Colômbia)
	Doações de fundações	<u>ProPublica</u> (EUA) Agência Pública (Brasil) <u>Voices of San Diego</u> (EUA) <u>Democracy Now!</u> (EUA)
	<u>Crowdfunding</u>	Agência Pública (Brasil) A Ponte (Brasil) <u>De Correspondent</u> (Holanda) Fluxo (Brasil)
	Promoção de eventos ou comercialização de produtos ou serviços	The Guardian (UK) Fluxo (Brasil) Jota (Brasil) <u>Democracy Now!</u> (EUA) <u>El Español</u> (Espanha) The Texas Tribune (EUA) <u>Corresponsales</u> (Peru) El Faro (Salvador)
	Financiamento do Estado	Diário de Notícias (Espanha) EBC (Brasil)

Governança de gestão	Participação de leitores no controle acionário do veículo	<u>Mediapart</u> (França) <u>Le Monde Diplomatique</u> (França) La Jornada (México) <u>Infolibre</u> (Espanha)
	Transparência e prestação de contas sistemática aos leitores por parte dos controladores	Voices of San Diego (EUA) <u>BBC</u> (Inglaterra) <u>EBC</u> (Brasil) The Texas Tribune (EUA)
	Controle pelos leitores do destino dos recursos obtidos por <u>crowdfunding</u>	Animal Político (México)
	Controle por cooperativa de jornalistas	<u>Tiempo</u> (Argentina) <u>Efimerida</u> (Grécia) Desacato (Brasil) Brecha (Uruguai)

Governança de engajamento e circulação	Programas de recompensa à participação da audiência	Fluxo (Brasil)
	Promoção de campanhas de interesse social a partir de material jornalístico	Voices of San Diego (EUA)
	Adoção <u>des</u> redes sociais anexas à mídia jornalística para que usuários possam criar debates e interagir com líderes de opinião, jornalistas, políticos e tomadores de <u>decisão</u>	La <u>Silla Vacía</u> (Colômbia)
	Avaliação e potencialização de SEO	The Guardian (UK)

Referências

Alves, F. (2014). Fundações jornalísticas. Em busca de um novo modelos de negócio para a imprensa. Coimbra: Almedina.

Anderson, C., Bell, E., & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial. Revista de Jornalismo ESPM, 2(5), 30-89.

Benson, R. (2016). Are foundations the solution to the American journalistic crisis? NYU Department of Media, Culture, and Communication. Media Ownership Project Working Paper 2016-001, March 2016 Recuperado de: http://rodneybenson.org/wp-content/uploads/Benson-Are-Foundations-the-Solution_-_March-20161.pdf

Bevir, M. (2013). A theory of governance (1st ed.). Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.

Bevir, M. (2011). The SAGE handbook of governance (1st ed.). Londres: Sage.

Bevir, M. (2010). Rethinking governmentality: Towards genealogies of governance. European Journal of Social Theory 13(4) 423–441. DOI: 10.1177/1368431010382758

Blair, M. (1995). Ownership and control: rethinking corporate governance for the twenty-first century (1st ed.). Washington: Brookings Institution.

Bruno, N.; Nielsen, R. K. (2012). Survival is Success Journalistic: Online Start-Ups in Western Europe. Reuters Institute for the Study of Journalism/Challenges: Oxford.

Brüntje, D.; Gajda, O. (eds.) (2016). Crowdfunding in Europe. State of the Art in Theory and Practice. London: Springer.

Cagé, J. (2015). Sauver les médias: Capitalisme, financement participative et démocratie (1st ed.). Paris: Seuil.

Chalaby, J. (1998). The invention of journalism (1st ed.). Londres: Macmillan Press.

Chalaby, J. (2004). O jornalismo como invenção anglo-americana: Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano. Media & Jornalismo, 3(3), 29-50.

Charron, J., & De Bonville, J. (2016). Natureza e transformação do jornalismo. Florianópolis: Insular.

Christofoletti, R.; Triches, G. L. (2014). Interesse público no jornalismo: uma justificativa moral codificada. Revista Famecos, Porto Alegre, maio-agosto, v. 21, n. 2, p. 484-503.

Cornia, A.; Sehl, A.; Nielsen, R.K. (2016). Private Sector Media and Digital News. London: Reuters Institute for the Study of Journalism/Digital Media Project 2016.

Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. Revista de Jornalismo ESPM, 3, 51-115.

EBC (2015). Sistematização das propostas e discussões. Seminário Modelo Institucional EBC: balanço e perspectivas. Brasília, outubro.

Foucault, M. (1999). A ordem do discurso. São Paulo: Loyola.

Foucault, M. (2008). Segurança, território, população: curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes.

Gallup (2016). Confidence in institutions. Recuperado de: <http://www.gallup.com/poll/1597/confidence-institutions.aspx>.

Genro Filho, A. (2012). O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo (1st ed.). Florianópolis: Insular.

Ginosar, A. (2013). Media Governance: A Conceptual Framework or Merely a Buzz Word?. Communication, Culture & Critique, 23, 356-374.

Gomis, L. (2002). Do importante ao interessante: ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. Pauta Geral – Revista de Jornalismo, Salvador, ano 9, n. 4.

Harlow, S. & Salaverría, R. (2016). Regenerating Journalism: exploring the “alternativeness” and “digital-ness” of online-native media in Latin America. Digital Journalism.

Ibope Inteligência (2016). Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom/PR, 2016.

James, B. (2006). Media and good governance (1st ed.). Dakar: Unesco.

Jarvis, J. (2015). El fin de los medios de comunicación de masas. Cómo serán las noticias del futuro? Barcelona: Gestión 2000.

Karam, F. J. C. (2004). A ética jornalística e o interesse público. São Paulo: Summus.

Kim, N.; Konieczna, M.; Yoon, H. Y.; Friedland, L. A. (2016). Sustainability Factors of Emergent Civic News Websites: A Qualitative Comparative Analysis (QCA) Approach. Journalism & Mass Communication Quarterly, pp. 1– 20.

Knight Center for Journalism in Americas (2017). Jornalismo Inovador na América Latina. Austin: Knight Center for Journalism in Americas/Open Society.

Kovach, B.; Rosenstiel, T. (2003). Os elementos do jornalismo. São Paulo: Geração Editorial.

Lacunza, S. (2016). Pensar el periodismo. La crisis de la profesión y los medios analizada desde las redacciones. Buenos Aires: Ediciones B.

Levy, D., & Nielsen, R. (2010). The changing business of journalism and its implications for democracy (1st ed.). Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Lowe, G. F.; Berg, C. E. (2013). The Funding of Public Service Media: A Matter of Value and Values . The International Journal on Media Management, 15: 77–97.

Mancini, P. (2011). Hackear el periodismo: manual de laboratorio. Buenos Aires: La Crujia.

McQuail, D. (2012). Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso.

MDA Pesquisas (2016). Pesquisa CNT/MDA Rodada 132. Brasília: Confederação Nacional dos Transportes. Recuperado de : <http://cms.cnt.org.br/Imagens%20CNT/PDFs%20CNT/Pesquisa%20CNT%20MDA/pesquisadeopiniao-relatoriosintese.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2017.

Mick, J.; Tavares, L. M. (2017). A governança jornalística e as saídas para a crise. Brazilian Journalism Research. (No prelo).

Newman, N., et al. (2015). Reuters Institute digital news report 2015. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org> . Acesso em: 1 jul. 2015

Newman, N., et al. (2016). Reuters Institute digital news report 2016. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf> Acesso em: 17 fev. 2017.

Nielsen, R., Esser, F., & Levy, D. (2013). Comparative Perspectives on the Changing Business of Journalism and Its Implications for Democracy. The International Journal Of Press/Politics, 18(4), 383-391.

Park, R. (2008). A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento. In C. Berger & B. Marocco, A Era Glacial do Jornalismo (1st ed., pp. 51-70). V. 2. Porto Alegre: Sulina.

Pauwels, C., & Picone, I. (2012). The tussle with trust: Trust in the news media ecology. Computer Law & Security Review, 28(5), 542-550.

Picard, R. (2014). Twilight or New Dawn of Journalism? Evidence from the changing news ecosystem. Digital Journalism, Vol. 2, Nº 3, pp. 273–283.

Picard, R. (2010). Value creation and the future of news organizations. Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century. Lisboa: Formal Press/Media XXI.

Pontes, F. (2015). Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo (1st ed.). Florianópolis: Insular.

Puppis, M. (2010). Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. Communication, Culture & Critique, 3, 134-149.

Ringoot, R., & Ruellan, D. (2007). Journalism as a permanent and collective invention. Brazilian Journalism Research, 3(2), 67-76.

Rodríguez-Martínez, R.; López-Merí, A.; Merino-Arribas, A.; Mauri-Ríos, M. (2017). Instrumentos de rendición de cuentas em España. Análisis comparativo en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia. El profesional de la información, marzo-abril, Vol. 26, Nº 2, pp. 255-266.

Sampio, D. (2015). Emprenedors em temps de crisi. Anàlisi qualitativa de quinze iniciatives periodístiques. Comunicació: Revista De Recerca I D'anàlisi, 32(1), 35-51.

Scherer, E. (2008/2009). “The Perfect Storm”. Media Watch/AFP: Observatoire Mondial des Médias, nº 5, Automne/Hiver.

Scholz, N. (2015). The Relevance of Crowdfunding. The Impact on the Innovation Process of Small Entrepreneurial Firms. London: Springer Gabler, 2015.

Serrano, P. (2014). La prensa ha muerto: viva la prensa! (1st ed.). Barcelona: Ediciones Península.

Spinelli, E. M. & Corrêa, E.S. (2017). Reinventar, valorar e fortalecer: estratégias de inovações em modelos de negócio nas organizações jornalísticas. Comunicação & Inovação, jan-mar, Vol. 18, Nº 36, pp. 79-94.

Wagemans, A., Witschge, T., & Deuze, M. (2016). Ideology as Resource in Entrepreneurial Journalism. Journalism Practice, 10(2), 160-177.

Waisbord, S. (2017). Crisis? What crisis?. In C. Peters & M. Broersma, Rethinking journalism again: Societal role and public relevance in the digital age (1st ed., pp. 205-215). Londres: Routledge.

Wenzel, A.; Gerson, D.; Moreno, E. (2016). Engaging communities through solutions journalism. Columbia Journalism School: Tow Center for Digital Journalism.

Yúdico, J. M. (2016). Primer estudio de medios digitales y periodismo en America Latina. Iniciativas, modelos de negocio y buenas prácticas. México: Factual. Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/0B56C_0nwzk1HSHpsMUZpb0tQamM/view.

Zankova, B. (2014). Governance, Accountability, and Transparency of Public Service Media in a Contemporary Mediatised World : The case of Bulgaria . In: Glowacki, M.; Jackson, L. (eds.) Public Media Management for the Twenty-First Century. Creativity, Innovation, and Interaction. New York/London: Routledge.

Conheça o GPSJor

gpsjor.sites.ufsc.br



INÍCIO

NOTÍCIAS

DEBATES

PESQUISAS

GPSJOR

PESQUISA – AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO JORNALISMO EM JOINVILLE

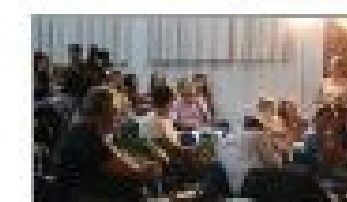
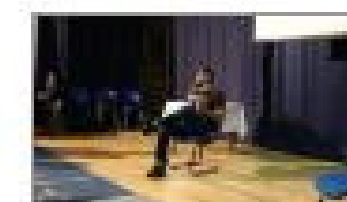


Participe da pesquisa coordenada pelo GPS Jor e colabore com a construção de uma nova forma de fazer jornalismo.

Joinville faz o jornalismo que você quer?



VIDEOS



ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Deu na Revi: Pesquisa revela o que o joinvilense pensa sobre jornalismo

09 de julho de 2017



Confira o relatório parcial da pesquisa GPSJor

22 de junho de 2017

CHEGOU A HORA DE
**CONHECER OS
DADOS DA
PESQUISA**

GPSJor apresenta resultados parciais da pesquisa

21 de junho de 2017

1/1

LOGIN