

O Jornalismo Cultural Paranaense: Seu espaço e repercussão na mídia local¹

Isabelle Santos Kolb²

Lis Claudia Ferreira³

Elza Aparecida de Oliveira Filha⁴

Universidade Positivo – Curitiba/PR

Resumo

O acesso à cultura sempre deixou dúvidas no que diz respeito ao seu espaço de divulgação, se é proporcional ou reduzido. Espaço aqui, não de publicidade, mas de jornalismo. Quanto se dedica de um veículo para o jornalismo cultural? Também é questionável o fato de que os consumidores de peças, eventos, artes e produções culturais em geral procuram, na grande maioria, por criações estrangeiras ou que não sejam essencialmente de sua localidade, sua cidade. Não há, porém, um estudo que avalie caso a caso para constatar qual é a razão. Embasado em pesquisa, esse artigo pretende desvendar algumas dessas questões a partir de pesquisas com um veículo local.

Abstract

The access to culture always left doubts about your space of disclosure. Is it proportional or reduced? When we talk about space here, we do not mean advertising, but journalism, the cultural journalism. Is also questionable the affirmation that consumers of theater, arts events and cultural productions generally seek for foreign creations that are not essentially made by artists from their own location or town. There is not, however, a study that evaluates each case to help to understand these questions. Based in research, this article aims to unravel some of these issues by analysis of an important newspaper from Curitiba city.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural, Gazeta do Povo, Cultura, Mídia local.

¹ Trabalho apresentado à Área 1, Jornalismo, do Intercom Junior, IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de segundo ano do curso de Jornalismo da Universidade Positivo. Email: isabellekolb@hotmail.com

³ Estudante de terceiro ano do curso de Jornalismo da Universidade Positivo. Email: lisclaudiaf@gmail.com

⁴ Professora orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos (2006), mestre em Sociologia pela UFPR (2002), professora do curso de Jornalismo da Universidade Positivo (Curitiba/PR), ex-coordenadora do GT Jornalismo Impresso da Intercom (2009 a 2012).

1. Introdução

O presente artigo tem como objetivo avaliar a qualidade e o espaço de publicações sobre obras de artistas e escritores paranaenses em um dos periódicos de maior influência na capital e outras cidades do estado. É importante observar que, mais do que apurar se o jornal possui espaço para tais publicações, o texto visa discutir a qualidade das produções jornalísticas e se elas são capazes de facilitar a compreensão da cultura paranaense, pelos próprios paranaenses.

O jornal “Gazeta do Povo” foi fundado em 3 de fevereiro de 1919 por Benjamim Lins e De Plácido e Silva. No editorial da edição comemorativa de 90 anos, o jornal declara que, ao produzir a primeira edição, os fundadores “colocaram para germinar a semente de um jornal que aspirava ser um porta-voz dos paranaenses e um bastião em prol das mais legítimas causas do estado” (GAZETA DO POVO, 2009).

O resultado da pesquisa irá mostrar se o jornal se mantém fiel aos princípios estabelecidos por seus fundadores. Sabemos que o “fazer jornalístico” mudou com o passar dos anos, e isso é natural. Entretanto, um jornal que se declara “do povo” não deve se distanciar muito dos ideais estabelecidos por Benjamin e De Plácido.

Para a presente pesquisa, foram analisados todos os suplementos de cultura – denominados Caderno G no diário curitibano - dos exemplares publicados entre setembro e outubro de 2012, período no qual não aconteceria nenhum festival de cultura que pudesse influenciar os resultados. O trabalho de pesquisa inscreve-se nas atividades do Observatório Paranaense de Mídia, grupo de estudos que funciona, voluntariamente, no curso de Jornalismo da Universidade Positivo e que, a cada ano, destina seu olhar para um aspecto da cobertura midiática. No período 2011/2012 a temática foi a cultura.

No levantamento foram consideradas todas as publicações que citassem obras paranaenses ou produzidas por artistas e escritores locais excluindo-se qualquer tipo de anúncio pago, por entendermos que os anúncios possuem caráter puramente comercial e não indicam necessariamente os interesses editoriais do jornal.

Nos casos em que a mesma publicação utilizava mais de um recurso do jornalismo (exemplo: foto e texto, chamada de capa e matéria), foi considerado, para

fins de contagem do total de publicações, apenas um deles, embora todos tenham sido contabilizados para a pesquisa de tipos de publicações.

É importante observar que não foi desconsiderada a relevância de publicações sobre produtos nacionais e de outros países uma vez que tais produtos são relevantes para a pesquisa, pois também contribuem na análise cultural feita pelos paranaenses que, por sua vez, torna-se mais rica ao comparar-se com outras culturas.

O jornalismo deve conceder essa diversidade de informações culturais para que os paranaenses não só entendam, questionem e evoluam sua própria identidade cultural, como também sejam aptos a analisar culturas diferentes da sua.

2. O conceito de cultura e as teorias do jornalismo

Antes de falarmos sobre o jornalismo cultural, se faz necessário compreender o que é cultura e qual a sua importância no mundo. Existem hoje várias correntes teóricas que estudam o assunto. A definição de José Luis dos Santos explica o papel da cultura como forma de compreensão das características de uma sociedade:

Vejam, pois, que a discussão sobre cultura pode nos ajudar a pensar sobre nossa própria realidade social. De fato, ela é uma maneira estratégica de pensar sobre nossa sociedade, e isso se realiza de modos diferentes e às vezes contraditórios (SANTOS, 1987, p. 9).

O autor discorre, ainda, sobre como podem existir várias culturas dentro de uma só cultura. Falando sobre a brasileira, especificamente, salienta a necessidade de enxergarmos as diferenças culturais existentes dentro do país:

É importante considerar a diversidade cultural interna à nossa sociedade; isso é de fato essencial para compreendermos melhor o país em que vivemos. Mesmo porque essa diversidade não é só feita de ideias; ela está também relacionada com as maneiras de atuar na vida social, é um elemento que faz parte das relações sociais do país. A diversidade também se constitui de maneiras diferentes de viver, cujas razões podem ser estudadas, contribuindo dessa forma para eliminar preconceitos e perseguições de que são vítimas grupos e categorias de pessoas (SANTOS, 1987, p. 32).

Nesse contexto, qual seria o papel do jornalismo cultural? Se pensarmos na cultura em seu sentido mais abrangente - que é um sistema de ideias, conhecimentos, técnicas, padrões de comportamento e atitudes que caracterizam uma determinada sociedade - o jornalismo cultural tem a missão de afirmar ou reafirmar os traços sociais comuns à sociedade em que está inserido, ou ainda, trazer a discussão sobre esses traços, levando a sociedade a debater uma possível evolução desses padrões comuns. Podemos ainda pensar a cultura enquanto conjunto de obras, instalações e objetos criados pelo homem de determinada sociedade. Nesse caso, o jornalismo cultural deve pautar a sociedade em uma discussão sobre o contexto social que o levou a produzir determinado produto. É o que exemplifica parte do artigo “O que é Jornalismo Cultural”:

Mas, independente de suas diretrizes editoriais, é certo que a imprensa reflete e, ao mesmo tempo, forma certa concepção social de cultura. Por intermédio daquilo que elege como pauta e do destaque que dá a alguns fatos em detrimento de outros, interfere no consumo social dos bens culturais. Logo, a cobertura realizada pela imprensa dinamiza e documenta o campo artístico e cultural, age na formação de públicos e fornece parâmetros de valor para a interpretação da cultura de um determinado local e época (SEGURA, GOLIN, ALZAMORA, 2008).

Dessa forma podemos inferir que o jornalismo cultural não se resume à simples divulgação de entretenimento e análise de obras culturais. Ele tem o poder e o compromisso social de se tornar esfera pública, pautando a sociedade sobre temas de natureza estético-conceituais ou política. A esfera pública diz respeito ao espaço em que os cidadãos oriundos das esferas públicas e privadas discutem assuntos relevantes à sociedade, para que esses questionamentos formem a opinião pública.

Quando um jornal publica sobre uma peça teatral, por exemplo, além de sua análise crítica a respeito desse produto cultural, ele está escolhendo fazer com que o leitor também analise e critique o produto. Nessa escolha, as teorias espelho, *gatekeeper* e organizacional, dentre outras, serão influenciadoras, pois estarão determinando qual será o tema que o leitor deve adquirir como conhecimento.

A teoria do espelho diz respeito à ideia de que o jornalismo é uma representação da realidade. É o que explica Felipe Pena.

Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano (PENA, 2005, p. 125).

A teoria do gatekeeper consiste nas decisões individuais que afetam o produto final.

A metáfora é clara e direta. O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só vira notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês) (PENA, 2005, p. 133).

E a teoria organizacional consiste nos meios utilizados pela organização, que influenciam diretamente na notícia.

Mas o fato é que, pela teoria organizacional, o trabalho jornalístico é dependente dos meios utilizados pela organização. E o fator econômico é exatamente o mais influente de seus condicionantes. O que, para uma classificação genérica, coloca essa teoria como uma vertente da ação política. O jornalismo é um negócio. E como tal, busca o lucro. Por isso a organização está fundamentalmente voltada para o balanço contábil (PENA, 2005, p. 135).

Entendemos, portanto, que independentemente do conceito que utilizemos para a palavra cultura, o jornalismo cultural deve se manter fiel ao seu princípio de se tornar esfera pública para a discussão sociológica, seja ela baseada em padrões de uma sociedade, ou fatores que influenciam a produção artístico-intelectual.

Considerando que os processos de produção da notícia são os mesmos, para todas as áreas do jornalismo, entende-se que a definição de Mário Wolf, citada por Traquina, sobre valores-notícia se aplica igualmente a todas as áreas jornalísticas, incluindo o jornalismo cultural:

Para Wolf, os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento. (WOLF, 1987, apud TRAQUINA, 2005, p. 78).

Trabalharemos, aqui, com o valor-notícia proximidade sobre o qual Traquina escreve: “Outro valor-notícia fundamental da cultura jornalística é a proximidade, sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais” (TRAQUINA, 2005, p. 80).

O valor-notícia proximidade é, portanto, de suma importância ao jornalismo, uma vez que vai trazer à sociedade a discussão e compreensão sobre determinado assunto, baseando-se no contexto local ou que mais se aproxime dessa sociedade. O jornalismo cultural deve também levar em consideração essa importante observação. Conforme já citamos, o jornalismo de cultura produz na sociedade a busca por compreensão de sua estrutura, costumes e padrões. Ao publicar sobre produções artísticas ou literárias que se aproximem do contexto do leitor, o jornalista facilita a interpretação da notícia e a discussão sociológica.

Nesse ponto, há também uma crítica interessante a ser feita. Em um panorama geral, os cadernos de cultura podem ser vistos como material apenas para intelectuais ou entendedores do assunto, pois, algumas vezes, se utilizam de uma linguagem mais rebuscada, com termos complicados. Ou seja, aqueles que querem adquirir conhecimento a respeito do assunto acabam pulando essa editoria, pressupondo que os textos e análises serão de difícil compreensão. Além de aproximar o leitor inserindo-o em seu contexto cotidiano, é importante fazer uso de uma linguagem mais simples e de fácil discernimento. Assim, teremos mais leitores interessados em debater os assuntos, pois compreenderão as análises.

3. Aplicação de procedimentos e resultados

Durante as pesquisas das publicações do periódico “Gazeta do Povo”, os seguintes dados foram analisados: número de páginas do caderno cultural, quantidade de publicações sobre artistas ou escritores do estado do Paraná, tipos de publicação, tipos de obras e espaço dado a cada publicação.

Observou-se que das 659 páginas destinadas ao caderno cultural nos meses analisados, 79 continham algum tipo de publicação local, ou seja, 11,9% das páginas dessa editoria continham produções jornalísticas sobre obras paranaenses (Fig. 1).



Fig. 1

Ao todo foram publicadas 98 matérias sobre produção cultural paranaense ou feita por paranaenses. Essas matérias se dividem em diferentes tipos de textos jornalísticos, conforme mostra o gráfico (Fig. 2).



Fig. 2

Durante os meses observados, nenhuma publicação de cultura local foi apresentada com ajuda de infográficos e apenas 11% (fig. 2) continham algum tipo de fotografia. Sabemos que a utilização desses recursos visuais indica a preocupação em transmitir uma informação mais qualificada e de fácil interpretação, conforme explica Luiz Costa Pereira Junior:

Tais recursos potencializam a carga informativa de cada página e, em tese, liberam o redator para uma preocupação narrativa mais livre. A informação é tratada por um mosaico (não mais o predomínio do monólito-texto) de elementos que se revezam – ora um texto se revela protagonista da informação, ora a foto ou infográfico tem mais relevância informativa, e deveriam ter essa importância revelada na página. (PEREIRA JR, 2006, p. 108).

Sobre os tipos de obras, podemos perceber a superioridade de textos a respeito de música e dança, seguidos por análises que envolvem literatura ou poesia e anúncios de agenda cultural (fig. 3).

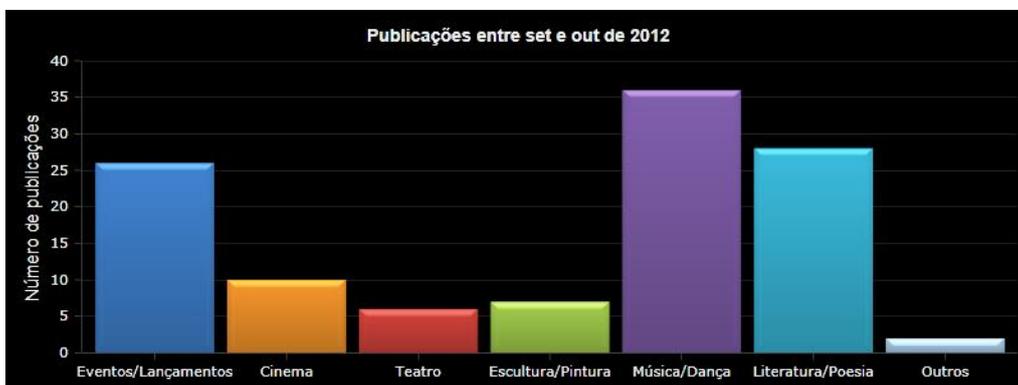


Fig. 3

Chama a atenção o volume de publicações sobre teatro, já que a cidade de Curitiba possui um número razoável de atores e companhias teatrais. A cidade abriga, inclusive, o Festival de Teatro de Curitiba, que é referência nacional. A pesquisa mostra que no período estudado, a música é mais valorizada como produção cultural do que outros tipos de obras.

Para estudarmos a importância dada no espaço na página, a mesma foi dividida em quatro partes, ou quadrantes, sendo A = superior direito, B= superior esquerdo, C=inferior direito e D=inferior esquerdo. A maior parte das publicações foi alocada nos quadrantes A e B, (Fig. 4) locais que segundo Patrícia Lopes Damasceno, recebem maior atenção do leitor: “Uma notícia principal deve ser sinalizada para o leitor pelo posicionamento na página, usualmente no topo, com o maior título, com a maior imagem e com a maior largura de coluna” (DAMASCENO, 2013, p. 29).



Fig. 4

Entretanto, das 98 publicações, apenas 13 ocuparam os quatro quadrantes (página inteira), sendo esse número uma proporção de aproximadamente 13% do total (Fig. 5).



Fig. 5

É possível que esses números sejam um reflexo do interesse do público do jornal. É comum a supervalorização de obras produzidas em outros locais, como Rio de Janeiro e São Paulo principalmente. Porém, o compromisso social do jornalismo não deve afirmar essa característica. O jornalismo responsável e preocupado com a forma como a sociedade em que está inserido vê suas próprias características, deve ser capaz de mostrar os traços culturais dessa sociedade e levá-la a discutir e entender tais traços.

Sobre os tipos de publicação, pode-se observar a predominância de notícias. De todas as publicações, menos de 15 são textos opinativos, o que pode mostrar o desinteresse dos jornalistas do veículo em realizar uma análise crítica sobre obras que representam a cultura local.

As publicações de agenda cultural aparecem em terceiro lugar nos gráficos. É positivo que o jornal divulgue os eventos com apresentações de artistas paranaenses. Obviamente, o público paranaense só é capaz de apreciar obras locais e adquirir o conhecimento a partir do conteúdo delas, se for informado sobre eventos e lançamentos previamente.

O baixo número de chamadas na 1ª página reforça a ideia de que não existe grande interesse por parte do público. A capa de um jornal impresso é a página que ganha o leitor. Nela são colocados os assuntos que atingem a maior parte da população.

Definir até onde vai o compromisso social do jornal e as consequências do interesse por lucro, não é o objetivo desse estudo e, portanto, não nos prenderemos a essa discussão.

4. Depoimentos de artistas

Para dar um embasamento concreto ao artigo, alguns participantes da formação da cultura curitibana manifestaram sua crítica em relação a esse espaço reduzido. Daniel Perez Arthur⁵ tem 24 anos, é músico e luthier⁶. Para ele, o jornal impresso, em particular, não tem o hábito de inovar. “A mídia daqui, de um modo geral, não tem um papel bom de trazer coisas novas. O jornal dificilmente traz algo inovador para o conhecimento do público. Eles não gostam de se arriscar. Dão muito mais atenção para as produções e eventos seguros, que o jornal já sabe que têm boa aceitação de um público no mínimo razoável. Isso tanto na música, quanto teatro, dança, etc.”. Na concepção de Daniel, as produções curitibanas podem ter muita qualidade, mas dificilmente ganharão o devido destaque em jornais como a “Gazeta do Povo”.

Saulo Soul⁷, de 30 anos, é músico, ator e curitibano. Ele percebe que com as mídias sociais independentes que se expandem regularmente, os artistas acabam divulgando seu próprio trabalho e isso dá mais visibilidade à cultura local. Porém, os veículos de comunicação deixam a desejar. “Acredito que as produções culturais locais não têm o espaço que deveriam ter na mídia. O espaço é pequeno e não atinge o público com tamanha densidade. Procurar peças e shows famosos não é o problema. Devemos conhecer outras culturas e o entender as suas diversidades, mas a cultura local está aí. Peças, shows e muitos artistas de qualidade procuram um espaço que não lhes é cedido de forma igualitária. Curitiba tem arte de muita qualidade. Falta agora a expansão, a divulgação e o próprio espaço que permita com que ela cresça.”

⁵ Essa declaração foi dada em entrevista no dia 22 de junho de 2013, em Curitiba.

⁶ A luteria diz respeito à construção e manutenção de instrumentos musicais, com foco, segundo a história, em instrumentos de cordas feitos em madeira, artesanalmente.

⁷ Essa declaração foi dada em entrevista no dia 22 de junho de 2013, em Curitiba.

Raíssa Venâncio⁸ também é atriz e tem 20 anos. Trabalhou como atriz em Curitiba, e hoje mora no Rio de Janeiro. Ela faz um comparativo do espaço que a mídia fornece no Rio de Janeiro e em Curitiba. “Acredito que o Paraná poderia ter muito mais mídia para divulgar programas culturais. Quando atuava em espetáculos teatrais em Curitiba, via sempre muita dificuldade para a Cia Teatral divulgar a peça. Geralmente não há muita verba para uma produção teatral e a divulgação acaba saindo pesada no bolso. Se tivéssemos mais meios gratuitos, em jornais e revistas locais, teríamos um gasto a menos e público a mais. Morando agora no Rio de Janeiro fico impressionada com a quantidade de revistinhas, jornais e sites nos informando das programações, e muitos não recebem nada do grupo para divulgar. Bom pra Cia, bom para o público, bom para a cultura e para a educação.”

Guilherme Luiz de Souza⁹, de 23 anos, é bailarino e coreógrafo de danças urbanas. Ele acredita que o espaço cultural funciona em uma espécie de ciclo vicioso. “Há pouca divulgação, portanto, pouco público. Uma vez que o público é reduzido, nossos atores, músicos, artistas e bailarinos acabam desmotivados. E isso faz com que haja poucos eventos para serem divulgados. Se houvesse mais espaço para nós, e mais incentivo, a cultura local seria muito mais rica. Não acho que seja culpa de algum dos lados. Mas é certo que os grandes veículos destinam grande parte de suas publicações para os eventos estrangeiros, ou aqueles que certamente irão estourar bilheteria, pois são produzidos por artistas já conhecidos.”

Os depoimentos exemplificam a questão de uma forma mais interna. Ao questionar os próprios atingidos pelas publicações ou falta de publicações de eventos culturais locais, notamos que a defasagem não afeta apenas os personagens construtores da cultura, mas a cultura em si. Ao “esconder” um bom ator, músico, bailarino ou artista, a cidade perde a oportunidade de ter o devido reconhecimento pelo seu investimento em material para conhecimento do público.

Se o rendimento cultural de uma cidade cai, pode ser em razão do pouco estímulo que as produções receberam. Vangloriando apenas àquilo que provem de fora da cidade, as criações locais perdem a força. É necessária uma espécie de reeducação do

⁸ Essa declaração foi dada em entrevista no dia 23 de junho de 2013, em Curitiba.

⁹ Essa declaração foi dada em entrevista no dia 23 de junho de 2013, em Curitiba.

público, que, por ter pouco acesso à cultura local – por falta de espaço mídia – acaba procurando materiais externos, ao invés de explorar a própria cultura primeiramente. Destinar mais atenção e seriedade a esses eventos trará mais credibilidade ao trabalho dos disseminadores da cultura. Que por sua vez, atrairá os cidadãos para conhecer a riqueza que sua cidade possui.

5. Considerações Finais

Por ser uma vertente dentro das produções jornalísticas, o jornalismo cultural tem várias funções a serem cumpridas. Além da responsabilidade social de dar ao leitor o necessário para que seu pensamento crítico seja baseado em sua própria concepção – aqui, numa visão geral da função do jornalismo -, por meio de pesquisas de seu próprio interesse, deve fornecer informações irrestritas, inclusive e principalmente de sua localidade, para que, inserido em seu próprio meio, possa escolher o evento cultural de seu interesse e que diga respeito às questões vividas por ele.

Devemos salientar que o jornalista, em exercício da função como um formador indireto de opinião, deve também aprofundar-se no tema para passar ao leitor sua opinião. Porém, deve fazê-lo com sabedoria. Segundo Camila Nobrega Rabello Alves, “De uma forma geral, as manifestações críticas foram minimizadas aos comentários feitos sobre um livro ou uma peça, com citações superficiais e simplificadas, a fim de atender uma massa heterogênea” (ALVES, 2007).

Nesse caso, o texto opinativo deve aplicar-se com cautela para dar ao leitor mais uma visão além da dele, e não induzi-lo a gostar ou não da produção, antes de vislumbrá-la, algumas vezes. Deve ter autonomia própria e não misturar a publicidade com o texto. A autora exemplifica a ideia:

O que isso nos mostra, em termos de prática de análise, é que precisa-se romper com o procedimento básico de isolar um objeto. A cultura deve ser entendida como um emaranhado de relações sociais que podem — e devem — fazer parte do debate cultural. Por conseguinte, a crítica também deve ter uma função ativa no ciclo de produções culturais. Ela deve abrir espaço para que a discussão seja ampliada e,

por fim, alimentar a produção cultural. Só assim ela pode se deslocar para uma esfera própria, separada da lógica publicitária que vigora atualmente e da fragmentação generalizada. (ALVES, 2007)

Como conclusão da pesquisa, entendemos que 11,9% ainda representa uma porcentagem muito reduzida para o espaço destinado às produções locais. Se o objetivo do jornalismo cultural é tornar-se esfera pública, os periódicos devem abordar mais as questões locais, tanto na forma de divulgação, quanto na forma de apresentar uma crítica construtiva do tema em questão.

Se há um caderno destinado para a cultura, e o jornal “Gazeta do Povo” é curitibano, não há motivos para não destinar uma porcentagem maior da editoria para isso. O cidadão curitibano deve inteirar-se mais na cultura de onde provém, e não na cultura externa. É importante ter um amplo conhecimento das diversas culturas espalhadas pelo mundo. Mas antes, é preciso conhecer e entender todos os elementos da sua própria. Desde o conhecimento pela pura curiosidade, à crítica que as produções culturais pretendem gerar no leitor.

Referências

ALVES, Camila Nobrega Rabello. **Jornalismo Cultural: a Função da Crítica na Sociedade Contemporânea**. Rio de Janeiro. 2007. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1299-2.pdf>. Acesso em: 16/06/2013.

DAMASCENO, Patrícia Lopes. **Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos**. 2013. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf>. Acesso em: 09/07/2013.

NOVENTA. GAZETA DO POVO. 2009. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/90anos/independencia/conteudo.phtml?id=851912&tit=Nove-nta-anos-de-historia>. Acesso em 14/06/2013.

SANTOS, José Luis dos. **O que é Cultura**. Curitiba: 1987.

SEGURA, Aylton; GOLIN, Cida; ALZAMORA, Geane. **O que é jornalismo cultural**. 2008. Disponível em http://www.ufrgs.br/lead/producao_pesquisa/6.Segura_golin_alzamora.pdf. Acesso em 16/06/2013.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: 2005

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume II. A Tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: 2005.

ARTHUR, Daniel Perez - entrevista pessoal às autoras do trabalho, realizada em Curitiba, no dia 22 de junho de 2013.

SOUL, Saulo - entrevista pessoal às autoras do trabalho, realizada em Curitiba, no dia 22 de junho de 2013.

SOUZA, Guilherme Luiz - entrevista pessoal às autoras do trabalho, realizada em Curitiba, no dia 23 de junho de 2013.

VENÂNCIO, Raissa - entrevista pessoal às autoras do trabalho, realizada em Curitiba, no dia 23 de junho de 2013.