

**MÍDIA E CULTURA REGIONAL
NAS PESQUISAS EM
JORNALISMO: Um retrato da
tematização e análise do
agendamento cultural nos
estudos realizados na UEPG
entre 2010 e 2015**

MEDIA AND REGIONAL CULTURE IN
RESEARCH IN JOURNALISM: A
representation of the thematization
and analysis of cultural scheduling in
studies conducted at UEPG between
2010 and 2015

MEDIA Y CULTURA REGIONAL EN LA
INVESTIGACIÓN EN PERIODISMO: EL
retrato de la tematización y el análisis
de la cultura de la planificación en los
estudios investigados en la UEPG entre
2010 y 2015

Sérgio Luiz Gadini^{1, 2}

RESUMO

A integração da pesquisa e extensão ao ensino de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa marca uma história recente no curso de graduação e no Programa de Pós-Graduação na instituição. A partir de 2004, docentes e estudantes da UEPG passam a desenvolver estudos, integrando os eixos conceituais mídia/cultura/cidadania. Em parceria com movimentos e grupos sociais da região, foram realizadas atividades extensionistas e de investigação, impulsionando também a produção de textos acadêmicos (artigos e ensaios) publicados ou apresentados em eventos da área em nível regional ou nacional. O levantamento dos textos sistematizados entre 2010 e 2015, aqui apresentado,

¹ Pós-doutorando pela Universidad Complutense (Espanha), Doutor em Comunicação, jornalista, professor da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), e-m: slgadini@uepg.br.

² Endereço de contato do autor (por correio): Mestrado em Jornalismo UEPG. Campus Central - Praça Santos Andrade, nº 1. CEP 84.010-790 - Ponta Grossa/Paraná - Brasil.

revela as perspectivas interdisciplinares e integradoras da extensão e pesquisa ao ensino profissional em Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Produções acadêmicas; Cultura; Jornalismo cultural; Folkcomunicação; Mídia regional.

ABSTRACT

The integration of the research and extension to the teaching of Journalism of the State University of Ponta Grossa marks a recent history in the undergraduate course and in the Postgraduate Program in the institution. From 2004, UEPG teachers and students start to develop studies, integrating the conceptual axes media/culture / citizenship. In partnership with social movements and groups in the region, extension and research activities were carried out, as well as the production of academic texts (articles and essays) published or presented at regional or national level events. The survey of systematized texts between 2010 and 2015, presented here, reveals the interdisciplinary and integrative perspectives of extension and research to professional teaching in Journalism.

KEYWORDS: Academic productions; Culture; Cultural journalism; Folkcommunication; Regional media.

RESUMEN

La integración de la investigación y extensión a la enseñanza de Periodismo de la Universidad Estatal de Ponta Grossa marca una historia reciente en el curso de graduación y en el Programa de Postgrado en la institución. A partir de 2004, docentes y estudiantes de la UEPG pasan a desarrollar estudios, integrando los ejes conceptuales medios / cultura / ciudadanía. En asociación con movimientos y grupos sociales de la región, se realizaron actividades extensionistas y de investigación, impulsando también la producción de textos académicos (artículos y ensayos) publicados o presentados en eventos del área a nivel regional o nacional. El levantamiento de los textos sistematizados entre 2010 y



revista Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 5, Agosto. 2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p413>

2015, aquí presentado, revela las perspectivas interdisciplinarias e integradoras de la extensión e investigación a la enseñanza profesional en Periodismo.

PALABRAS CLAVE: Producciones académicas; Cultura; Periodismo cultural; Folkcomunicación; Medios regionales.

Recebido em: 30.11.2017. Aceito em: 02.03.2018. Publicado em: 01.08.2018.

Introdução

A midiaticização da cultura e, de um modo geral, dos diversos campos sociais, forjou, com mais ênfase, a partir da década de 1990, um desafio a mais para todas atividades profissionais que operam a partir da comunicação e, ao mesmo tempo, de funções que dependem da 'oni-presença' informativa nos espaços de mídia. Falar em jornalismo cultural ou em política pública de cultura pressupõe trabalhar com estratégias de articulação de mídia. Esta é uma das marcas crescentes das sociedades complexas, que giram em torno da informação. É o marco da sociedade informacional ou da mídia. Em outros termos, o que alguns autores denominam de cultura da mídia (Kellner, 1999).

Equivale reconhecer que a formação profissional nos cursos de Jornalismo já não é possível sem a compreensão de que políticas públicas no campo cultural interessam e afetam diretamente as atividades dos profissionais da mídia. O mesmo vale para publicidade, cinema, comunicação organizacional, dentre outras funções que não operam mais distanciadas da centralidade informacional, seja como produto, estratégia e meta nos mais diversos suportes e técnicas de intervenção.

É nesta conexão crescente que os campos sociais interagem e se legitimam como espaços e iniciativas de produção, circulação e consumo de mídia. Os cursos de Jornalismo, neste aspecto, parecem retomar uma das funções que, no Brasil dos anos 1970 a 80, possibilitou a formação de jovens profissionais em clima de debate, lutas sociais, cobrança por liberdade de expressão e criatividade contra os últimos anos do regime militar, seja música, teatro, literatura (zine, poesia) ou periódicos como espaço de manifestação cidadã.

A emergência das redes digitais com a comercialização da internet, a partir do final de 1994, redimensionou as práticas de produção e recolocou na ordem do dia a necessidade de integrar ações e parcerias na medida em que os diversos setores do campo cultural já não operam isoladamente, mas em sinergia e sintonia com as diversas práticas profissionais de mídia. Em níveis locais/regionais ou nacionais/globais, o debate em torno de lutas por políticas públicas integra a defesa de banda larga e condições para inclusão digital como estratégia de acesso ao exercício da cidadania. Aos (atuais e futuros) profissionais da mídia já não bastaria ter conhecimento da existência de políticas públicas em cultura, mas fundamentalmente compreender (para informar) os impactos e desdobramentos concretos de tais diretrizes na vida cotidiana das pessoas.

Como a cultura marca e atravessa o ensino profissional em Jornalismo no Brasil de 2017? Em que aspectos a ênfase na perspectiva cultural da cidadania integra o cotidiano da pesquisa, ensino e extensão na Universidade? Estas são as duas questões que orientam o presente artigo, tomando por base um levantamento das produções textuais realizadas entre 2010 e 2015, junto aos cursos (de graduação e mestrado) de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

Entre 2010 e 2015, foram produzidos no curso de Jornalismo da UEPG, incluindo professores e estudantes (de graduação e mestrado), 46 textos, como resultado de estudos e investigações envolvendo o eixo mídia/cultura/cidadania. Tais produções, desenvolvidas por meio de pesquisa, extensão e ensino sobre jornalismo cultural, revelam aspectos de observações de manifestações e identidades culturais. Para analisar os textos das investigações realizadas no período, na maioria dos casos, os estudantes faziam leituras e debates conceituais sobre jornalismo cultural brasileiro, buscando

compreender as variáveis e funcionalidades dos diversos segmentos que envolvem as produções em mídia e cultura no País e, em alguns, também do exterior.

E qual o conceito de cultura de que se fala, a partir do presente ensaio? Ainda em perspectiva ampla, considera-se como cultura as marcas, expressões, comportamentos e práticas sociais que se traduzem em modos ver, viver e construir a vida social. Nada, pois, aí, seria isolado ou resultante de qualquer genialidade sobre-humana. Embora os processos de crescente concentração urbana tendem a remeter, no caso brasileiro, aos espaços sociais instituídos majoritariamente a partir do início do século XIX, tem-se presente que as adaptações aos processos migratórios e de deslocamento humano fazem parte das práticas e modos de vida forjados pelos grupos que, hoje, representam a pluralidade e mosaico cultural de que se fala quando se remete ao 'universo' social brasileiro na segunda década do século XXI. Um grupo social se organiza, portanto, em uma dimensão simbólica e também material (GOMES, 2009, p. 04). O jornalismo cultural materializa, assim, bens simbólicos que circulam na vida social e fazem parte da vida das pessoas.

Compreende-se por Jornalismo Cultural os mais variados produtos e discursos midiáticos orientados pelas características editoriais do jornalismo (tais como atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, singularidade, pluralidade, além das referidas marcas estruturais de apresentação, como clareza, dinâmica, etc) que, ao abordar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem, e projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e é consumido (GADINI, 2009, p.81)

Deste modo, ao escolher determinados assuntos para cobrir ou discutir, um produto ou profissional traz ao cenário social escolhas que passam a integrar a agenda e ofertas de informação, seja como evento, problema ou

sugestão de consumo e hábito cultural. É a lógica da agenda, conforme trabalha Maxwell McCombs (2009), ao sistematizar a teoria do agendamento e formação da opinião pública na vida social.

Metodologia de análise dos textos em Jornalismo

Os textos aqui analisados foram apresentados em eventos diversos e, pois, estão disponíveis nos anais do *Encontro de Iniciação Científica* (EAIC), bem como no evento *Conversando sobre Extensão* na UEPG (Conex), *Seminário de Inverno*, *Congresso Intercom* (Sul e Nacional), *Encontro Paranaense de Pesquisa em Jornalismo* e alguns trabalhos foram publicados em edições da *Revista Internacional de Folkcomunicação*. Após a coleta, os textos foram agrupados de acordo com a tabela de classificação e análise, considerando as categorias previamente definidas para sistematizar os dados, tais como tema, projeto associado, ano de elaboração, autores, palavras-chave, vínculo de pesquisa, nível de ensino (graduação ou pós-graduação) e eventos. Tais categorias foram definidas em sintonia com leituras e a compreensão de conceitos da área, envolvendo variações de gênero, teorias e abordagens autorais sobre mídia, cultura e cidadania, eixos que atravessam o presente ensaio, mas que derivam de caracterizações dos variados projetos em que tais textos foram produzidos na Universidade, em geral, dialogando com organizações e movimentos sociais da área na região dos Campos Gerais do Paraná.

Na perspectiva metodológica, o estudo foi organizado, visando apresentar um retrato com elementos quantitativos e qualitativos das produções realizadas em Jornalismo no período considerado (2010-15). E a orientação da análise considerou estudos já realizados para coleta e análise em

Folkcomunicação, conforme apresentados por Gadini e Woitowicz (2007), sistematizados a partir conceitos propostos por Luiz Beltrão (1971, 1980).

Oportuno situar que a emergência de investigações em jornalismo, cultura e cidadania na UEPG foram desenvolvidos desde o início de 2004, através de grupos de pesquisa, projetos de extensão e ampliados em 2007 com a oferta da primeira turma de pós-graduação (latu sensu) em 'Mídia, Política e Atores Sociais', em sintonia com a criação do Projeto extensionista 'Cultura Plural' (2011)³. Em 2008, o lançamento do 'Portal Comunitário'⁴ amplia laços de diálogo social na medida em que os estudantes produzem e veiculam materiais sobre movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos, como espaço de produção laboratorial em Jornalismo. A partir de 2012, com a aprovação do Programa de Mestrado em Jornalismo, a linha de pesquisa Processos Jornalísticos e Práticas Sociais agrega as práticas e ações já em andamento na Universidade. E a proposição da Linha que integra o PPGJor – que se estrutura na concentração de estudos em “processos jornalísticos” – resume as ações integradas já em desenvolvimento na ocasião: “(a LP) envolve estudos e reflexões conceituais em torno das relações do jornalismo com outras práticas e representações, como cultura e política, e os respectivos impactos nas mediações sociais e debates públicos”.

E, assim, as investigações da referida LP “tematizam as interfaces do jornalismo no tocante às disputas eleitorais, manifestações culturais, gênero,

³ Disponível em: www.culturaplural.com.br

⁴ Disponível em: www.portalcomunitario.jor.br

políticas públicas, práticas de cidadania e articulações com formatos discursivos de grupos e movimentos sociais”⁵.

Dos 46 textos sistematizados e apresentados por professores e estudantes (de graduação ou pós-graduação) de Jornalismo da UEPG que giram ou dialogam com o eixo conceitual jornalismo cultural e folkcomunicação revelam o seguinte registro em números: 2 textos em 2010, 12 em 2011, 11 em 2012, 9 em 2013, 5 em 2014 e 6 em 2015 (Tabela 01).

Tabela 01 - **Eventos com trabalhos sobre Jornalismo Cultural & Folkcom**

Evento	Nº trabalho	Formato
Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação	21	Texto completo
Enc. Anual Iniciação Científica (EAIC)	15	Resumo expandido
Enc. Paranaense de Pesquisa em Jornalismo	8	Texto completo
Enc. História da Mídia (Alcar regional ou nacional)	3	Texto completo
Conversando sobre Extensão (Conex)	1	Resumo expandido
Outros (Mídia Cidadã/FNPJ)	2	Texto completo

Fonte: Gadini e Oliveira, 2016.

Na coleta dos dados, vale considerar que o total de trabalhos supera os 46 registros, pois, em alguns casos, o mesmo texto foi apresentado em dois eventos com versões pouco diferentes, considerando que algumas pesquisas incluem no relatório apresentação em eventos cadastrados como condição de trabalho. Este é o caso do Encontro Anual de Iniciação Científica (EAIC), em que todo/as bolsistas de iniciação à pesquisa devem apresentar um resumo

⁵ Em seu primeiro quadriênio avaliativo (2013-2016), o PPG Jornalismo mantém os seguintes grupos de investigação, vinculados às duas linhas de pesquisa: *Lógicas de Produção e Consumo no Jornalismo*; *Jornalismo, conhecimento e profissionalização*; *Jornalismo e política: representações e atores sociais*; *Jornalismo e Gênero*; *Jornalismo Cultural e Folkcomunicação*; *Mídias Digitais*. As ementas dos grupos estão disponíveis em: <http://pitangui.uepg.br/propesp/ppgjor/grupos.php>

expandido na pesquisa. E, pois, a versão completa de tais estudos (em geral, atendendo orientações padronizadas, como o tamanho entre 10 e 15 páginas) também foram apresentados em eventos regionais, que integram calendário acadêmico da Universidade, tais como o *Seminário de Inverno* ou o *Encontro Paranaense de Pesquisa em Jornalismo*. Mas, ao mesmo tempo, há que se considerar que alguns textos não entraram na amostra e coleta, pois foram apresentados em eventos que não editaram anais (em versão digital ou postagem na web).

Os dados da coleta da amostra revelam que 28 dos 46 trabalhos produzidos e apresentados foram feitos a partir de projetos de iniciação científica na UEPG, seja como PIBIC (programa universal CNPq), BIC (Programa de Bolsas para cotistas) ou PROVIC (pesquisa com estudante voluntário e sem bolsa). Os outros trabalhos foram realizados dentro ou em sintonia com atividades em andamento, seja como extensão, pesquisa ou ação pontual em nível de graduação ou pós, sempre envolvendo docentes e estudantes.

E, ainda, alguns dos textos resultaram de chamadas ou atividades em rede, entre estudantes e professores, de variadas instituições, a partir de organizações, eventos ou iniciativas de investigação em níveis regional ou nacional. Oportuno lembrar que a presença de ao menos um pesquisador na assinatura dos trabalhos está diretamente associada ao fato e exigência de que as atividades de PIBIC, por exemplo, são habitualmente propostas e coordenadas por docentes da instituição, que partilham de tais produções.

No que respeito a temas pontuais, alguns eixos conceituais se revelam mais evidentes ou frequentes, como estudos que consideram a teoria da agenda ou o agendamento (MCCombs, 2009) de produções culturais em espaços e

produtos de mídia, bem como retratos de iniciativas em jornalismo cultural na região. Na tabela 2 está um retrato dos textos científicos sistematizados por estudantes e docentes da UEPG no período da coleta e análise (2010 a 2015). O destaque abaixo remete ao ano de 2011, quando foram realizadas diversas produções com análise de produtos e manifestações culturais.

Tabela 02 - **Estudos e pesquisas realizadas em 2011**

Tema	Autores	Palavras-chave
Cultura Junina em supermercados: marcas folkcomunicacionais nos discursos publicitários de São João	Isadora Ortiz de Camargo; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	Festas Juninas; encartes publicitários de supermercado; Folkcomunicação; Festas de São João.
Cultura Plural: um espaço de visibilidade dos grupos culturais populares na região dos Campos Gerais do Paraná	Karina Janz Woitowicz (orientação); Wesley Dalcol Leite; Ana Paula Schreider; Caroline Belini Telles	Cultura popular; jornalismo cultural; projeto de extensão.
Expressões culturais em forma de camiseta Uma perspectiva folkcomunicacional no vestuário regionalizado e identitário	Gisele Barão da Silva; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	Cultura de vestuário; Arte de camisetas; Expressões folkcom
Folkcomunicação e Grupo Étnico: A Pêssanka na Região dos Campos Gerais no Paraná	Wesley Dalcol Leite; Giovana Montes Celinski; Karina Janz Woitowicz (orientação)	Artesanato; cultura popular; etnia ucraniana
Identidade cultural no artesanato de bonecas: Marcas folkcomunicacionais nas representações femininas	Karina Janz Woitowicz (orientação); Ana Carolina Miola;	Artesanato; bonecas; identidade cultural; folkcomunicação
Um olhar folkcomunicacional sobre o artesanato nos Campos Gerais do Paraná: cultura popular e identidade regional	Eduardo José Godoy; Karina Janz Woitowicz (orientação)	Artesanato; cultura regional; folkcomunicação; arte popular; identidade

Fonte: Gadini e Oliveira, 2016

Os dados da tabela 2 ajudam a compreender algumas iniciativas culturais na cidade (Ponta Grossa) e região que envolvem diversas práticas e expressões que circulam no campo cultural, tais como artesanato e festas juninas, além de produtos midiáticos. Naturalmente, nem todos os temas e assuntos que atravessam o campo cultural, no referido tempo da amostra e análise, resultaram em estudos, pois as escolhas também decorrem de percepções, interesses e motivações de autores e autoras, em geral sintonizados com trabalhos em andamento na área e nos respectivos grupos de investigação.

Ao discutir as produções culturais em jornalismo, Cunha e Teixeira (2007) lançam mão do conceito que traduz uma espécie de “lógica do iceberg”, que, em tese, orienta o jornalismo cultural no País e, talvez, no mundo contemporâneo, ainda que em terras nacionais se mantenha determinadas especificidades e marcas (GADINI, 2009). Paralelo à tendência de espetacularização, as produções culturais que registram mais apelo midiático tendem a ganhar mais visibilidade e projeção informativa. É a ‘lógica’ da indústria, que opera e negocia a cultura também como mercadoria! E, pois, destacam Cunha e Teixeira (2007), as pessoas tendem a consumir ou ter acesso ao que também já passou pelo ‘crivo’ editorial de escolhas da indústria integrada da mídia.

De acordo com a coleta de informações dos textos produzidos na UEPG, diversas reflexões sistematizadas como trabalhos acadêmicos analisam expressões regionais presentes nos Campos Gerais ou em nível estadual (Paraná). É o que mostra a tabela 3.

Tabela 03 - **Estudos (analíticos) realizados mídia em Ponta Grossa e no PR**

Temas	Autores	Ano	Palavras-chave
Festas populares na agenda da mídia: aspectos da tematização da cultura popular no jornalismo impresso de Ponta Grossa/PR	André Packer dos Santos; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	2013	Festas populares, folkcomunicação, cultura popular
A temática dos cadernos online de cultura: apontamentos sobre a universalização da cultura	Eduardo José Godoy; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2012	Jornalismo cultural, Folkcomunicação, Jornalismo online
Sabores populares na mídia: uma análise folkcomunicacional da gastronomia no jornalismo impresso de Ponta Grossa/PR	Gisele Barão da Silva; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2011	Folkcomunicação, gastronomia, cultura popular
Jornalismo Cultural e Folkcomunicação: A Presença do Elemento Religiosidade no Site Cultura Plural	Jéssica dos Santos Natal (1); Vitor Cassiano Carvalho; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2015	Jornalismo cultural; folkcomunicação; webjornalismo; cultura popular; religiosidade.
Jornalismo e folkcomunicação: a presença de festas populares nos jornais dos Campos Gerais	Jéssica dos Santos Natal; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	2013	Jornalismo, folkcomunicação, festas populares
As festas populares no filtro da informação: Estudo sobre a presença da cultura popular no webjornalismo paranaense	Keren do Prado Bonfim; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2013	Produção jornalística; agendamento midiático; cultura popular; folkcomunicação; festas populares;
Sabores populares na mídia: uma análise folkcomunicacional da gastronomia no jornalismo impresso paranaense	Kevin Willian Kossar Furtado; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2011	Folkcomunicação, gastronomia, agendamento midiático; jornalismo impresso.
A folkcomunicação nas manifestações populares dos Campos Gerais sob o olhar do telejornalismo em Ponta Grossa	Nábila Fernanda Galvão; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	2013	Cultura popular; folkcomunicação; telejornalismo
Sabores populares na mídia: uma análise folkcomunicacional da gastronomia no jornalismo	Yana Marielle Xavier Fortuna; Karina Janz Woitowicz (orientação)	2011	Folkcomunicação, telejornalismo, gastronomia

televisivo			
A tematização da cultura popular na web: análise da produção jornalística no site Cultura Plural	Jéssica dos Santos Natal; Karina Janz Woitowicz (orientação); Vitor Cassiano de Carvalho	2015	Jornalismo Cultural; Cultura Plural; Jornalismo Online
Jornalismo cultural e folkcomunicação: A experiência do site jornalístico Cultura Plural na visibilidade das manifestações populares nos Campos Gerais do Paraná	Karina Janz Woitowicz (orientação); André Lopes da Silva; André Packer dos Santos; Andressa Paola Elesbão; Gustavo Dornelles	2012	Produção jornalística; cultura popular; jornalismo cultural; folkcomunicação.
Jornalismo cultural em mídias digitais: a cultura popular no site jornalístico Cultura Plural	Karina Janz Woitowicz (orientação); Kevin Willian Kossar Furtado; Sérgio Luiz Gadini (orientação)	2013	produção jornalística; cultura popular; jornalismo cultural; webjornalismo

Fonte: Gadini e Oliveira, 2016.

Pelos dados do levantamento, sistematizados nas três tabelas, de um modo geral, os trabalhos indicam uma relativa sintonia e continuidade de investigações que se limitam a um plano anual ou semestral de trabalho, pois integram projetos e iniciativas planejadas por dois, três ou até quatro anos, como são os casos de estudos com mestrados participantes e professores com projetos de médio prazo. Existe, ainda, como revela o levantamento, trabalhos resultantes de agendas 'nacionais' de investigação, elaborados por grupos ou associações – como é o caso da *Rede Folkcom de Pesquisa*, *GP Folkcom da Intercom*, *Cátedra Unesco de Comunicação*, além de chamadas para a edição semestral da *Revista Internacional de Folkcomunicação*, que é publicada em parceria com a *Agência de Jornalismo UEPG* e o *Programa de Pós-Graduação (mestrado) em Jornalismo* da UEPG.

Tais iniciativas, por vezes, sugerem estudos dirigidos com amostragens de abrangência nacional a partir de recortes com representação regional. E, assim, considerando que docentes do *Grupo de Pesquisa JC&F* também

participam da Folkcom, tais convites se tornam estudos e, em seguida, textos apresentados ou publicados em periódicos da área. Este é o caso ilustrativo do estudo sobre “sabores populares”, que analisou uma série de produtos editoriais na mídia regional (Campos Gerais do Paraná), em sintonia com a Rede Folkcom.

Alguns dos trabalhos são resultados de parcerias com projetos e iniciativas de investigação em rede, em que membros do Grupo (JC&F) são convidados a participar. Dentre tais ações pode-se destacar ações com os programas e projetos de extensão *Cultural Plural*, *Agência de Jornalismo* e *Lente Quente*, todos institucionais na UEPG, além de atividades pontuais, que por vezes também resultam em textos sistematizados, que são submetidos para apreciação e aceitos para apresentar em eventos científicos da área. Apenas como registro, vale lembrar que alguns dos trabalhos desenvolvidos no referido período (2010-15) obtiveram prêmios em eventos, como é o caso do Prêmio Folkcom, conquistado por três dos textos entre o total da coleta da amostra (conforme tabela 2).

Oportuno situar que entre os estudos mapeados encontram-se 10 trabalhos com análises em produção de jornalismo cultural na internet. E destes apenas três tratam de produtos comerciais, que não estão diretamente associados ao curso de Jornalismo da UEPG: “a temática dos cadernos online de cultura: apontamentos sobre a universalização da cultura”, em 2012; “as festas populares no filtro da informação: estudo sobre a presença da cultura popular no webjornalismo paranaense”, em 2013; e “a cultura popular no espaço cultural dos webjornais do Sul do Brasil”, também em 2013. Tais escolhas, contudo, revelam motivações, interesses ou mesmo provocações em redes de autores e autoras envolvidas nas respectivas investigações.

Considerações finais

Se considerar 46 trabalhos em cinco anos, tem-se uma média de nove textos produzidos, que indica cerca de dois textos por professor ao ano (pesquisadores em atividade no *Grupo Jornalismo Cultural e Folkcomunicação*), em coautoria com estudantes e resultantes de investigações integradas e contínuas, em alguns casos apoiadas em projetos de iniciação científica com bolsistas (PIBIC) e em outros casos por motivação e interesse voluntário, sempre em diálogo com diretrizes e orientações do grupo de trabalho. Tais produções implicam e asseguram projeção e visibilidade às investigações desenvolvidas na instituição, na medida em que são apresentadas em eventos científicos e também ficam registradas em anais disponíveis em rede ou publicados em versão digital.

Em geral, vale lembrar, ainda, que tais produções textuais resultam de pesquisas voltadas ao jornalismo cultural na internet. Pelos dados, cerca de 70% dos trabalhos estão associados aos espaços e produções digitais desenvolvidas – seja como ensino, pesquisa ou extensão – nos cursos (graduação ou mestrado) de Jornalismo da UEPG. Outro aspecto que o levantamento revela é que vários estudos abordam temas habitualmente desconsiderados pela mídia comercial na região ou estado e, pois, tem-se aqui também uma contribuição da Universidade Pública, na medida em que é preciso pautar, estudar e compreender fenômenos culturais – de expressões populares e manifestações alternativas que integram circuitos rotineiros de espaços convencionais. Este é o caso de mais de 40% dos estudos e pesquisas acadêmicas desenvolvidas em cultura na UEPG.

Ao longo deste período, diversos estudos foram realizados sobre produções regionais em mídia e cultura, seja com foco e ênfase locais ou de abrangência estadual. Em artigo sobre mídia regional, Schoenherr e Gadini

(2016) discutem as produções jornalísticas no Paraná a partir de estratégias metodológicas de estudo. Com base em 11 casos de produção de mídia regional impressa paranaense, a referida análise sugere quatro eixos conceituais para nortear estudos jornalísticos, considerando a regionalidade pelas características de circulação, base de influência territorial, temas pautados pelos veículos e modo de produção editorial. Sugere-se, na proposta sistematizada, um “cruzamento da percepção à localização dos produtos em relação aos capitais econômicos e culturais como apreensão, tensionamentos globais, regionais e locais no jornalismo” (2016; p. 1). O referido texto tomou por base dois levantamentos empíricos de produções jornalísticas realizados em 2011 pelos estudantes da disciplina de Realidade Regional em Comunicação, no terceiro ano do curso de Jornalismo da UEPG, sob orientação de Sérgio Gadini e, pelos levantamentos realizados pelos estudantes de Realidade Regional em Comunicação, entre março e junho de 2013, sob orientação do professor Rafael Schoenherr.

Entre as tarefas de se pensar – entender e interagir – com experiências de produções regionais de mídia está o desafio de se reinventar mecanismos de diálogo com setores sociais onde os cursos universitários se situam e, ao mesmo tempo, vislumbrar espaços de atuação possíveis aos futuros profissionais, tensionando eventuais aproximações de expressões culturais regionais com as tendências (neo)globalizantes ampliadas em tempos de redes sociais digitais. Afinal, a existência de problemas locais, seja em termos de gestão, ausência de políticas públicas, expressões culturais e exercício da cidadania pouco – ou, praticamente, nada – reduziram desde as ondas propagadas da emergência global dos anos 1990 em uma quase coincidente sintonia com a comercialização do serviço de internet a partir do final de 1994 no Brasil. E, pois, imprescindível que algumas preocupações na formação

universitária voltem-se ou ao menos mantenham vínculos com as respectivas realidades regionais de produção midiática. Muito embora, como se sabe, as marcas regionais de mídia e cultura não estão isoladas das tendências e hibridizações universais – em uma espécie de transversalidades da mundialização, como sugere Ortiz (1999, p. 63) – via circulação informacional, influências constantes ou mesmo dos fenômenos de moda circular (LIPOVETSKY, 1987).

Os estudos organizados em torno do eixo mídia-cultura-cidadania situa-se em perspectivas que não se limitam a leituras para aulas conceituais em determinadas disciplinas do curso de Jornalismo. A conexão ensino-pesquisa-extensão, neste caso, registra uma dinâmica operacional e matriz que atravessa variadas práticas do cotidiano do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Cultural, passa por projetos de iniciação científica, dialoga com o projeto extensionista *Cultura Plural*, ao mesmo tempo em que desafia estudantes e docentes a manter contato com atores reais dos setores culturais de PG e demais cidades dos Campos Gerais do Paraná.

Oportuno destacar que o voltar-se às produções regionais, ao contrário de qualquer hipótese de um 'jornalismo de menor relevância' ou importância, atualiza dilemas atuais em tempos de crise de legitimidade dos modelos convencionais de mídia, seja em níveis regionais, nacional ou global (SCHOENHERR; GADINI, 2016, p. 54). Mais que práticas editoriais e hábitos de consumo, é preciso compreender de que modos de produção e expressão culturais se fala em mídia regional. Os dados dos levantamentos realizados em diversos momentos – como os estudos já citados por Gadini (2011) e Schoenherr (2013) – confirmam a existência de modelos variados, práticas diferenciadas, com marcas comunitárias, vínculos com referências identitárias de grupos sociais, além de hábitos de consumo que não se limitam às

convencionais categorizações por suporte técnico (impresso, áudio, visual, analógicos ou digitais). E tais variações também integram os mosaicos das complexidades culturais que instituem as pluralidades regionais em mídia, cultura, memória e cidadania.

Os textos produzidos – seja com objetivo de sistematizar reflexões conceituais, relatar experiências diversas ou organizações documentos como demandas inerentes aos diversos projetos em andamento – captam e revelam momentos de algumas preocupações presentes no Curso de Jornalismo da UEPG. Mudanças ou mesmo atualizações de tais indicadores, possivelmente, devem apontar desdobramentos e outras variáveis, inclusive porque desde 2015 está em andamento um projeto pedagógico já norteado pelas diretrizes nacionais curriculares em Jornalismo, conforme determinação do Ministério da Educação da República Federativa do Brasil. E, da mesma forma, outros projetos em desenvolvimento, envolvendo graduação e pós-graduação, registram movimentos indicados pelas próprias demandas de estudantes do Mestrado em Jornalismo da UEPG, que passou a funcionar em março de 2013. Tais possibilidades, contudo, já são temas e objetos para outras futuras reflexões. E, talvez, ensaios sobre a conexão mídia-cultura-cidadania!

Referências

ALZAMORA, Geane Carvalho. “Jornalimos na internet: paradigmas emergentes de informações culturais”. **Revista LIS** – Letra Imagen Sonido, ano 3-4, n. 6-7, jul. 2010/jun. 2011. Disponível em: http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2014/01/13_LIS6-7_Jornalimos-na-internet_GCA.pdf

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

CUNHA, Leonardo; TEIXEIRA, Nísio. "Jornalismo Cultural e a Lógica do Iceberg". **Revista Mediação: Comunicações e Artes**. Belo Horizonte: Fumec/FCH, ano 7, nº 6, 2007. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/261/258>

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paullus, 2009.

GADINI, Sérgio Luiz (org.). **Mapeamento da mídia paranaense** (Diálogos de Mídia Regional). CD. Ponta Grossa: Agência de Jornalismo UEPG, 2011.

GADINI, S. L. e OLIVEIRA, N. "Inventário das produções (científicas e acadêmicas) em mídia e cultura no Curso de Jornalismo da UEPG". Trabalho apresentado no **XXV Encontro Anual de Iniciação Científica (EAIC)**. Ponta Grossa: UEPG, Outubro de 2016. Disponível em <http://www.eaic.uepg.br>. Acesso em 30/10/2017.

GOMES, Fábio. **Jornalismo cultural**. Brasileirinho Produções, 2009. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>. Acesso em 10/06/2014.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 1999.

LIMA, Venício A. de. "Sobre os jornalões: onde circulam, quem os lê?" In: **Observatório da Imprensa**. Acesso em 02/10/09. Disponível em: www.observatoriodaimprensa.com.br

LIPOVESTSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Cia Letras, 1987.

MC COMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MELO, José Marques de. "Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global". In: **Razón y Palabra**. Ciudad do Mexico, 2005. Disponível em http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/magis/Marques_demelo2.pdf Acesso em 06/01/2014.

MELO, José Marques de. Uma estratégia das classes subalternas. In: **Folkcomunicação: a mídia dos excluídos**. Cadernos de Comunicação, Série Estudos, v. 17. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2007.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

ORTIZ, Renato. "Um outro território". In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ/Universidade Federal do Sergipe, 1999.

SCHOENHERR, Rafael et all. "Periódicos literários: Jornalismo Cultural e Alternativo no Paraná". Trabalho apresentado no **V Encontro Regional Sul de História da Mídia** (ALCAR SUL 2014), realizado em Florianópolis, em maio de 2014. Disponível em <http://alcarsul2014.sites.ufsc.br/wp-content/uploads/2014/10/GTMidiaAlternativa Rafael Andre Karina.pdf>

SCHOENHERR, R. e GADINI, S. L. "Estratégias regionais de produção jornalística: uma proposta ao estudo de casos de mídia impressa no Paraná". In: Revista EPTIC, Vol. 18, N. 3. Aracaju: UFS, 2016. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/5802> Acesso em 30/10/2017.

SELIGMAN, Laura. "A pauta local: a transformação do conteúdo dos jornais regionais catarinenses em três décadas". **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2011.

SIRENA, Mariana Silva. Agenda-setting e contra agendamento: possíveis abordagens para o estudo do jornalismo cultural. **Contempo**, São Paulo, v.5, n.2, p. 1-11, 2013. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/view/8550>

WOITOWICZ, Karina Janz. A cultura popular na agenda midiática: Aspectos da produção jornalística no espaço cultural dos webjornais paranaenses. **Comunicação, Cultura e Sociedade**, ano 1, n. 1, jun./dez./2012. Disponível em: http://www.aia.unemat.br/revistaculturasociedade/arquivos/artigo_Karina_e_ditorado.pdf