

O Expresso e o INFOtenimento, o jornalismo que informa e entretém

Laene Mucci Daniel¹, Fernanda Miquilino Lopes²

Resumo: *O objetivo deste artigo é apresentar o projeto de extensão Comunicação em movimento. O Expresso: o jornal-cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. A publicação é voltada para as pessoas que andam de ônibus em Viçosa, tem formato de cartaz e é fixado no interior do veículo. Aqui contaremos como o jornal surgiu, o que já foi feito até hoje e alguns planos para o futuro do projeto. Além de produzir uma reflexão sobre como o INFOtenimento se reflete n'O Expresso.*

Palavras-chave: *Biologia celular e molecular, enfermeiro, estudos sócio-antropológicos, população brasileira, qualidade de vida. INFOtenimento, jornal-mural, projeto de extensão.*

Área Temática: *Comunicação e educação.*

O Expresso and infotainment, journalism that informs and entertains

Abstract: *The objective of this paper is to present the extension project communication on the move. O Expresso: the users of public transportation of Viçosa, Department of Social Communication of the Universidade Federal de Viçosa-newspaper poster. The publication is geared for people who ride buses in Viçosa, has poster format and is fixed inside the vehicle. Here we will tell how the newspaper came, what has been done so far and some plans for the future of the project. Besides producing a reflection on how the infotainment reflected Expresso.*

Keywords: *Wall Newspaper, extension project, infotainment.*

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social - Universidade Federal de Viçosa. laenemucci@gmail.com

² Estudante de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo - Universidade Federal de Viçosa. fernanda.miquilino@hotmail.com

O Expresso y información y entretenimiento, el periodismo que informa y entretiene

Resumen: *El objetivo de este trabajo es presentar el proyecto de extensión de la comunicación em movimento. O Expresso: los usuarios del transporte público de Viçosa, Departamento de Comunicación Social de la Universidade Federal de Viçosa cartel-periódico. La publicación está dirigida a las personas que viajan en los autobuses en Viçosa, tiene formato póster y se fija en el interior del vehículo. Aquí vamos a decir cómo llegó el periódico, lo que se ha hecho hasta ahora y algunos planes para el futuro del proyecto. Además de producir una reflexión sobre cómo la información y entretenimiento refleja Expresso.*

Palabras clave: *Infotainment, periódico mural, proyecto de extensión.*

Introdução

O projeto de extensão Comunicação em movimento. O Expresso: o jornal-cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa surgiu em 2011, produzido por discentes e docentes do curso de Comunicação/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, com o objetivo de disponibilizar um jornal mensal voltado para os usuários de ônibus urbano, muitos deles, moradores de bairros periféricos, carentes de informação. O Expresso se diferencia dos três jornais impressos feitos em Viçosa. Além de ser disponibilizado gratuitamente, é feito para e com o usuário de ônibus, que é convidado, o tempo todo, a participar. Permanentemente, os alunos do projeto têm contato com quem anda de ônibus na cidade, para saber sua opinião, ouvir sua história, reportar sua vida. Dentro da abrangente área da Informação, O Expresso cumpre as funções jornalísticas de educação e entretenimento (AMARAL, 2001).

Ganhador de prêmios no Congresso de Comunicação da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) como melhor jornal mural, O Expresso pode ser considerado uma forma alternativa de comunicação, desde a escolha do seu público-alvo (usuários de ônibus urbanos) até o seu formato (em forma de cartaz) e distribuição (jornal mural afixado em ônibus do transporte coletivo urbano).

Comunicação alternativa

A fim de chamar a atenção, facilitar a leitura durante o percurso e otimizar os custos de impressão, o jornal tem a forma de um cartaz, em

que imagens são destacadas, atendendo também aqueles que têm dificuldade da leitura ou não sabem ler. Desde o início, O Expresso busca constantemente a atratividade visual, uma das características da sociedade da imagem, já incorporada pelo jornalismo, em que a tendência permanente é a de se privilegiar figuras associadas a textos curtos, objetivos, dispostos de forma legível. Afixados um ou mais exemplares em cada ônibus urbano, O Expresso tem mantido uma tiragem de 80 jornais, sendo 60 reservados aos ônibus, 10 para o arquivo do jornal e 10 colados em pontos de ônibus distribuídos pela cidade. A equipe d'O Expresso, desde o início, tem sido formada por estudantes de diferentes períodos do curso, fator que garante o caráter participativo do projeto, baseado nos ideais de Paulo Freire (2001), nos quais as individualidades são respeitadas e as diferenças de opinião, consideradas. Segundo Freire (2001), o processo educacional se dá pela troca de saberes, uma educação baseada no diálogo em que todos participam ativamente do aprendizado. O autor ainda afirma que "através do diálogo se dá a verdadeira comunicação onde os interlocutores são ativos e iguais", participando dos processos de aprendizado. (FREIRE, 2001). A troca de saberes no projeto O Expresso também se faz pela possibilidade de trabalho em uma equipe heterogênea, em que a comunicação interpessoal se faz importante e os estudantes vão respeitando as diferenças e percebendo a importância de ouvir o outro. Desse modo, O Expresso tem possibilitado que os alunos "pesquisem, discutam e entendam a potencialidade de um jornalismo comprometido com os interesses da população (cidadania e democracia)" (CORCINO, MUCCI DANIEL. 2012). Além dessa oportunidade de assimilar as práticas da produção jornalística, os estudantes também ficam mais próximos da comunidade viçosense.

A participação também se faz presente na relação com o leitor preferencial. Os alunos que fizeram parte da primeira equipe d'O Expresso construíram o projeto editorial de acordo com as demandas, desejos e necessidades do público-alvo, que continua sendo convidado a participar por meio de meios de comunicação como telefone e e-mail.

Ouvir o público-alvo sempre foi um objetivo basilar na produção d'O Expresso. O leitor preferencial, durante o período de construção do projeto editorial (entre agosto a dezembro de 2011), teve seu perfil traçado por meio da investigação de três áreas: identificação dos usuários, hábitos de leitura e opinião. A edição-teste (dezembro/2011) pautou assuntos a partir de temas gerais apontados por entrevistados. Após nove edições, foi lançada, em maio-junho/2013, a "Edição especial foto-ilustrativa", produzida a partir de pesquisa com usuários de ônibus que indicaram a preferência pelas fotos e ilustrações e a importância

de matérias do tipo prestação de serviço. As edições 11 e 12, de novembro-dezembro/2013 e janeiro-fevereiro de 2014, respectivamente, foram produzidas com base em reunião de pauta do dia 31 de outubro de 2013 entre a equipe e leitores do jornal. A próxima meta da equipe d'O Expresso é estender e aprofundar a participação do público na produção do jornal. Para isso, a equipe fez uma parceria com o Instituto Vida de Viçosa. O objetivo é fazer com que a edição de abril de 2015 seja uma produção colaborativa, resultado de um encontro entre os membros d'O Expresso e os moradores da comunidade de Amoras, região periférica da cidade que se avizinha às comunidades do Córrego São João, Duas Barras, Piúna, Paiol, Nobres, Barrinha, Vau-Açu, Inácio Martins, São João Batista e Vale do Sol. Desse encontro será esperado o compartilhamento de interesses, valores e tradições, compondo assim "um substrato adequado para a afirmação das próprias expectativas dentro de um senso de comunidade e pertencimento à coletividade" (ROTHBERG, 2011, p. 165).

Por causa dessa metodologia participativa que considera e traz benefícios para o público-alvo, tudo feito em conjunto com os alunos, o projeto de extensão assume um caráter também voltado para o ensino e pesquisa. Produzir um jornal a partir de uma lógica extensionista é trabalhar em via dupla, ou seja, sob a perspectiva freireana da Comunicação Horizontal, em que todos participam (FREIRE, 2001).

Além de assumir a função de veicular a informação, ao retratar, reportar e representar a realidade de quem anda – e necessita – de ônibus pela cidade, esse projeto se configura como construtor dessa realidade, adquirindo, dessa forma, função educativa e social.

A comunicação no projeto de extensão d'O Expresso não acontece no sentido vertical. Em sentido duplo, a equipe e o público encontram-se no ônibus em movimento, onde as entrevistas, fotos e experiências acontecem. O quadro "Papo passageiro", por exemplo, é reportado no movimento da viagem, quando o passageiro é fotografado, dá seu depoimento e manda o seu recado. Já a seção "Dajanela" traz uma fotografia feita a partir do ponto de vista de quem está dentro do ônibus. Todo o conteúdo do jornal (reportagem, charge, tirinha, foto, perfil) parte de sugestões e pedidos feitos pelo público-leitor, via canais de comunicação (pessoalmente, E-mail, telefone) e/ou reuniões de pauta.

Comunicação e cidadania

Na definição de Cicilia Peruzzo, a comunicação comunitária ou popular são

[...]processos de comunicação constituídos no âmbito de movimentos sociais populares e comunidades de diferentes tipos, tanto as de base geográfica, como aquelas marcadas por outros tipos de afinidades. É sem fins lucrativos e tem caráter educativo, cultural e mobilizatório. Envolve a participação ativa horizontal (na produção, emissão e na recepção de conteúdos) do cidadão, tornando-se um canal de comunicação pertencente à comunidade ou ao movimento social e, portanto, deve se submeter às suas demandas (PERUZZO, 2009, p. 140).

Esse tipo de jornalismo mais voltado para o cidadão começou nos Estados Unidos nos anos 1990 e foi uma iniciativa de editores e professores que estavam preocupados com a diminuição cidadã na vida pública, pela perda de credibilidade jornalística e a queda de tiragens dos jornais. O jornalismo comunitário propõe a reaproximação das pessoas (Traquina, 2001), que são cidadãos inseridos “em uma sociedade democrática e têm o direito de saber e participar da vida pública” (PAVEZZI, 2010, p. 23). Segundo Castellanos (2006), uma das formas do jornalismo público é a participação cidadã na agenda dos meios de comunicação, invertendo a lógica da hipótese da teoria do agendamento (agenda-setting):

Se no jornalismo tradicional, as pautas são tradicionalmente decididas no âmbito privado das redações, com base na crença de que os critérios de noticiabilidade correspondem a todo o conhecimento necessário para os profissionais da área decidirem o que e como será noticiado, no jornalismo cívico essa prática será duramente questionada, tornando-se imprescindível que os profissionais passem a implementar meios de o público participar da definição da agenda da cobertura” (ROTHBERG, 2011, p.159).

Na meta de se aproximar do usuário de ônibus, O Expresso se afina com os preceitos e práticas desse tipo de jornalismo, pois:

Apesar de quase não entrar nos agendamentos jornalísticos, o povo produz acontecimentos e, com eles, conflitos, cultura – fatos, falas, artes e saberes que precisam ser captados, compreendidos, narrados (...). Onde estão os sujeitos falantes do povo? (CHAPARRO, 2001 apud COSTA FILHO, 2006, p.130).

Para Pavezzi, “a função do jornalismo público é estreitar as relações entre a mídia e a comunidade, para gerar confiança e credibilidade” (PAVEZZI, 2010, p. 24). Esse estreitamento é conseguido quando o jornalismo consegue “utilizar os recursos do jornal para descobrir a agenda dos temas de interesse para o público, de forma a fornecer uma melhor cobertura e a promover a participação dos cidadãos na política” (EKSTEROWICZ, ROBERTS e CLARK, 1998 apud PAVEZZI, 2010, p. 24). Ao relacionar o jornal O Expresso com o Jornalismo Público, Campanha (2014), entretanto, afirma que o jornal, por se tratar de produção ainda acadêmica, não pode ser considerado uma prática profissional de jornalismo público, mas caracteriza-se como incipiente modelo alternativo de produção jornalística, na sua busca pelo contato com o público, inspirando-se nas experiências do jornalismo público.

Para além de conceituações teóricas, o jornalismo praticado n’O Expresso objetiva atender aqueles que não têm fácil – e gratuito – acesso à informação jornalística e educar e entreter – duas das funções jornalísticas, segundo Amaral (2001). Em concordância com o sociólogo Stoetzel, que considera o ato de ler jornais como atividade prazerosa, Luiz Amaral considera a “recreação” como “a segunda função psicossocial da imprensa” (AMARAL, 2001, p. 21). Dessa forma, o jornalismo possibilitado por esse projeto de Extensão, há três anos, não tem perdido de vista sua função lúdica por entender que o usuário de ônibus, em sua maioria, está a caminho do trabalho ou da escola, e pode usufruir de um

[...] meio de fuga às preocupações do cotidiano ou costumeiro, uma pausa no ramerrão, um preenchimento dos lazes como algo reparador do dispêndio de energias reclamado pela atividade vital de informar-se. (BELTRÃO, 1980, p.13).

Em sintonia com Amaral (2001), o jornal O Expresso tem assumido, cada vez mais, a função de entreter seu público leitor, pela presença cada vez mais destacada (pelo jornal e pelo público) das charges, tirinhas, fotografias e também pela participação do leitor nos quadros “Papo Passageiro” e “Perfil”. A partir disso, surge a possibilidade de análise do jornal, à luz do INFOtenimento. Para Pavezzi, “a função do jornalismo público é estreitar as relações entre a mídia e a comunidade, para gerar confiança e credibilidade” (PAVEZZI, 2010, p. 24). Esse estreitamento é conseguido quando o jornalismo consegue “utilizar os recursos do jornal para descobrir a agenda dos temas de interesse para o público, de forma a fornecer

uma melhor cobertura e a promover a participação dos cidadãos na política” (EKSTEROWICZ, ROBERTS e CLARK, 1998 apud PAVEZZI, 2010, p. 24). Ao relacionar o jornal O Expresso com o Jornalismo Público, Campanha (2014), entretanto, afirma que o jornal, por se tratar de produção ainda acadêmica, não pode ser considerado uma prática profissional de jornalismo público, mas caracteriza-se como incipiente modelo alternativo de produção jornalística, na sua busca pelo contato com o público, inspirando-se nas experiências do jornalismo público.

Para além de conceituações teóricas, o jornalismo praticado n’O Expresso objetiva atender aqueles que não têm fácil – e gratuito – acesso à informação jornalística e educar e entreter – duas das funções jornalísticas, segundo Amaral (2001). Em concordância com o sociólogo Stoetzel, que considera o ato de ler jornais como atividade prazerosa, Luiz Amaral considera a “recreação” como “a segunda função psicossocial da imprensa” (AMARAL, 2001, p. 21). Dessa forma, o jornalismo possibilitado por esse projeto de Extensão, há três anos, não tem perdido de vista sua função lúdica por entender que o usuário de ônibus, em sua maioria, está a caminho do trabalho ou da escola, e pode usufruir de um

[...] meio de fuga às preocupações do cotidiano ou costumeiro, uma pausa no ramerrão, um preenchimento dos lazeres como algo reparador do dispêndio de energias reclamado pela atividade vital de informar-se. (BÉLTRÃO, 1980, p.13).

Em sintonia com Amaral (2001), o jornal O Expresso tem assumido, cada vez mais, a função de entreter seu público leitor, pela presença cada vez mais destacada (pelo jornal e pelo público) das charges, tirinhas, fotografias e também pela participação do leitor nos quadros “Papo Passageiro” e “Perfil”. A partir disso, surge a possibilidade de análise do jornal, à luz do INFOTenimento.

Jornalismo e Entretenimento – INFOTenimento

De acordo com Dejavite uma das definições de entretenimento é considerá-lo como um espetáculo destinado a interessar e divertir, ou seja, uma narrativa, uma performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, que traz pontos de vista e perspectivas convencionais e ideológicas (DEJAVITE, 2006, p.41).

Para a autora, é possível fazer uma relação entre entretenimento e informação, originando, assim, o INFOTenimento. Esse novo tipo de

jornalismo vem ganhando espaço nos meios de comunicação, que passam a publicar matérias que informam e divertem o público. Dejavite (2006) defende a falta de nitidez entre jornalismo e entretenimento e afirma que a sobreposição entre eles é quase inevitável atualmente.

O conceito e a definição do termo INFOtenimento para designar o jornalismo que mistura informação e diversão foram cunhados na década de 1980, mas só ganharam destaque no fim dos anos 1990. A partir daí esse novo termo foi incorporado por profissionais e pesquisadores da área da comunicação (Dejavite, 2006).

Em sua obra, Dejavite aponta o conteúdo que costuma ser publicado e caracterizado como jornalismo de INFOtenimento, garantindo, entretanto, que a “tentativa de caracterizar o conteúdo do INFOtenimento é algo aparentemente impossível” (2006, p. 87), porque as publicações de hoje em dia “tem espalhado uma diversidade de gêneros de notícias que contêm ambos os conteúdos (entretenimento e informação)” (2006, p. 87).

A partir da dificuldade em definir totalmente o termo INFOtenimento, Dejavite propõe uma nova conceituação: “Jornalismo de INFOtenimento é uma especialidade jornalística de conteúdo estritamente editorial (matérias jornalísticas), voltada à informação e ao entretenimento.” (2006, p. 97) A autora ainda cita alguns dos elementos que se fazem presentes nesse jornalismo. Entre eles, podemos notar muitas coisas que costumam ser publicadas n’O Expresso.

O primeiro são as chistes e charge. Desde o início d’O Expresso, o jornal conta com charges. Elas têm coluna fixa na publicação. O cinema também já apareceu em algumas edições. Cultura é algo que constantemente também figura na publicação. A fotografia é um dos principais elementos presentes n’O Expresso e já ganhou até uma seção especial, a Da Janela, que expõe fotos tiradas das janelas dos ônibus durante os percursos feitos pela cidade. Por ser um veículo de comunicação extremamente visual, O Expresso também conta muito com ilustrações/infográficos/tabelas/boxes/gráficos como forma de complementar e facilitar a compreensão da informação.

Para analisar o jornal O Expresso à luz do INFOtenimento proposto por Dejavite (2006), seria preciso um aprofundamento maior, específico e detalhado em cada edição do jornal. Entretanto, podemos notar, num primeiro momento, a presença de dois elementos definidores de INFOtenimento (Dejavite, 2006): a charge e a fotografia. Desde seu início O Expresso traz charges e a fotografia é um dos principais elementos da comunicação visual n’O Expresso. Além das fotolegendas, a fotografia aparece nos quadros “Dajanela” e “Papo

passageiro". Por ser um veículo de comunicação extremamente visual, O Expresso também conta, em todas suas edições, com ilustrações – outro elemento definidor do INFOtenimento segundo a autora. No capítulo no qual Dejavite caracteriza o INFOtenimento no jornal impresso, também é possível perceber afinidades com O Expresso, a saber:

a) "Textos leves e atraentes, que introduzem o leitor diretamente ao assunto por meio de uma linguagem coloquial e fluente" (2006, 99). O texto no jornal O Expresso é sempre curto e direto, para ser lido e facilmente compreendido dentro do ônibus;

b) A "utilização de uma diagramação dinâmica com o aproveitamento do espaço" (ibidem, p. 99) também é encontrada n'O Expresso. Como os passageiros têm apenas o tempo que estão viajando para ler o jornal, é importante que ele esteja bem organizado, para que as pessoas possam localizar sem problemas cada notícia, cada coluna.

c) "Estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades (...). Além, claro, da ocupação do tempo livre" (ibidem, p. 99). Pela sua mensagem visual, O Expresso distrai e atíça a curiosidade de quem está no ônibus em movimento, a caminho da casa ou trabalho.

Considerações finais

Fazer com que a comunidade participe ativamente d'O Expresso é um desafio. A maioria dos integrantes da equipe do jornal não pode se dedicar exclusivamente ao projeto porque são estudantes voluntários que desempenham outras atividades no dia a dia. Mas ainda assim, há muito empenho por parte dos alunos para entregar um produto de qualidade à nosso público-alvo.

Inspirado no jornalismo público e a caminho de uma plena comunicação comunitária, o jornal O Expresso traz elementos do jornalismo de INFOtenimento, o que o destaca e o aproxima ainda mais do seu público.

Identificado como o jornal que faz questão de lhe representar, seja na mensagem visual (das fotoslegendas diretas, das charges e tirinhas divertidas), e/ou na proximidade do conteúdo (notícias sobre bairros e moradores comuns), o público d'O Expresso já o reconhece como um meio de comunicação e extensão da cidade e da Universidade em Viçosa.

Referências bibliográficas

- AMARAL, L. Técnica de jornal e periódico. Rio de Janeiro, 2001.
- BELTRÃO, L. Teoria e prática do jornalismo. Adamantina: Omnia, 2006.
- CAMPANHA, I. O jornal mural O Expresso à luz do jornalismo público. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Viçosa-MG, Viçosa, 2014
- CASTELLANOS, A.M.M. La construcción de lo publico desde el periodismo cívico, 2006 Disponível em: <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CHgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.infoamerica.org%2Fdocumentos_word%2Frosen01.doc&ei=gYWot9yDNJKs8QSV3eG1Aw&usg=AFQjCNHsY_e0UwsSIeE_6B4VP7l8Qq5wQ>. Acesso em 30 mar 2012.
- CHAPARRO, C. Interesse público não se confunde com “interesse do público”, s/d Disponível em: <[http://www.oxisdaquestao.com.br/utilitarios/FCKeditor/UserFiles/File/Interesse%20Pblico%20X%20Interesse%20do%20Pblico\(1\).pdf](http://www.oxisdaquestao.com.br/utilitarios/FCKeditor/UserFiles/File/Interesse%20Pblico%20X%20Interesse%20do%20Pblico(1).pdf)>. Acesso em 5 jul 2012.
- COSTA FILHO, P.C. Jornalismo Público: por uma nova relação com os públicos. In: Revista Organicom, ano 3, n. 4, 2006. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/viewFile/59/193>>. Acesso em 24 out. 2014
- DEJAVITE, F.A. INFOtenimento: Informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006. 124 p. (Coleção Pastoral da Comunicação: teoria e prática).
- FREIRE, P. Educação e Mudança. 24ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2001.
- INTERESSE PÚBLICO. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Interesse_p%C3%Bablico>. Acesso em 13 abr. 2012.
- PAVEZZI, A.E.S. Jornalismo Público na agência senado: uma análise da proposta de participação cívica em um portal estatal, 2010. Disponível em: <http://www.blogempublico.com/wp-content/uploads/2011/04/2010_UEPG_AlinaPavezi_JornalismoPublico.pdf> Acesso em 2 maio 2012.
- PERUZZO, C. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, 2009.

- PROJETO O EXPRESSO. Comunicação em movimento O Expresso: o jornal-mural dos usuários de transporte coletivo de Viçosa. Elaboração: CORCINO, Marcela; MUCCI DANIEL, Laene. Apresentado ao Programa de Bolsas de Extensão Universitária - PIBEX, 2011.
- ROBALDO, J.C. Interesse público versus interesse do público e o papel da imprensa. 2007. Disponível em: <http://www.lfg.com.br/public_html/article.php?story=20070328200528556>. Acesso em 13 abr. 2012.
- ROTHBERG, D. Jornalismo Público: informação, cidadania e televisão. São Paulo: Unesp, 2011.
- SANTOS, P. As Manchetes Sensacionais E O INFOtenimento: Uma Análise Do Jornal Meia Hora. Monografia de conclusão de curso. Viçosa-MG, abril, 2013.
- SCHMITT, V.; OLIVEIRA, L.G. Personalização de notícias - uma edição de jornal para cada leitor. In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación. Vol. XI, n. 1, enero - abril / 2009. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em 15 abr. 2012.
- TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- VIDAL, D.M.M. Notícias de interesse público e de interesse do público: a possibilidade de convergência desses interesses. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, maio / 2010, Goiânia/GO. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0420-1.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2012.