Anais do Semana de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás 2014
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2015/index.htm
ISSN: 2177-3327

PUBLICAÇÃO DE BOAS NOTÍCIAS COMO ALTERNATIVA AO SENSACIONALISMO

LUIZ FERNANDO RODRIGUES LEMES; ÂNGELA TEIXEIRA DE MORAES

O presente relatório é resultado de um ano (agosto de 2013 – julho de 2014) de pesquisas sobre sites que veiculam “boas notícias” e que se autopromovem como uma alternativa ao jornalismo tradicional, este muitas vezes criticado pelo conteúdo sensacionalista em suas matérias. Para a realização, foram empregados procedimentos quantitativos e qualitativos tendo como principal objetivo identificar até que ponto o jornalismo de boas notícias poderia ser considerado como uma alternativa satisfatória ao tradicional, levando em consideração a qualidade e a abrangência das informações. Durante o relatório, foram destacados alguns caminhos históricos tomados pelo jornalismo no que se refere ao sensacionalismo, além de informações gerais sobre os objetos de estudo em si, baseados em quatro portais de notícias: *Positive News*, *Agência da Boa Notícia*, *Só Notícia Boa* e *As Boas Novas*. Na sequência estão evidenciados os objetivos, os materiais e os métodos utilizados no decorrer da pesquisa. Metodologicamente, no primeiro momento, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre valores-notícia, sensacionalismo e a qualidade da informação jornalística, seguido da coleta de dados diretamente dos sites acima citados para a realização das análises de conteúdo e de discurso. Por fim, apresenta-se o resultado e a discussão da pesquisa, dividida e três subtemas. O primeiro refere-se à *relação com o jornalismo tradicional*, cujo principal objetivo foi evidenciar as principais características que são comuns e diferentes entre o jornalismo de boas notícias e o tradicional. Na sequência, foi abordado o *interdiscurso e princípios do discurso jornalístico tradicional,* em que se levou em consideração a análise das relações com os discursos circulantes na sociedade, o sujeito discursivo, o pluralismo e o valor-notícia associado a cada notícia. Finalmente, o *apelo discursivo* foi ressaltado para determinar se as notícias presentes nos sites analisados poderiam ser classificadas como discursos racionais, emocionais e/ou morais.

Palavras-chave: Jornalismo de Boas Notícias. Jornalismo Tradicional. Sensacionalismo.